



การศึกษาระบบบูรณาการนิยามมาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าในเขต
กรุงเทพมหานคร



โดย
นายมนต์ชนะ สัตยจรัสเจียร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาระบบบูรณาการนิยามมาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้า
ในเขตกรุงเทพมหานคร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

STUDY OF STANDARD ALUMINUM BOOTH SYSTEMS USAGE TO VALUE ADDED
EXHIBITION INDUSTRY IN BANGKOK



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

Academic Year 2023

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ การศึกษาระบบบุรุษภูมินิยมมาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าใน
อุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย นายมนต์ชนะ สัตยธำรงเจียร
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

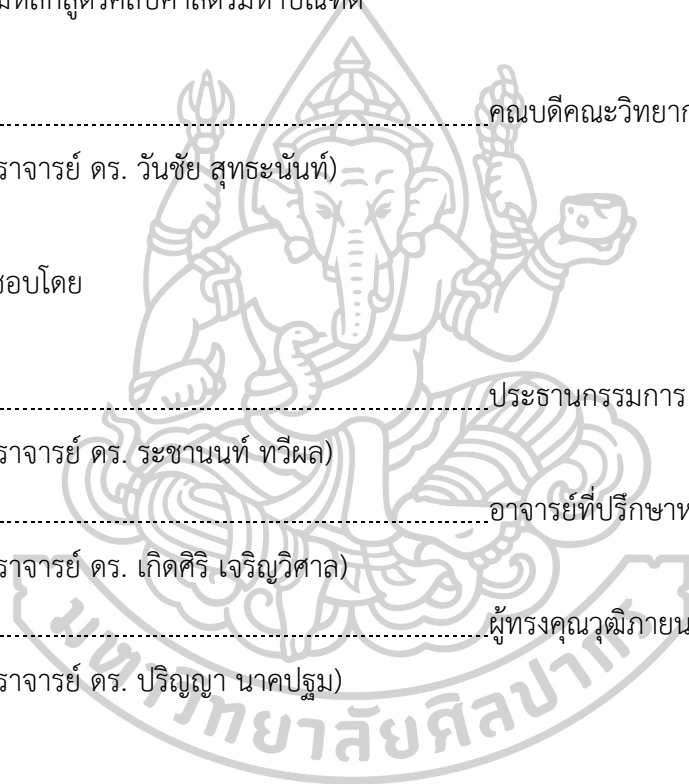
..... คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุทธะนันท์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระชานนท์ ทวีผล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปริญญา นาคปฐม)



641220054 : การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : บุคลากรเตรียมมาตรฐาน, อุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้า

นาย มนต์ชนะ สัตยธำรงเกียรติ: การศึกษาระบบบุคลากรเตรียมมาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าใน
อุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วย
ศาสตราจารย์ ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการใช้บุคลากรเตรียมมาตรฐานในอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของไทย
ศึกษาบริบทและสถานการณ์การใช้บุคลากรเตรียมมาตรฐานในอุตสาหกรรมการแสดงสินค้า วิเคราะห์
ข้อดีและข้อจำกัดของการใช้บุคลากรเตรียมมาตรฐานและ นำเสนอแนวทางในการเพิ่มมูลค่าและการ
นำไปใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยเชิงคุณภาพนี้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บุคลากรเตรียมมาตรฐานใน
อุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของไทย ซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้บุรุษมากกว่า 10 ปีในกรุงเทพมหานคร
จำนวน 23 คน และวิเคราะห์ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิเพื่อสร้างองค์ความรู้และแนวทางการ
พัฒนาการใช้บุคลากรเตรียมอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์ชี้ให้เห็นว่าบุคลากรเตรียมมาตรฐานมีบทบาทสำคัญในการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่ม
ความยืดหยุ่นในการออกแบบและติดตั้ง แต่ยังมีความท้าทายในการรับน้ำหนักและการออกแบบที่
เฉพาะเจาะจง งานวิจัยนี้เสนอแนวทางการสำรวจข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าไทย เพื่อ
เพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล พร้อมทั้งเน้นย้ำถึงความสำคัญของการนำเทคโนโลยี
และนวัตกรรมมาใช้ในการออกแบบบุรุษ และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองต่อ
ความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

641220054 : Major TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

Keyword : Standard Aluminum Booths, Exhibition Industry, Thai Exhibitions

MR. Monchana SATTAYATHAMRONGTIAN : Study of Standard Aluminum Booth Systems usage to value added Exhibition Industry in Bangkok Thesis advisor : Assistant Professor Dr. Kaedsiri Jaroenwisan

This research focuses on the use of standard aluminum booths in the Thai exhibition industry, studying the context and situation of using standard aluminum booths in the exhibition industry, analyzing the advantages and limitations of using standard aluminum booths, and presenting approaches to enhance value and efficient utilization. This qualitative research collected data from users of standard aluminum booths in the Thai exhibition industry, who have more than 10 years of experience in Bangkok, totaling 23 people, and analyzed both primary and secondary data to create knowledge and strategies for the development of the efficient use of aluminum booths.

The results indicate that standard aluminum booths play a crucial role in reducing production costs and increasing design and installation flexibility. However, challenges remain in weight bearing and specific design requirements. This research proposes strategic development approaches for the Thai exhibition industry to enhance international competitiveness, emphasizing the importance of incorporating technology and innovation in booth design and efficient management to meet market and consumer needs.

กิตติกรรมประกาศ

กราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล ที่กรุณา ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่างๆ ทั้งงานวิจัยและงานตีพิมพ์งานทั้งสองส่วนประสบความสำเร็จได้ตามที่ผู้วิจัยตั้งใจไว้

กราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา นาคปฐม ที่กรุณาเป็นกรรมการตรวจการนำเสนองานวิจัยทั้ง 2 ส่วน ตลอดจนให้คำแนะนำ แก้ไข และต่อยอดให้กับงานวิจัยฉบับนี้อย่างสมบูรณ์

กราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มหชัย สัตยธำรงเกียรติ ที่ช่วยกรุณาให้คำแนะนำวิธีการเขียนงานวิจัยฉบับนี้จนสามารถ พัฒนาจากแนวความคิดภาคธุรกิจจนเป็นงานเขียนวิชาการที่น่าภาคภูมิใจ

กราบขอบพระคุณ คุณอรชร ว่องพรรณงาม ผู้อำนวยการฝ่าย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ที่เป็นผู้ชักชวนผู้วิจัยเข้าร่วมหลักสูตรปริญญาโทของมหาวิทยาลัยศิลปากร ตลอดจนร่วมผลักดัน และแนะนำข้อมูลต่องานวิจัยฉบับนี้จนสำเร็จ

กราบขอบพระคุณ คู่ค้าและมิตรในธุรกิจงานแสดงสินค้า ที่กรุณาแบ่งปันข้อมูลและแนวคิดเบื้องหลังการใช้งานระบบบูธออลูมิเนียมมาตรฐาน อันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้ จนสำเร็จผล ได้เห็นมุมมองสำคัญต่างๆ ผ่านประสบการณ์ของทุกท่าน

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างสูงว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นฐานข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อธุรกิจงานแสดงสินค้าไทย ตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งใจไว้ตั้งแต่แรก และช่วยเหลือนักวิจัยท่านอื่นๆ ที่สนใจในระบบบูธออลูมิเนียมมาตรฐาน ต่อยอดความรู้ด้านนี้ต่อไปในอนาคต

มนต์ชนะ สัตยธำรงเกียรติ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญรูปภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. คำถามนำวิจัย	2
3. วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
4. ขอบเขตการวิจัย.....	3
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition Industry).....	7
2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจงานแสดงสินค้าในประเทศไทย (Stakeholder of Thai Exhibition Industry).....	17
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาในการที่เกี่ยวข้องกับบูธแสดงสินค้า (Challenges and Obstacles of Exhibition Booth).....	20
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจำแนกบูธในงานแสดงสินค้า (Classification of trade shows booths)	25
5. แนวคิดเกี่ยวกับบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน (Aluminum Standard Booth)	36
6. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของของบูธแสดงสินค้า (Type of Exhibition Booth).....	46
7. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบูธแสดงสินค้า (literature related to Exhibition Booth).....	54

7.1 ทฤษฎีความสนใจ (Attention theory)	54
7.2 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange theory).....	54
7.3 ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics Theory).....	55
7.4 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT2)	56
8. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าในธุรกิจงานจัดแสดงสินค้า (Value Creation in Exhibition Industry).....	65
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	68
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
บทที่ 5 สรุปผล และอภิปรายผล.....	151
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	151
5.2 อภิปราย.....	162
5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย.....	165
รายการอ้างอิง.....	166
ประวัติผู้เขียน.....	170



สารบัญตาราง

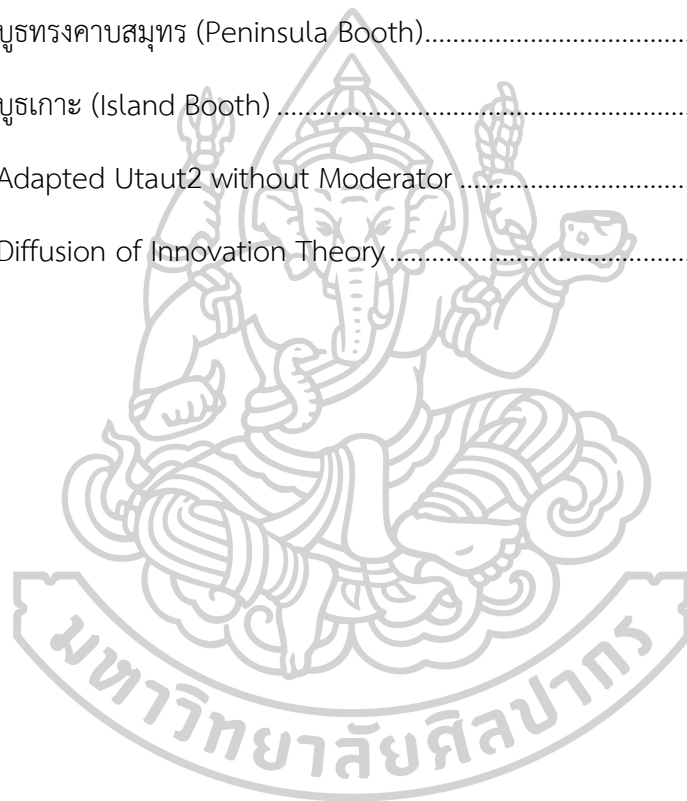
	หน้า
ตารางที่ 1 กลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้า (Organizer) จำนวน 8 คน	69
ตารางที่ 2 กลุ่มผู้ออกงานแสดงสินค้า (Exhibitor) จำนวน 7 คน	70
ตารางที่ 3 กลุ่มผู้ให้บริการรับเหมาก่อสร้าง (Contractor/ Service provider) จำนวน 8 คน	71
ตารางที่ 4 หัวข้อสัมมนาและความเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎี.....	72
ตารางที่ 5 รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	76



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1 ตารางงานแสดงสินค้าที่อิมแพคอารีน่า เมืองทองธานี.....	14
รูปภาพที่ 2 รูปแบบบูธกลางแจ้ง	25
รูปภาพที่ 3 รถโรยหนังเฉลิมทัศน์	27
รูปภาพที่ 4 ตัวอย่างบูธในร่ม งาน Automation Expo ที่ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาตินนทบุรี.....	28
รูปภาพที่ 5 รูปบูธทั่วไป (Common Booth) ในงานมหกรรมด้านเทคโนโลยีการตลาดครั้งที่ 1	29
รูปภาพที่ 6 บูธแบบแยกส่วน Modular Booth.....	30
รูปภาพที่ 7 แผนผังอิมแพคอารีน่าเมืองทองธานี	31
รูปภาพที่ 8 งานมหกรรมหนังสือยิ่งใหญ่ระดับโลก “บิ๊กแบดวิวบุ๊กเซลล์แบ่งค็อก 2022”	32
รูปภาพที่ 9 งาน Power buy Expo 2566	32
รูปภาพที่ 10 งานเปิดร้านไทวัสดุ พื้นที่ขนาดกลาง	33
รูปภาพที่ 11 บูธงานแสดงสินค้าขนาดเล็ก บูธ DB TALC.....	33
รูปภาพที่ 12 บูธมาตรฐาน (Standard Booth) บูธ Creative Plastic Academiย จัดที่ TCDC.....	34
รูปภาพที่ 13 บูธออกแบบอิสระ (custom booth) Lancome Chinese New Year 2019	35
รูปภาพที่ 14 ตัวอย่างบูธการค้าที่กำหนดเองออกแบบ	38
รูปภาพที่ 15 ตัวอย่างบูธออลูมิเนียมมาตรฐาน	39
รูปภาพที่ 16 รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะโครงสร้างบูธของ Octanorm	40
รูปภาพที่ 17 ตัวอย่างแผงบูธที่ใช้ติดกับโครงสร้างของ Octanorm.....	41
รูปภาพที่ 18 พื้น OCTAClassic ขนาดพื้นฐาน รับน้ำหนักได้สูงสุด 5,000 กิโลกรัมต่อตารางเมตร	43
รูปภาพที่ 19 ชั้น OCTAEco สำหรับผู้หนักที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20,000 กิโลกรัมต่อตารางเมตร.....	43
รูปภาพที่ 20 ไฟสำหรับบูธออลูมิเนียมมาตรฐาน	44

รูปภาพที่ 21 ชั้นวางของ Octanorm.....	45
รูปภาพที่ 22 บูธสำเร็จรูปจากผู้ผลิตในประเทศไทย	46
รูปภาพที่ 23 รูปแบบบูธในงานแสดงสินค้า	47
รูปภาพที่ 24 บูธแบบอินไลน์ (Inline Booth).....	48
รูปภาพที่ 25 บูธอลูมิเนียมมาตรฐาน (In Line).....	48
รูปภาพที่ 26 บูธมุม (Corner Booth).....	49
รูปภาพที่ 27 บูธทรงคาบสมุทร (Peninsula Booth).....	50
รูปภาพที่ 28 บูธเกาะ (Island Booth)	51
รูปภาพที่ 29 Adapted Utaut2 without Moderator	56
รูปภาพที่ 30 Diffusion of Innovation Theory.....	65



บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้ามีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจของประเทศไทยมีส่วนช่วยเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศและสร้างโอกาสในการสร้างงาน ในปี ค.ศ. 2018 ด้วยจำนวนผู้เข้าชมกว่า 200,000 คนได้พบกับผู้แสดงสินค้า 35,000 คน บนพื้นที่จัดแสดงรวมกันมากกว่า 640,000 ตารางเมตร คิดเป็นมูลค่าประมาณ 10 พันล้านบาท หรือประมาณ 602 ล้านบาทหรือร้อยละ 1.5 ของ GDP ในไตรมาสแรกของปี 2562 ผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 61 จาก 21,845 เป็น 43,100 คน ในขณะที่รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 45 เมื่อเทียบกับปีต่อปี จาก 2,223 คน คิดเป็นมูลค่ากว่า 3,214 ล้านบาท (Bangkok Post, 2018)

ในขณะที่อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของไทยมีการฟื้นตัวที่มากขึ้นนับตั้งแต่ประเทศกลับมาเปิดอีกครั้ง หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 มีการเปิดตัวงานแสดงสินค้านานาชาติใหม่ 11 งาน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงกันยายน พ.ศ. 2565 ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า เพื่อผลักดันวาระ "ไทยแลนด์ 4.0" สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จึงได้เปิดตัวแคมเปญ "SPIRE Thailand" เพื่อส่งเสริมงานแสดงสินค้าในประเทศในยุทธศาสตร์อุตสาหกรรม "ไทยแลนด์ 4.0" (yahoo, 2022)

ทั้งนี้อุตสาหกรรมยังส่งผลกระทบต่อภาคส่วนอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว การบริการ และการขนส่งซึ่งมีความสำคัญต่อการเติบโตโดยรวมของเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า โดยสนับสนุนผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษีและการระดมทุนสำหรับโครงสร้างพื้นฐานการจัดงานแสดงสินค้ายังเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมวัฒนธรรม และมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศให้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับธุรกิจและการพักผ่อน (Thaigrov, 2565)

ภายใต้บริบทนี้ อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า จำเป็นต้องอาศัยการจัดสร้างโครงสร้าง เพื่อใช้ในการจัดแสดงสินค้าหรือที่เรียกว่า บูธแสดงสินค้า อันประกอบด้วย โครงสร้างบูธ ชั้นวางสินค้า วัสดุปูพื้นหรือพรมอัด แสงไฟ งานพิมพ์ รูปภาพหรือเนื้อหาเพื่อใช้สื่อสาร จอทีวี และเครื่องเสียง ซึ่งค่าใช้จ่ายด้านโครงสร้างงานแสดงสินค้าถือเป็นหนึ่งในการลงทุนหลัก เพื่อให้ผู้ออกงานแสดงสินค้า (Exhibitor) ได้เปลี่ยนแปลงจากพื้นที่เปล่า ที่เช่าจากผู้จัดงาน (Organizer) กลายเป็นพื้นที่นำเสนอสินค้าและบริการของตนเอง ผ่านการออกแบบเพื่อถ่ายทอด ภาพลักษณ์ของตราสินค้า

และ ลักษณะของสินค้าและบริการที่ต้องการนำเสนอในงานดังกล่าวออกมาเป็นรูปธรรมที่สื่อสารต่อผู้เข้าชมงาน (Visitor) ได้อย่างถูกต้องและสร้างเสริมความเข้าใจและภาพลักษณ์อันดีต่อการออกงานแสดงสินค้าของตราสินค้า โดยผู้ออกงานแสดงสินค้าสามารถเลือกใช้โครงสร้างชนิดต่าง ๆ ตามความเหมาะสม ในขณะที่เดียวกันปัจจัยสำคัญด้านต้นทุนที่มีความสำคัญกับการตั้งกรอบการลงทุนออกงานแสดงสินค้าแต่ละครั้ง ในฐานะงบประมาณด้านการตลาด เพื่อพิจารณาผลลัพธ์ที่ได้ในการออกงานแสดงสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน (Aluminum Standard Booth) เป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในงานแสดงสินค้าในประเทศไทยและต่างประเทศ เป็นโครงสร้างสำเร็จรูปที่อาจกล่าวได้ว่าถูกใช้ในทุกงานแสดงสินค้าในประเทศไทย มีจุดเด่นด้านความสะดวกในการใช้งาน อาทิ ก่อสร้างง่าย ขนส่งดูแลง่าย อีกทั้งราคาเช่าใช้งานที่ต่ำกว่าการซื้อโครงสร้างไม้ใหม่หรือเหล็กใหม่ที่คิดเป็นมูลค่ามากกว่า 2-3 เท่า ทำให้มีกลุ่มผู้จัดงาน และผู้ออกงานแสดงสินค้าที่เลือกใช้จากคุณสมบัติด้านราคาอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังมีคุณสมบัติด้านอื่น อาทิ ใช้เวลาน้อยในการออกแบบ ลดปริมาณขยะ ใช้เครื่องมือน้อย และไม่เสียเวลาเตรียมการก่อสร้างทำให้เป็นตัวเลือกที่หลากหลายและคุ้มค่าสำหรับทั้งผู้จัดงาน และผู้ออกงานแสดงสินค้า (Triumfo International GmbH, 2021)

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐานในประเทศไทยมีความสำคัญอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า และกลุ่มอุตสาหกรรมอีเวนต์ (MICE) ซึ่งการใช้ระบบบูธอลูมิเนียมสำเร็จรูปจะเป็นที่นิยม แต่ยังคงขาดการศึกษาเชิงวิชาการเกี่ยวกับคุณสมบัติ และมาตรฐานของบูธในประเทศไทย ซึ่งเป็นโอกาสในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของประเทศไทยในอนาคต

2. คำถามนำวิจัย

- 2.1 ระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐานในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้ามีลักษณะอย่างไร
- 2.2 การตัดสินใจเลือกใช้ระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐานในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า การดำเนินการอย่างไร และมีองค์ประกอบหรือเกณฑ์ใดบ้างที่ถูกนำมาพิจารณา
- 2.3 ทักษะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าที่มีต่อการเลือกใช้ระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน เป็นอย่างไร และสามารถนำเสนอแนวทางใด เพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพหรือเพิ่มมูลค่าสำหรับการใช้ระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้าคืออย่างไร

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาบริบทและสถานการณ์ของต่อบุธอลูมิเนียมมาตรฐานในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า และรูปแบบโครงสร้างงานแสดงสินค้า
- 3.2 เพื่อศึกษากระบวนการเลือกใช้ระบบบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน และปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้ระบบบุธอลูมิเนียมมาตรฐานอย่างแพร่หลายในธุรกิจงานแสดงสินค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
- 3.3 เพื่อนำเสนอแนวทางการเพิ่มมูลค่าและการนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ จากมุมมองและประสบการณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาข้อมูลจากบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างงานแสดงสินค้าในด้านต่าง ๆ ข้อมูลเกี่ยวกับบุธอลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้า รวมถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีการกระจายของนวัตกรรม

4.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้จัดงานแสดงสินค้า (Organizer) ผู้ออกงานแสดงสินค้า (Exhibitor) และผู้ให้บริการรับเหมาก่อสร้าง (Contractor/Service provider) ที่มีประสบการณ์การทำงานร่วมกับโครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน ไม่ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน รวมทั้งหมด 23 คน

4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัย บริษัทหรือหน่วยงานที่ทำงานโดยใช้บุธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นอุปกรณ์หลักในการดำเนินธุรกิจงานแสดงสินค้าในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ บริษัท ดีไซน์อไลฟ์ จำกัด ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัท เอสเจเอ็ม จำกัด

4.4 ขอบเขตด้านเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัย และเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 6 เดือน ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม 2566

5. นิยามคำศัพท์เฉพาะ

โครงสร้างอลูมิเนียมมาตรฐาน (Aluminum Standard Structure) หมายถึง โครงสร้างสำเร็จรูปในงานแสดงสินค้าแบบแยกส่วน ที่ประกอบด้วยเสาและคานอลูมิเนียมและตัวเชื่อมต่อทำด้วยเหล็ก สามารถถอดประกอบได้ง่ายด้วยการใช้ประแจดาวไข่งตัวเชื่อมต่อให้หุบเข้าและกางออก ทำให้เสาและคานประกบติดกัน และถอดออกจากกันได้ เพื่อสร้างโครงสร้างต่าง ๆ ตามที่ออกแบบสำหรับงานแสดงสินค้า และกิจกรรมในงาน

บูธมาตรฐาน (Standard booth) หมายถึง พื้นที่โครงสร้างงานแสดงสินค้า เพื่อใช้ระบุขอบเขตการจัดแสดง โดยมีขนาดที่นิยม เพื่อให้ผู้ออกงานแสดงสินค้ามาเช่าพื้นที่แสดงสินค้าและบริการ โดยสามารถเช่าจำนวนบูธต่อกันเพื่อเพิ่มพื้นที่ได้

งานแสดงสินค้า (Exhibition/ Expo) หมายถึง การจัดแสดงงานแสดงสินค้าหรือบริการ อาทิ ขายสินค้า เทคโนโลยีสิ่งประดิษฐ์ บริการ งานประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจซึ่งโดยปกติจะจัดขึ้นในศูนย์จัดงานแสดงสินค้า ห้างสรรพสินค้า แกลเลอรี พิพิธภัณฑ์ หรือสถานที่อื่น ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

ผู้จัดงานแสดงสินค้า (Exhibition Organizer) หมายถึง ผู้รับผิดชอบในการวางแผนสร้างงานและประสานงานจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการในเขตกรุงเทพมหานคร มีการอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน การจัดการประชาสัมพันธ์ การควบคุมการคมนาคม การออกแบบและก่อสร้าง ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ผู้ออกงานแสดงสินค้า (Exhibitor) หมายถึง บุคคล บริษัท องค์กร หรือนิติบุคคลที่เข้าร่วมในงานแสดงสินค้า โดยการแสดงสินค้า บริการหรือข้อมูลของตนแก่ผู้เข้าร่วมงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเช่าพื้นที่บูธที่ผู้จัดงานแสดงสินค้าจัดสรรภายในพื้นที่งานแสดงสินค้า เพื่อนำเสนอต่อผู้เข้าชมงาน

การเพิ่มมูลค่า (Value added) หมายถึง การสร้างมูลค่าให้กับสินค้าเพิ่มขึ้นจากเดิม เพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน โดยยังรักษาต้นทุนการใช้งานให้เปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด

6. ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

- 6.1 เพื่อเข้าใจถึงประโยชน์และข้อจำกัดของการใช้บุธอณูมิเนียมมาตรฐาน และสามารถวางแผนการจัดงานในอนาคตได้
- 6.2 เพื่อทราบถึงคุณลักษณะของบุธอณูมิเนียมมาตรฐานความเข้าใจในข้อดีและข้อเสียของบุธอณูมิเนียมในการตัดสินใจสำหรับผู้ออกบูธอย่างเหมาะสม
- 6.3 เพื่อทราบถึงแนวการปฏิบัติสำหรับการก่อสร้างและออกแบบบูธในภาพรวมช่วยส่งเสริมนวัตกรรมและเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าไทยในระดับสากล
- 6.4 เพื่อเข้าใจและการยอมรับที่ดีต่อระบบบุธอณูมิเนียมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 6.5 ผู้จัดงานรู้และสามารถใช้งานวิจัยเป็นข้อมูลเบื้องต้นใน การค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับบุธอณูมิเนียมมาตรฐาน เพื่อนำไปใช้เกิดประโยชน์ที่สูงสุด



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาบริบทและสถานการณ์ของต่อบูธอลูมิเนียมมาตรฐานในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและรูปแบบโครงสร้างงานแสดงสินค้า 2) เพื่อศึกษากระบวนการเลือกใช้ระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน และปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้ระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐานอย่างแพร่หลายในธุรกิจงานแสดงสินค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อทราบถึงแนวทางและการนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ผู้วิจัยได้อ้างอิงข้อมูลแนวคิดจากเอกสารวิชาการและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องจากหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition Industry)
2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจงานแสดงสินค้าในประเทศไทย (Stakeholder of Thai Exhibition Industry)
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาในการที่เกี่ยวข้องกับบูธแสดงสินค้า (Challenges and Obstacles of Exhibition Booth)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจำแนกบูธในงานแสดงสินค้า (Classification of trade shows booths)
5. แนวคิดเกี่ยวกับบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน (Aluminum Standard Booth)
6. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของของบูธแสดงสินค้า (Type of Exhibition Booth)
7. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบูธแสดงสินค้า (literature related to Exhibition Booth)
8. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าในธุรกิจงานจัดแสดงสินค้า (Value Creation in Exhibition Industry)

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition Industry)

งานแสดงสินค้า (Exhibition) หมายถึง งานที่นำเสนอสินค้าหรือบริการต่อสาธารณชน นับว่าเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ตราสินค้าและนักโฆษณาบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจและตัวชี้วัดได้ ซึ่งเป็นโอกาสในการส่งมอบแคมเปญของตราสินค้าเพื่อเพิ่มการรับรู้ และกระตุ้นยอดขายพร้อมดึงกลุ่มลูกค้าใหม่ให้กับตราสินค้า อีกทั้งยังได้แสดงสินค้าและบริการใหม่ให้ลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจ อาทิ งาน 44th Bangkok International Motor Show 2023 (Bangkok International motor show, 2023) เป็นงานนำเสนอสินค้าในกลุ่มยานพาหนะที่ได้รับการตอบรับจากประชาชนในประเทศไทยอย่างมาก สำหรับงานแสดงสินค้าครั้งแรกจัดขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมศิลปะ การผลิต และการพาณิชย์ จัดงานแสดงสินค้าต่อสาธารณะครั้งแรกเมื่อวันที่ 21 เมษายน ค.ศ. 1760 ที่เมืองลอนดอน ประเทศอังกฤษ (Algernon Graves, 1907) เป็นครั้งแรกในชุดของงานวิจิตรศิลป์ที่จัดขึ้นโดยสมาคมศิลปะ โดยคาดว่าผู้มีเข้าชม 20,000 คน (Matthew Hargraves, 2005)

การจัดแสดงสินค้าครั้งแรกของประเทศไทยจัดขึ้นเมื่อวันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2425 ด้วยพระราชปณิธานของในหลวงรัชกาลที่ 5 เพื่อเผยแพร่และส่งเสริมสินค้าไทยจากทั่วประเทศ และที่สำคัญยังจัดขึ้นกลางท้องสนามหลวง เป็นส่วนหนึ่งของการฉลองพระนครร้อยปี นับว่าเป็นวันสำคัญแม้จะผ่านมาเกือบ 140 ปี ตั้งแต่นั้นมางานแสดงสินค้ามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมศิลปะและการพาณิชย์ของประเทศ (Thailand Exhibition, 2023)

ธุรกิจจัดงานแสดงสินค้านี้มีอัตราเติบโตอย่างน่าสนใจหลังจากเหตุการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ตลาดงานอีเวนต์และงานแสดงสินค้าทั่วโลกคาดว่าจะสูงถึง 50.01 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2570 โดยมี ตัววัดอัตราการเติบโต (CAGR) คิดเป็นร้อยละ 3.54 ในช่วงระยะเวลาคาดการณ์ งานแสดงสินค้าเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของการค้าโลกและการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประเทศต่าง ๆ ในยุโรปและเอเชียใช้งานแสดงสินค้าเป็นโครงสร้างพื้นฐานเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ

และการลงทุนในภูมิภาคของตน (Event & Exhibition Market Size, 2024) สามารถกำหนดประเภทของงานแสดงสินค้าคำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการในต่างประเทศภายใต้โครงการ SMEs Pro-active มีดังนี้

1. งานแสดงสินค้าทั่วไป (General Trade Fair) หมายถึง งานแสดงสินค้าหลากหลายประเภท ไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มหรือประเภทสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีผู้เข้าร่วมงานจากหลากหลายประเทศบนพื้นที่จัดแสดงสินค้านร่วมกันในบริเวณเดียวกันที่เรียกว่าคูหาของประเทศ (National Pavilion) โดยการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศในหลายมิติ อาทิ การค้า การลงทุน วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ผู้เข้าร่วมงานอาจยังไม่ได้รับข้อตกลงซื้อขายในทันที ซึ่งควรหวังผลในระยะยาว แต่นับว่าเป็นกิจกรรมการแนะนำหรือสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าและประเทศให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณชนเป็นหลัก เนื่องจากมีสินค้ามากมายหลากหลายประเภท ดังนั้นผู้เยี่ยมชมจึงมีความหลากหลายด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานลักษณะนี้ ผู้เข้าร่วมงานมักจะได้พบกับ ผู้ซื้อรายย่อยมากกว่าที่จะเป็นนักธุรกิจผู้นำเข้าหรือผู้ซื้อรายใหญ่ ผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคหรือผู้ค้าปลีก ซึ่งต้องการชม หรือเลือกซื้อสินค้าจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกในปริมาณที่ไม่มากนัก นอกจากการซื้อสินค้าแล้วยังต้องการข้อมูลด้านอื่น ๆ อาทิ การท่องเที่ยว และการชมศิลปวัฒนธรรมของผู้เข้าร่วมงานจากประเทศต่าง ๆ ควบคู่กันไปด้วย

2. งานแสดงสินค้าเฉพาะประเภท (Specialized Trade Fair) หมายถึง งานแสดงสินค้าเฉพาะประเภทสินค้าหรืออุตสาหกรรมและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งยังเป็นงานสำหรับรับคำสั่งซื้อ (Order) เท่านั้น ไม่มีการจำหน่ายปลีก ผู้เข้าชมงานจะต้องมีการลงทะเบียนหรือนัดหมายล่วงหน้า เพื่อที่จะได้พบปะกับผู้เข้าร่วมงานซึ่งเป็นผู้ผลิต หรือผู้ส่งออกสินค้าจากประเทศต่าง ๆ การจัดสรรพื้นที่จัดแสดงแบ่งตามกลุ่มย่อยของประเภทสินค้านั้น ๆ อาทิ งานแสดงสินค้าเครื่องใช้ภายในบ้าน อาจแบ่งเป็นกลุ่มสินค้าตกแต่งบ้าน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก หรืออาจ

แบ่งเป็นกลุ่มตามประเภทของผู้ซื้อ อาทิ กลุ่มสินค้าสำหรับผู้ซื้อในปริมาณมาก กลุ่มสินค้าที่มีดีไซน์ที่โดดเด่น กลุ่มสินค้าที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียง รวมทั้งมีการจัดแบ่งเป็นกลุ่มประเทศ โดยผู้ผลิตจากประเทศเดียวกันจะรวมตัวกันจัดแสดงในพื้นที่บริเวณเดียวกัน (National Pavilion) มีความคาดหวังเชิงธุรกิจที่จะได้รับคำสั่งซื้อในพื้นที่และภายใน 6 เดือน 1 ปี การพบปะกับลูกค้าเดิมและต้องการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหม่ การเปิดตัวสินค้าใหม่ การเรียนรู้คู่แข่ง ซึ่งเป็นผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเดียวกันจากประเทศต่าง ๆ เพิ่มโอกาสที่จะสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกจากทั่วโลกภายในพื้นที่เดียว อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่จะเปรียบเทียบหาผู้ผลิตสินค้าที่เสนอราคาและคุณภาพเป็นที่น่าพอใจของผู้ซื้อ

3. งานแสดง สินค้าเฉพาะประเทศ หรือเฉพาะราย (Solo Show) เป็นการจัดงานแสดงสินค้าของบริษัทหรือประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียวในลักษณะ Event Marketing เป็นการจัดเฉพาะกิจ ไม่ต่อเนื่อง ผู้เข้าชมงานที่มีทั้งผู้ค้าปลีกและผู้นำเข้าซึ่งสนใจชมความหลากหลายของสินค้าและบริการจากประเทศหรือบริษัทนั้น ๆ รวมทั้งนวัตกรรมใหม่

1.1 เป้าหมายของผู้ประกอบการในการเข้าร่วมออกงานแสดงสินค้านี้มีประโยชน์ให้ประกอบการที่เข้าร่วมงาน 7 ประการ ดังนี้

1) ซื้อสินค้าและบริการ (Buying) เป็นจุดประสงค์หลักของการจัดงานแสดงสินค้าและงานแสดงสินค้านานาชาติ รวมทั้งยังเป็นการนำผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน ณ สถานที่และเวลาที่กำหนด โดยโอกาสทางการซื้อขายและแลกเปลี่ยนถือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าทั้งผู้ส่งออกและผู้เข้าร่วมงาน (Colin Butler et al., 2007) ซึ่งการเข้าร่วมงานของผู้ประกอบการอาหาร ถือเป็นโอกาสในการติดต่อธุรกิจในรูปแบบธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business) ซึ่งเป็นลักษณะของการค้าส่งหรือการค้าขายปริมาณมาก ระหว่างองค์กรกับองค์กรเพื่อนำไปจำหน่ายหรือ

เป็นวัตถุดิบในการผลิต สำหรับธุรกิจอาหารของผู้ประกอบการ (กิตติ ภัคดีวัฒนกุล และทวีศักดิ์ กาญจน สุวรรณ, 2547)

2) ขายสินค้าและบริการ (Selling) ถูกออกแบบมาเพื่อให้ช่วยในการขายสินค้าและบริการ ผ่านการเจรจาแบบตัวต่อตัวของผู้ซื้อและผู้ขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเจรจาแบบตัวต่อตัวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เนื่องจากลูกค้าสามารถได้เรียนรู้และทดลองสินค้าด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีรายงานระบุว่าผู้เข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าใช้เวลาเฉลี่ยมากกว่า 8.3 ชั่วโมง อยู่ในพื้นที่การจัดแสดงสินค้าและงานแสดงสินค้า

3) นำเสนอสินค้าใหม่ (New Product Introduction) ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่ที่เข้าชมงานจัดแสดงสินค้าและงานแสดงสินค้านานาชาติ มีจุดประสงค์คือค้นหาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นในอุตสาหกรรม ดังนั้นผู้จัดงานหรือผู้ประกอบการสามารถใช้งานจัดแสดงสินค้าในการนำเสนอสินค้าใหม่แก่ลูกค้า ซึ่งนอกจากเป็นการทดลองตลาดแล้ว ยังทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้าว่าเป็นอย่างไรต่อสินค้า และใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้มีประสิทธิภาพและตรงต่อความต้องการของตลาดมากขึ้น

4) ให้เกิดการรายงานข่าวของสื่อมวลชน (Media Coverage) ทำสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เข้ามาทำข่าวให้ธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักมากขึ้นในวงกว้างผ่านสื่อต่าง ๆ นอกจากนี้ สื่อต่าง ๆ ยังมีการดำเนินงานควบคู่ไปกับผู้จัดงานแสดงสินค้าในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานจัดแสดงสินค้า เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้และความตื่นตัวก่อนถึงเวลาการจัดงานดังกล่าว และทำให้จำนวนผู้เข้าร่วมงานมีมากขึ้นและส่งผลต่อการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าของผู้ประกอบการ

5) เพื่อให้ได้ข้อมูลของคู่แข่ง (Gaining Competitive Intelligence) เป็นการรวบรวมผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าจำนวนมากอยู่ในสถานที่เดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสามารถสังเกตถึงความก้าวหน้าของคู่แข่งรายอื่นได้ ไม่ว่าจะเป็นในด้านสินค้า การส่งเสริมการขาย ราคา ซึ่งข้อมูลคู่แข่ง

ที่ได้จากงานจัดแสดงสินค้าถือว่าเป็นข้อมูลที่มีค่าอย่างมาก เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจในการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ ผู้เข้าร่วมงานสามารถเปรียบเทียบสินค้าและบริการของผู้ขายแต่ละราย ซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างความแตกต่างทางด้านสินค้า และราคา เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Grzegorz Leszczynski & Marek Zielinski, 2011)

6) ใช้ปรับปรุงข้อมูลของอุตสาหกรรมและแนวโน้ม (Updating Industry Trends and Development) สามารถเข้าถึงเป้าหมายทางการตลาดด้วยการเสนอสินค้า หาผู้ซื้อรายใหม่ และใช้ประโยชน์จากตลาดต่างประเทศ รวมถึงได้ทราบข้อมูลล่าสุดในอุตสาหกรรม เพื่อเปรียบเทียบสินค้าระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน และภาพรวมของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Seul Ki Lim et al., 2012)

7) เพื่อสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์และแก้ปัญหา (Networking and Problem Solving) โดยส่วนใหญ่การจัดแสดงงานสินค้าส่วนมากมาจากความต้องการในการสนับสนุนอุตสาหกรรมของตนเอง ซึ่งเป็นกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันทางธุรกิจในอุตสาหกรรม (Xin Jin et al., 2012) โดยทั้งผู้จัดงานซึ่งเป็นผู้ขายและผู้ซื้อสินค้าต่างก็ใช้งานแสดงสินค้าและงานแสดงสินค้านานาชาติเป็นสถานที่ในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

1.2 ขั้นตอนการดำเนินงานการจัดงานแสดงสินค้า

การจัดงานแสดงสินค้าในแต่ละประเภทอาจมีเนื้อหา รูปแบบ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป แต่การจัดงานแสดงสินค้าให้ประสบความสำเร็จจะมีขั้นตอนการดำเนินงาน 5 ข้อ ดังนี้ (แสงสุริยา วรหาคำ, 2551)

1.2.1 การวางแผน เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญที่สุดก่อนที่จะลงมือปฏิบัติในงานทุกประเภท สามารถส่งผลให้ประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวในแต่ละงานได้ การวางแผนที่ดีจะช่วยให้งานมีประสิทธิภาพ ซึ่งคำถามที่ใช้เป็นพื้นฐานการวางแผนทั่วไปมี 6 ประการ ได้แก่

1) ประเภทของงาน (What) ผู้จัดงานต้องระบุชื่อของงานให้ชัดเจน เช่น การจัดงานแสดงสินค้า งานมหกรรม, การงานแสดงสินค้า, งานแสดงเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นต้น

2) วัตถุประสงค์ของการจัดงาน (Why) กำหนดจุดมุ่งหมายของงานที่ให้ความสำคัญในการจัดงานเพื่ออะไร เช่น จัดงานแสดงสินค้าเครื่องจักรเพื่อแสดงเทคโนโลยี นวัตกรรมและต่อยอดธุรกิจ จัดงานไทยเที่ยวไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ เป็นต้น

3) สถานที่ (Where) การจัดงานควรคำนึงถึงสถานที่ หรือทำเลที่ตั้ง มีการคมนาคมสะดวกมากน้อยเพียงใด ส่วนใหญ่การจัดงานที่ได้รับความสนใจจะต้องเดินทางสะดวกไม่ห่างไกลจากกลุ่มเป้าหมายมากนัก งานบางประเภทสามารถจัดในชุมชนนั้นได้เลย จะทำให้ส่งเสริมการรับรู้ได้ดียิ่งขึ้น

4) ระยะเวลา (When) งานนั้นจัดขึ้นเมื่อไหร่ ก็วัน ช่วงเวลาไหน

5) ผู้จัดและกลุ่มเป้าหมาย (Who) ใครคือผู้จัดหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัด โดยผู้จัดมีศักยภาพในการจัดเพียงใด ใครคือกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะได้รับประโยชน์ จากการเข้าร่วมกิจกรรมงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นแต่ละครั้ง ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการจัดงานแสดงสินค้ามีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบอื่น ๆ แทบทุกด้าน

6) วิธีจัดงาน (How) เป็นคำถามสุดท้ายที่สำคัญที่สุดซึ่งจะนำไปสู่การลงมือปฏิบัติงานให้บรรลุ วัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพเป็นคำถามที่ต้องการคำตอบในเชิงบูรณาการทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติตั้งแต่ขั้นแรกถึงขั้นสุดท้ายของการดำเนินงาน

1.2.2 ชั้นปฏิบัติการ เป็นการลงมือปฏิบัติจากแผนที่ได้วางไว้นำไปใช้งานจริง มีขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1) การออกแบบ เป็นหัวใจหลักของการจัดงานแสดงสินค้า ที่กระตุ้นความน่าสนใจของงาน ช่วยให้ผู้ชมให้เข้าไปชมงานอย่างมีความหมาย การออกแบบจะมีทั้งออกแบบโครงสร้าง ออกแบบเพื่อตกแต่ง ออกแบบสื่อ 2 มิติ ออกแบบสื่อ 3 มิติ สื่อผสม สื่อมัลติมีเดีย สื่อกิจกรรม ซึ่งการออกแบบจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย เช่น ฝ่ายศิลปกรรม วิศวกร สถาปนิก ฝ่ายช่าง ฝ่ายบริหาร ฝ่ายการตลาด เป็นต้น

2) การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการจัดงานแสดงสินค้าแต่ละครั้งต้องใช้วัสดุอุปกรณ์เป็นจำนวนมาก เช่น อุปกรณ์จัดสถานที่ อุปกรณ์แสงสีเสียง อุปกรณ์วัสดุเพื่อการแสดง โสตทัศนวัสดุ เป็นต้น อาจจะใช้วิธี ยืม เช่า จัดซื้อ จัดหา จัดทำ ดังนั้นควรทำตารางรายการวัสดุแยกประเภท และตรวจสอบเพื่อป้องกันการสูญหาย

3) การลงมือติดตั้ง เป็นขั้นตอนของการจัดวางทุกอย่างตามแผนผังที่ได้วางแผนไว้แล้ว โดยการติดตั้งต้องทำให้เสร็จเรียบร้อยและต้องทดลองเปิดใช้งานก่อนวันงานจริง

4) การควบคุมความปลอดภัย เป็นการป้องกันไม่ให้ผู้ชมได้รับอันตรายใด ๆ จากการเข้าชมงาน แสดงสินค้าโดยเฉพาะอุบัติเหตุจากการติดตั้งวัสดุอุปกรณ์สินค้า อุบัติเหตุจากการทดลองการแข่งขันและการสาธิต สิ่งเหล่านี้คณะผู้จัดงานต้องจัดการควบคุมดูแลไว้อย่างรอบคอบ

6) องค์ประกอบแบบโต้ตอบ (Interactive elements) เช่น หน้าจอสัมผัสหรือการสาธิตสินค้า สามารถช่วยดึงดูดผู้เข้าชมและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำได้ องค์ประกอบเหล่านี้ควรรวมเข้ากับการออกแบบบูรณาการอย่างระมัดระวัง

7) โลจิสติกส์ (Logistics) การติดตั้งบูธและการถอนการติดตั้งการจัดแสดงจะต้องได้รับการพิจารณา รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น การจัดส่งการจัดเก็บและการจัดพนักงาน การวางแผนอย่าง

รอบคอบและความใส่ใจในรายละเอียดสามารถช่วยให้แน่ใจว่าการจัดแสดงจะประสบความสำเร็จ
เป็นต้น

1.2.3 ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งที่ผู้จัดงานต้องให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์
เพราะเป็นการนำเครื่องมือ การสื่อสารการตลาดอื่น ๆ มาประยุกต์ร่วมกัน การโฆษณา เพื่อเชิญชวน
หรือชักจูงหรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่ ประชาชน เพื่อให้ทราบ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับงานแสดงสินค้า
เช่น งานแสดงสินค้ามีการจัดระหว่างวันที่ เดือน ปี ภายในงานมีการจัดแสดงอะไรบ้าง รายการใดที่มี
ความสำคัญ หรือมีคุณค่ามาก เก็บเงินค่าผ่านประตูหรือไม่ เป็นต้น โดยผู้สนใจสามารถตรวจสอบ
ตารางงานแสดงสินค้า

ตารางงาน IMPACT เมืองทองธานี





[ทวีต](#)

งานซูเปอร์ริคส์	งาน IMPACT เมืองทอง	งานโลก นางน	งานสวนพารากอน
-----------------	---------------------	-------------	---------------

ติดต่อ
บจก.ไออี แคมป์ดอล
โทร. 02-406-2853

สินเชื่เพื่อจัดนิทรรศการ
สมัครสินเชื่อได้ตั้งแต่
- ประภวราคา

(9 รายการ)

 <p>The 44th Bangkok International Motor Show 2023 IMPACT เมืองทองธานี</p>	 <p>Central ลดๆ ซอเป็ด 2023 IMPACT เมืองทองธานี</p>	 <p>The 10th Printtech & Signage 2023 IMPACT เมืองทองธานี</p>	 <p>The 7th Garment Screen & Embroidery Expo 2023 IMPACT เมืองทองธานี</p>
---	--	--	---

รูปภาพที่ 1 ตารางงานแสดงสินค้าที่อิมแพคอารีน่า เมืองทองธานี
ที่มา allthaievent.com

1.2.4 ขั้นตอนการนำเสนอ เป็นการแสดงเนื้อหาข้อมูลให้ผู้ชมได้รับรู้ ได้ทดลอง จับต้อง หรือ
การเข้าร่วมกิจกรรมตามที่ได้วางแผน ออกแบบ ติดตั้งไว้ ประกอบไปด้วยพิธีเปิด ซึ่งเป็นกิจกรรมแรกที่

แสดงถึงความพร้อมที่จะให้เข้าร่วมงานอย่างเป็นทางการ การนำชม ผู้จัดการงานต้องพาประธานที่เป็ดงาน
เดินชมจุดที่สำคัญในงาน บรรยายถ่ายทอดความรู้ ที่จัดแสดงตลอดจนให้คำแนะนำ ถามตอบผู้ชมงาน
พิธีกรแต่ละจุดจะต้องมีหน้าที่ตั้งแต่วันแรกจนวันสุดท้ายของงาน กิจกรรมของงานควรมีความ
สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งอาจเป็นกิจกรรมวิชาการ

1.2.5 การประเมินผลและสรุป การประเมินผลในการจัดงานสามารถทำได้หลายมิติ (เกรียง
ไกร กาญจนะโกคิน, 2555) โดยเฉพาะการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Hit Objective) ทุกกิจกรรมที่จัด
ต้องตั้งวัตถุประสงค์ วิธีการประเมินผลกิจกรรม อย่างแรก ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ อาทิ
ถ้าต้องการสร้างยอดขาย หลังจากจบงานสร้างยอดขายได้ตามเป้าที่กำหนดหรือไม่ หรือถ้าต้องการ
สื่อสารอะไรออกไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ได้ถูกสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงไร
สามารถผลักดันไปในทิศทางที่คุณต้องการได้หรือไม่ สุดท้ายเป็นการประเมินผลผู้เข้าร่วมงานว่าเป็นไป
ตามเป้าหมายหรือไม่ โดยวัดจากจำนวนและคุณภาพของผู้เข้าร่วมงาน อาทิ ตั้งเป้าคนร่วมงาน รวมถึง
กำหนดคุณสมบัติที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางสังคม และรายได้
ในขณะที่ภาพข่าวกิจกรรม อีเว้นท์ที่เผยแพร่ตามสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ ออกอากาศ
ไปกี่นาที นำเอาช่วงเวลาที่ออกอากาศ (Air Time) มาตีราคา สื่อสิ่งพิมพ์ ดีพิมพ์ที่เล่ม หรือสื่อ
ออนไลน์มีข่าวประชาสัมพันธ์ บล็อก หรือกระแสวิพากษ์วิจารณ์น้อยเพียงใด คำนวณออกมาเป็นจำนวน
เงินว่าถ้าต้องเสียค่าใช้จ่ายต้องใช้งบเท่าไรในการซื้อ นอกจากนี้การสื่อสารที่จัดขึ้นสามารถสื่อสารได้
ถูกต้องมากน้อยเพียงใด มีบริษัทวิจัยชั้นนำที่มีการประเมินผลการสื่อสารโดยวัดจากผู้เข้าร่วมงานทั้ง
ก่อนเข้า ร่วมและหลังจบงานว่าผู้เข้าร่วมงานได้รับรู้ รู้สึกอย่างไรกับตราสินค้าไม่ชอบส่วนไหน
ประทับใจหรือไม่ สามารถกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานไปในทิศทางที่ผู้จัดต้องการมากน้อยแค่ไหนอย่างไร
ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การ กำหนดว่าผู้จัดต้องการทราบอะไรจากการประเมินผลกิจกรรมนั้น ๆ ได้เรียนรู้สิ่งที่
ทำว่ามีผลต่อผู้เข้าร่วมงานมากน้อยเพียงใด ทำให้รู้ว่าผู้เข้าร่วมงานชอบอะไร ไม่ชอบอะไร หรือการ

สื่อสารกับผู้ร่วมงานเป็นไปได้ดีมากน้อยเพียงใด โดยนำผลประเมินนี้ไปพัฒนารูปแบบงานทั้งใน รูปแบบที่เคยทำแล้วหรือพัฒนาไปสู่การสร้างสรรค์งานอื่น ๆ หรือการสื่อสาร ให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า งานแสดงสินค้าซึ่งเป็นพื้นที่ในการนำเสนอสินค้าหรือบริการต่อสาธารณะ นั้นมีบทบาทสำคัญในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ สร้างการรับรู้แบรนด์ และเพิ่มยอดขาย งานแสดง สินค้าครั้งแรกในไทยจัดขึ้นโดยพระราชดำริของรัชกาลที่ 5 เมื่อวันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2425 ซึ่งเป็นการเผยแพร่และส่งเสริมสินค้าไทย และเป็นส่วนหนึ่งของการฉลองพระนครร้อยปี

ปัจจุบันหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 อุตสาหกรรมนี้มีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจ คาดว่าตลาดงานอีเวนต์ และงานแสดงสินค้าทั่วโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 50.01 พันล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2570 งานแสดงสินค้าเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนหลักของการค้าโลกและการเติบโตทาง เศรษฐกิจ โดยมี 3 ประเภทหลักได้แก่ งานแสดงสินค้าทั่วไป งานแสดงสินค้าเฉพาะประเภท และงาน แสดงสินค้าเฉพาะประเทศหรือเฉพาะราย ผู้ประกอบการมีเป้าหมายหลายประการในการเข้าร่วมงาน แสดงสินค้า เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ นำเสนอสินค้าใหม่ การรายงานข่าวของสื่อมวลชน, การได้ข้อมูลของคู่แข่ง การอัปเดตข้อมูลอุตสาหกรรมและแนวโน้ม และการสร้างเครือข่าย ความสัมพันธ์และแก้ปัญหา การจัดงานแสดงสินค้าที่ประสบความสำเร็จมีขั้นตอนการดำเนินงาน หลักๆ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การปฏิบัติการ การประชาสัมพันธ์ การนำเสนอ และการ ประเมินผลและสรุป การวางแผนเป็นขั้นตอนสำคัญที่ต้องระบุประเภทของงาน วัตถุประสงค์ สถานที่ ระยะเวลา ผู้จัดกลุ่มเป้าหมาย และวิธีการจัดงาน การปฏิบัติการประกอบด้วยการออกแบบ การจัดหา วัสดุอุปกรณ์การติดตั้งและการควบคุมความปลอดภัย ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์เน้นการแจ้งข่าวสาร และเชิญชวนผู้ชม ขณะที่การนำเสนอเป็นการแสดงเนื้อหาข้อมูลและการเข้าร่วมกิจกรรม สุดท้ายคือ การประเมินผลเพื่อดูว่ากิจกรรมนั้นบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจงานแสดงสินค้าในประเทศไทย (Stakeholder of Thai Exhibition Industry)

ผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ได้แก่ ผู้แสดงสินค้า (Exhibitor) ผู้เข้าร่วมงาน (Visitor) ผู้จัดงาน (Organizer) และผู้ให้บริการ (Service Provider) โดย ผู้แสดงสินค้า คือ บริษัท หรือองค์กรที่แสดงสินค้าหรือบริการของตนในงานแสดงสินค้า ในขณะที่ผู้เข้าร่วมเป็นบุคคลหรือ บริษัท ที่เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า ผู้จัดงานมีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผนและดำเนินงานจัดงานแสดงสินค้า ในขณะที่ผู้ให้บริการเสนอบริการสนับสนุนต่าง ๆ เช่น โลจิสติกส์การจัดเลี้ยงและการตลาด

อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับแนวโน้มในอนาคต ตามรายงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า (TCEB) พบว่า จำนวนการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 เป็น 222 ครั้งในปี พ.ศ. 2561 โดยมีผู้แสดงสินค้าทั้งหมด 31,102 ราย และผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า 2.8 ล้านคน (TCEB, 2019) การเติบโตนี้เป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ รวมถึงการสนับสนุนของรัฐบาลสำหรับอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าและจำนวนงานระดับนานาชาติที่เพิ่มขึ้นในประเทศไทย (Oxford Business Group, 2020) ถึงแม้จะมีความท้าทาย แต่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศไทยมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับอนาคต ตามรายงานของ TCEB คาดว่าอุตสาหกรรมนี้จะสร้างรายได้ 100,000 ล้านบาทภายในปีพ.ศ. 2568

ทฤษฎีการกระจายของนวัตกรรม Diffusion of Innovation (DOI) (Wayne W LaMorte, 2022) เป็นหนึ่งในทฤษฎีสังคมศาสตร์ที่เก่าแก่ที่สุด มันเกิดขึ้นในการสื่อสาร เพื่ออธิบายว่าเมื่อเวลาผ่านไปความคิดหรือสินค้าได้รับแรงผลักดันและกระจาย (หรือแพร่กระจาย) ผ่านประชากรหรือระบบ

สังคมที่เฉพาะเจาะจง ผลลัพธ์สุดท้ายของการแพร่กระจายนี้ คือ ผู้คนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม นำแนวคิดพฤติกรรมหรือสินค้าใหม่มาใช้ หมายความว่าบุคคลทำสิ่งที่แตกต่างจากที่เคยมีมาก่อนหน้านี้ เช่นซื้อหรือใช้สินค้าใหม่รับและดำเนินงานพฤติกรรมใหม่ โดยถูกยวบงสำคัญในการนำไปใช้ คือ บุคคลต้องรับรู้ความคิดพฤติกรรมหรือสินค้าว่าเป็นสิ่งใหม่หรือนวัตกรรม มันผ่านสิ่งนี้ที่การแพร่กระจายเป็นไปได้

ตามทฤษฎี Diffusion of Innovation ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทยสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามการยอมรับและการยอมรับแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ นี้ คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่จัดหมวดหมู่ตามทฤษฎีนี้

1) นักประดิษฐ์ (Innovators) เป็นกลุ่มแรกที่น่าแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ ในบริบทของอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทยผู้เริ่มอาจรวมถึงผู้จัดงานแสดงสินค้าหรือ บริษัท ที่อยู่ในระดับแนวหน้าของการนำเทคโนโลยีแนวโน้มหรือแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ มาใช้ โดยเปิดรับความเสี่ยงและสำรวจแนวทางที่เป็นนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดงานแสดงสินค้า

2) กลุ่มนำสมัย (Early adopters) เป็นกลุ่มที่สองที่น่านวัตกรรมมาใช้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้ มักมีอิทธิพลและได้รับการยอมรับ ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทยผู้เริ่มใช้งาน อาจรวมถึงผู้จัดงานที่ก้าวหน้าผู้แสดงสินค้าหรือสมาคมอุตสาหกรรมที่ระหนกถึงประโยชน์ ที่อาจเกิดขึ้นจากแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ และเต็มใจที่จะยอมรับ

3) กลุ่มทันสมัย (Early Majority) ประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่น่านวัตกรรมมาใช้ หลังจากช่วงเวลาของการสังเกตและประเมินผลในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าส่วนใหญ่ รวมถึงผู้จัดงานแสดงสินค้าผู้แสดงสินค้าหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่ติดตามความสำเร็จและผลลัพธ์ของนวัตกรรมที่ดำเนินงานโดยผู้เริ่มและผู้ริเริ่มอย่างใกล้ชิด

4) กลุ่มตามสมัย (Late Majority) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่นำนวัตกรรมมาใช้ก็ต่อเมื่อเห็นว่าเป็นคนอื่น ๆ ส่วนใหญ่ได้นำนวัตกรรมมาใช้แล้ว ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทยส่วนใหญ่มารวมถึงผู้จัดงานแสดงสินค้าผู้แสดงสินค้าหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่ไม่ชอบความเสี่ยงและชอบที่จะสังเกตการนำนวัตกรรมไปใช้อย่างประสบความสำเร็จก่อนที่จะยอมรับ

5) กลุ่มปลายสมัย (Laggards) เป็นกลุ่มสุดท้ายที่นำนวัตกรรมมาใช้ มักจะทนต่อการเปลี่ยนแปลงและอาจสงสัยเกี่ยวกับประโยชน์ของแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทย laggards อาจรวมถึงผู้จัดงานแสดงสินค้าผู้แสดงสินค้าหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่ลังเลที่จะใช้เทคโนโลยีหรือแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ และชอบที่จะยึดติดกับวิธีการแบบดั้งเดิม

สิ่งสำคัญคือต้องทราบว่าการแพร่กระจายของทฤษฎีนวัตกรรมเป็นกรอบทั่วไปและพฤติกรรมที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละคนอาจแตกต่างกันไป นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถย้ายไปมาระหว่างหมวดหมู่เมื่อเวลาผ่านไปเมื่อพวกเขาเปิดรับนวัตกรรมมากขึ้นหรือเมื่อนวัตกรรมใหม่ เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผู้มีส่วนได้เสียหลักประกอบด้วยผู้แสดงสินค้า ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน และผู้ให้บริการ โดยแต่ละกลุ่มมีบทบาทสำคัญในการทำให้งานแสดงสินค้าเป็นไปได้และประสบความสำเร็จ ทั้งนี้อุตสาหกรรมนี้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหลังการแพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่งมีผลต่อการจัดงานแสดงสินค้าทั้งในแง่ของจำนวนงานและผู้เข้าร่วมงาน

ทฤษฎีการกระจายของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ช่วยอธิบายว่านวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ๆ กระจายไปในสังคมอย่างไร ซึ่งสามารถนำมาใช้กับอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าได้ โดยแบ่งผู้มีส่วนได้เสียเป็นหมวดหมู่ตามการยอมรับและการนำไปใช้นวัตกรรม ได้แก่ นักประดิษฐ์

กลุ่มนำสมัย กลุ่มทันสมัย กลุ่มตามสมัย และกลุ่มปลายสมัย แต่ละกลุ่มมีลักษณะและพฤติกรรมที่แตกต่างกันในการยอมรับและใช้นวัตกรรมใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมนี้

การเติบโตของอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าของไทยมีแนวโน้มที่ดี โดยมีการคาดการณ์ว่าจะสร้างรายได้ถึง 100,000 ล้านบาทภายในปี พ.ศ. 2568 ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมนี้มีทัศนคติที่เป็นบวกและมองเห็นโอกาสทางธุรกิจในอนาคตอย่างชัดเจน และแม้จะมีความท้าทาย แต่แนวโน้มทั้งหมดชี้ไปที่การเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมนี้

3. แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาในการที่เกี่ยวข้องกับบูธแสดงสินค้า (Challenges and Obstacles of Exhibition Booth)

กระบวนการสร้างบูธมีบทบาทสำคัญในงานแสดงสินค้าและนิทรรศการเนื่องจากเป็นรากฐานสำหรับผู้แสดงสินค้าในการแสดงสินค้าของตนและมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วม ความท้าทายทั่วไปที่ต้องเผชิญระหว่างการก่อสร้างบูธและเน้นย้ำถึงอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้ดังนี้

3.1 ความซับซ้อนในการออกแบบ

หนึ่งในความท้าทายหลักในการก่อสร้างบูธ คือ การจัดการกับการออกแบบที่ซับซ้อนและคำขอปรับแต่งจากผู้แสดงสินค้า ผู้แสดงสินค้าจำนวนมากแสวงหาโครงสร้างบูธที่เป็นเอกลักษณ์และสะดุดตา ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการสร้างตราสินค้า อย่างไรก็ตามการออกแบบที่ซับซ้อนอาจเป็นเรื่องที่ท้าทายในแง่ของความเป็นไปได้ทางวิศวกรรมการเลือกวัสดุและการพิจารณางบประมาณ การสร้างสมดุลระหว่างสุนทรียศาสตร์กับข้อจำกัด ในการก่อสร้างในทางปฏิบัติจำเป็นต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบและการทำงานร่วมกันระหว่างผู้แสดงสินค้านักออกแบบบูธและผู้รับเหมา

3.2 ข้อจำกัดด้านโลจิสติกส์

การก่อสร้างบูรณเกี่ยวข้องกับจัดการด้านโลจิสติกส์ต่าง ๆ อาจก่อให้เกิดความท้าทายที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ การประสานงานการจัดส่งและการขนส่งวัสดุบูรณ เพื่อให้แน่ใจว่ามีอุปกรณ์และทรัพยากรตรงเวลาและการจัดการการตั้งค่าและการรื้อถอนใหม่ไลน์ จำเป็นต้องมีการวางแผนและการประสานงานอย่างพิถีพิถัน การเข้าถึงห้องโถงงานแสดงสินค้าที่ จำกัด ตารางเวลาที่แน่นอน และการประสานงานกับผู้ขายหลายรายอาจทำให้โลจิสติกส์ซับซ้อนยิ่งขึ้น การจัดการโลจิสติกส์การสื่อสารและการวางแผนฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญในการเอาชนะความท้าทายเหล่านี้ และทำให้กระบวนการก่อสร้างบูรณราบรื่น

3.3 เทคนิคและความปลอดภัย

การก่อสร้างบูรณมักเกี่ยวข้องกับการผสมผสานองค์ประกอบทางเทคนิคเช่นการติดตั้งระบบไฟฟ้าระบบแสงสว่างอุปกรณ์ภาพ เสียงและความมั่นคงของโครงสร้าง โดยการรับรองการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัยการบำรุงรักษาสายไฟและสายเคเบิลที่เหมาะสม และการยึดมั่นในความสามารถในการรับน้ำหนักเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องมีความเชี่ยวชาญและใส่ใจในรายละเอียด การวางแผนและการกำกับดูแลทางเทคนิคที่ไม่เพียงพออาจนำไปสู่อันตรายด้านความปลอดภัยความผิดปกติของอุปกรณ์หรือความล่าช้าในกระบวนการก่อสร้าง การมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้รับเหมาที่มีคุณสมบัติเหมาะสมดำเนินการตรวจสอบความปลอดภัยอย่างละเอียดและการใช้มาตรการควบคุมคุณภาพที่เข้มงวดเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการกับการพิจารณาทางเทคนิคและสร้างความมั่นใจในการก่อสร้างบูรณที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้

3.4 ข้อจำกัดด้านเวลา

ความท้าทายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการก่อสร้างบูรณ คือ กรอบเวลาที่จำกัด สำหรับการติดตั้งและรื้อถอน ผู้แสดงสินค้าน่าจะเผชิญกับกำหนดเวลาในการก่อสร้างบูรณให้เสร็จสมบูรณ์ก่อนที่งานแสดงสินค้าจะเปิด ความล่าช้าในการก่อสร้างอาจส่งผลกระทบต่อเป็นข้อส่งผลกระทบต่อ

เตรียมงานแสดงสินค้าอื่น ๆ และอาจรบกวนผู้แสดงสินค้าในงาน การจัดการโครงการที่มีประสิทธิภาพ ระยะเวลาที่ชัดเจนการประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการแก้ไขปัญหาเชิงรุกเป็นสิ่งสำคัญในการตอบสนองข้อจำกัด ด้านเวลาและให้แน่ใจว่าบูธจะเสร็จสิ้นทันเวลา

3.5 ข้อจำกัดด้านงบประมาณ

ข้อจำกัดด้านงบประมาณเป็นอุปสรรคทั่วไปในการก่อสร้างบูธ ผู้แสดงสินค้าน่าจะมีงบประมาณ จำกัด โดยต้องสร้างสมดุลระหว่างการบรรลุการออกแบบบูธที่น่าประทับใจและการจัดการต้นทุน การควบคุมค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างการจัดหาวัสดุราคาไม่แพง แต่ทนทานและการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดสรรทรัพยากรอาจเป็นงานที่ท้าทาย การวางแผนงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ การประมาณต้นทุนและการจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่องตลอดกระบวนการก่อสร้างมีความสำคัญต่อการเอาชนะข้อจำกัดด้านงบประมาณ การจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบที่จำเป็น การสำรวจทางเลือกที่ประหยัดต้นทุนและการรักษาการสื่อสารแบบเปิดกับผู้ขายและผู้รับเหมาสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งบประมาณและส่งเสริมการก่อสร้างบูธที่คุ้มค่า

3.6 การใช้วัสดุมากเกินไป

บูธหลายแห่งได้รับการออกแบบให้โดดเด่นและประณีตส่งผลให้มีการใช้วัสดุจำนวนมากอย่างไม่เหมาะสม โลหะและผ้า การผลิตและการกำจัดวัสดุเหล่านี้มีส่วนช่วยในการตัดไม้ทำลายป่า การสูญเสียทรัพยากร และการสร้างของเสียที่เพิ่มขึ้น เพื่อลดความท้าทายนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรพิจารณานำหลักการออกแบบที่ยั่งยืนมาใช้ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และลดการสูญเสียวัสดุบูธและส่วนประกอบแบบใช้ครั้งเดียว

อุปสรรคที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ความชุกของบูธและส่วนประกอบแบบใช้ครั้งเดียว การก่อสร้างบูธแบบดั้งเดิมมักเกี่ยวข้องกับการสร้างโครงสร้างและส่วนประกอบที่สร้างขึ้นเอง ซึ่งใช้สำหรับเหตุการณ์เดียวแล้วทิ้ง การปฏิบัตินี้นำไปสู่การสร้างของเสียจำนวนมากและก่อให้เกิดการ

สูญเสียทรัพยากร การส่งเสริมการนำวัสดุบูธกลับมาใช้ใหม่การใช้ระบบโมดูลาร์และการส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมงานเลือกทางเลือดยั่งยืน สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการก่อสร้างบูธแบบใช้ครั้งเดียว

3.7 การจัดการของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ

การจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพในระหว่างการก่อสร้างบูธเป็นสิ่งสำคัญในการลดของเสียจากสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามแนวทางการจัดการขยะที่ไม่เพียงพอยังคงเป็นความท้าทายในการจัดงานแสดงสินค้าจำนวนมาก เศรษฐกิจวงจรชีวิตและส่วนประกอบบูธที่ถูกทิ้งมักจะลงเอยด้วยการฝังกลบแทนที่จะถูกรีไซเคิล หรือกำจัดอย่างเหมาะสม การส่งเสริมการแยกขยะที่เหมาะสมการดำเนินโครงการรีไซเคิล และการให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมงานและผู้รับเหมาเกี่ยวกับแนวทางการจัดการขยะอย่างยั่งยืนสามารถช่วยจัดการกับความท้าทายนี้และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของการก่อสร้างบูธ

3.8 การใช้พลังงานและการปล่อยมลพิษ

การก่อสร้างและการดำเนินงานของบูธงานแสดงสินค้ามีส่วนช่วยในการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ระบบแสงสว่างเครื่องทำความร้อนการระบายอากาศและระบบปรับอากาศ รวมถึงอุปกรณ์ไอศทุบอุปกรณ์ใช้พลังงานจำนวนมาก นอกจากนี้ การใช้เครื่องกำเนิดไฟฟ้าและยานพาหนะขนส่งสำหรับการติดตั้งบูธและการรื้อถอนจะเพิ่มการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความซับซ้อนในการออกแบบ คือ การสร้างบูธที่มีเอกลักษณ์และสะดุดตา ต้องใช้การออกแบบที่ซับซ้อน ทั้งในด้านวิศวกรรม การเลือกวัสดุ และการพิจารณางบประมาณ ซึ่ง

ต้องการการวางแผนและการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้แสดงสินค้า นักออกแบบบูธ และผู้รับเหมา โดยจำแนกรายด้านได้ดังนี้

ด้านข้อจำกัดด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดการโลจิสติกส์ในการจัดส่งและขนส่งวัสดุบูธเป็นความท้าทาย โดยเฉพาะในงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ การประสานงานและการวางแผนอย่างรอบคอบเป็นสิ่งจำเป็น

ด้านเทคนิคและความปลอดภัย คือ การติดตั้งระบบไฟฟ้า ระบบแสงสว่าง และความมั่นคงของโครงสร้างต้องตรวจสอบด้านความปลอดภัยอย่างละเอียด การบำรุงรักษาสายไฟและสายเคเบิลที่เหมาะสม และการยึดมั่นในความสามารถในการรับน้ำหนักเป็นปัจจัยสำคัญ

ด้านข้อจำกัดด้านเวลา คือ การติดตั้งและรื้อถอนบูธมีกรอบเวลาจำกัด ความล่าช้าอาจส่งผลกระทบต่อเตรียมงานแสดงสินค้าอื่น ๆ การจัดการโครงการที่มีประสิทธิภาพและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญ

ด้านข้อจำกัดด้านงบประมาณ คือ ผู้แสดงสินค้ามักมีงบประมาณจำกัด การควบคุมค่าใช้จ่ายและการหาวัสดุที่ประหยัดต้นทุนเป็นสิ่งจำเป็น

ด้านการใช้วัสดุมากเกินไป คือ การออกแบบบูธที่ใช้วัสดุจำนวนมากทำให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรและสร้างของเสีย การนำหลักการออกแบบที่ยั่งยืนมาใช้สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้

ด้านการจัดการของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ คือ การจัดการขยะที่ไม่เพียงพอทำให้เกิดของเสียจำนวนมากที่อาจฝังกลบแทนการรีไซเคิลหรือการจัดการอย่างเหมาะสม

ด้านการใช้พลังงานและการปล่อยมลพิษ คือ การก่อสร้างบูธมีส่วนช่วยในการใช้พลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การหาทางเลือกที่ยั่งยืนสำหรับพลังงานและวัสดุสามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับการจำแนกบูธในงานแสดงสินค้า (Classification of trade shows booths)

หน่วยโครงสร้างที่ใช้สำหรับกิจกรรมงานแสดงสินค้า เรียกว่า บูธ เป็นมีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะ ส่วนหลักของการจัดงานแสดงสินค้า ด้วยการพัฒนาของอุตสาหกรรมการประชุมและงานแสดงสินค้า (Wang Xinsheng, 2021) ทำให้มีการแบ่งบูธออกเป็นหลายประเภทดังนี้

4.1 การจำแนกประเภทบูธในงานแสดงสินค้าตามสถานที่ (Classification by Location)

1) บูธกลางแจ้ง (Outdoor Booth) บูธที่ออกแบบและสร้างขึ้นในสถานที่กลางแจ้ง บูธกลางแจ้งสำหรับงานแสดงสินค้าเป็นโครงสร้างชั่วคราวที่จัดตั้งขึ้นกลางแจ้งเพื่อแสดงสินค้าหรือตราสินค้าในงานแสดงสินค้างานแสดงสินค้าหรือเหตุการณ์ที่คล้ายกัน บูธกลางแจ้งอาจมีรูปแบบและขนาดที่แตกต่างกัน แต่โดยทั่วไปแล้วจะได้รับการออกแบบมาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชมและแสดงสินค้าหรือบริการในลักษณะที่มีส่วนร่วมและดึงดูดสายตา



รูปภาพที่ 2 รูปแบบบูธกลางแจ้ง

ที่มา <https://www.proglobalevents.com/blog/outdoor-exhibition-booth-design/>

บูธกลางแจ้งมักได้รับการออกแบบให้เป็นแบบแยกส่วน ทำให้สามารถประกอบและถอดประกอบได้ง่ายสำหรับการขนส่งและจัดเก็บ ส่วนใหญ่มีส่วนป้องกันปัญหาของพื้นที่กลางแจ้ง เช่น แดดจ้าหรือฝน หรือ การยึดพื้น อาจมีส่วนประกอบของการแสดงสินค้า เช่น ป้ายไฟที่นั้งและ

อุปกรณ์แสดงสินค้า เป้าหมายของบูธกลางแจ้ง คือ การสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและมีส่วนร่วมสำหรับผู้เข้าชม และเพื่อสื่อสารคุณค่าของสินค้าที่นำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างบางส่วนของสินค้าที่อาจจัดแสดงในบูธกลางแจ้ง ได้แก่ อุปกรณ์กลางแจ้ง อุปกรณ์ทำสวนสินค้าปรับปรุงบ้านสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม รถยนต์ และจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว บูธกลางแจ้งเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการสร้างโอกาสในการขายสร้างการรับรู้ถึงตราสินค้าและสร้างยอดขายในหลากหลายอุตสาหกรรม ตัวอย่างของบูธกลางแจ้ง ได้แก่ งานกิจกรรมการตลาด และงานแสดงสินค้าเคลื่อนที่

4.1.1 กิจกรรมกลางแจ้ง

การนำเสนอสินค้าและบริการ บางอย่างก็ทำงานได้โดยใช้กิจกรรมกลางแจ้ง กิจกรรมในธีมกีฬาและฟิตเนส อาทิ การแข่งขันบาสเก็ตบอลสามต่อสาม หรือ เทศกาลดนตรี กิจกรรมกลางแจ้งส่วนใหญ่ มักเกิดขึ้นในพื้นที่เปิดโล่งกว้าง กิจกรรมหลักส่วนใหญ่มักเน้นไปที่เวทีหลักที่มีจอภาพและระบบเสียง เมื่อใดก็ตามที่ต้องการขยายการเข้าถึงของผู้เข้าร่วมงานนอกเหนือจากผู้เข้าร่วมการประชุมและดึงดูดผู้คนที่เดินผ่านไปมาจากประชาชนทั่วไป กิจกรรมกลางแจ้งเป็นตัวเลือกที่ดีทำให้ผู้เข้าร่วมมีโอกาสได้สัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ

4.1.2 งานแสดงสินค้าเคลื่อนที่

งานแสดงสินค้าเคลื่อนที่ คือ การนำสินค้า บริการ หรือประสบการณ์ที่ผู้จัดต้องการนำเสนอ มาไว้บนยานพาหนะ อาทิ รถบรรทุก จากนั้นเดินทางไปนำเสนอในสถานที่ต่าง ๆ โดยมีการสร้างตราสินค้าแสดงอย่างเด่นชัดบนผนังด้านนอกและงานแสดงสินค้าทั้งหมดที่อยู่ภายใน สามารถนำประสบการณ์ทางการตลาดที่รับรู้ได้อย่างเต็มที่ไปยังธุรกิจหรือสถานที่ที่คุณต้องการกำหนดเป้าหมายโดยตรง อำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าร่วมงานไม่จำเป็นต้องเดินทาง หรือลดการเดินทาง



รูปภาพที่ 3 รถโรงหนังเฉลิมทัศน์

ที่มา <https://www.chiangmainews.co.th/social/2812989/>

โรงภาพยนตร์เคลื่อนที่ ขนาด 100 ที่นั่ง ที่มีระบบภาพและเสียงที่สมบูรณ์แบบสามารถเข้าถึงเยาวชนและชุมชนห่างไกลโรงภาพยนตร์ เคลื่อนที่ไปในสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากการรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ซึ่งเป็นกิจกรรมพิเศษทางสังคมที่ชุมชนและเยาวชนทุกคนจะรอคอยการมาของรถโรงภาพยนตร์เคลื่อนที่ ทำให้เกิดความทรงจำที่ดี และส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนให้มีแรงบันดาลใจในการสร้างอนาคตของตนเองที่จะเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติ (หนังสือพิมพ์เชียงใหม่, 2565)

2) บูธในร่ม (Indoor Booth) เป็นบูธที่ออกแบบและสร้างขึ้นในสถานที่ในร่ม โดยทั่วไปหมายถึง โครงสร้างขนาดเล็กที่ปิดล้อมหรือพื้นที่ภายในอาคารตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้ สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น บูธนำเสนอสินค้าตามห้างสรรพสินค้า หรือ ชุมข้อมูลสนามบินหรือสถานีรถไฟ บูธเหล่านี้มักได้รับการออกแบบให้มีขนาดกะทัดรัดและมีประสิทธิภาพมีพื้นที่เพียงพอสำหรับคนอย่างน้อยหนึ่งคนที่จะยืนหรือนั่งข้างในและให้บริการลูกค้าหรือทำงานเฉพาะ อาจสร้างขึ้นจากวัสดุที่หลากหลายเช่นไม้โลหะหรือแก้ว และอาจมีคุณสมบัติเช่นหน้าต่างหรือประตูสำหรับการระบายอากาศ และการเข้าถึง

บูธในที่ร่มเป็นวิธีที่สะดวกในการจัดหาพื้นที่ที่กำหนดสำหรับวัตถุประสงค์เฉพาะภายในอาคารหรือสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังสามารถช่วยสร้างความรู้สึกลงบเรียบร้อย โดยนำผู้คนไปยังพื้นที่เตรียมไว้จัดแสดงโดยเฉพาะสำหรับบริการหรือข้อมูล อำนวยความสะดวกด้วยสภาพแวดล้อมที่ควบคุม เช่นเครื่องปรับอากาศ แสงสว่างในพื้นที่จัดแสดง พื้นรับน้ำหนักที่มีรู้อยู่ สายไฟ อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย บูธในงานแสดงสินค้าในอาคารทั่วไปก็นับรวมเป็นส่วนหนึ่งของบูธประเภทนี้



รูปภาพที่ 4 ตัวอย่างบูธในร่ม งาน Automation Expo ที่ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาตินนทบุรีมา บริษัท ดีไซน์ อะไลฟ์ จำกัด

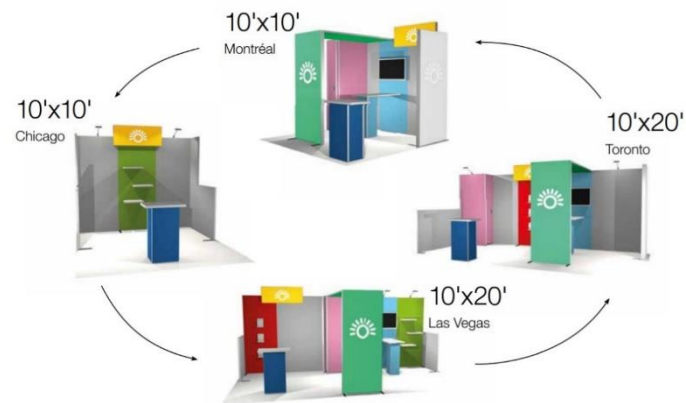
4.2 การจำแนกประเภทตามความคล่องตัว (Classification by mobility)

1) บูธทั่วไป (Common Booth) หมายถึง บูธงานแสดงสินค้าประเภทหนึ่งที่มีมักใช้ในงานแสดงสินค้าหรืองานแสดงสินค้าเดียว โดยทั่วไปจะจัดทำโดยผู้จัดแสดงและประกอบด้วยชุดอุปกรณ์งานแสดงสินค้านามาตรฐาน (Wang Xinsheng, 2021) เช่น โครงสร้าง ผนัง พรม แสง เป็นต้น ป้าย อุปกรณ์ผู้แสดงสินค้าแต่ละรายจะได้รับการจัดสรรส่วนหนึ่งของพื้นที่บูธเพื่อแสดงสินค้าหรือบริการของตน



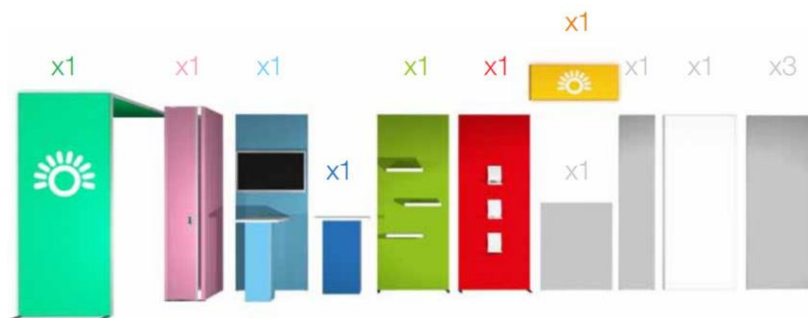
รูปภาพที่ 5 รูปบูธทั่วไป (Common Booth) ในงานมหกรรมด้านเทคโนโลยีการตลาดครั้งที่ 1
ที่มา บริษัท ดีไซน์ อะไลฟ์ จำกัด

2) บูธแบบแยกส่วน (Modular Booth) เป็นบูธงานแสดงสินค้าประเภทหนึ่งที่ประกอบด้วย ส่วนประกอบหรือโมดูลแบบเปลี่ยนได้ ซึ่งสามารถกำหนดค่าได้หลายวิธีในการสร้างจอแสดงผลที่กำหนดเอง ในบริบทของการโรดโชว์บูธแบบแยกส่วนได้รับการออกแบบให้เคลื่อนย้ายได้ง่ายและปรับให้เข้ากับสถานที่และสถานที่ต่าง ๆ บูธแบบแยกส่วนส่วนใหญ่มักทำจากวัสดุน้ำหนักเบาเช่นอลูมิเนียมหรือพลาสติกและสามารถประกอบและถอดประกอบได้อย่างรวดเร็ว และง่ายต่อการขนส่ง ติดตั้งได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์พิเศษ นอกจากนี้ ยังอาจได้รับการออกแบบให้ปรับขนาดได้ทำให้ผู้แสดงสินค้าสามารถเพิ่มหรือตัดส่วนประกอบได้ตามต้องการเพื่อสร้างบูธที่ใหญ่ขึ้นหรือเล็กลง



รูปที่ 1 บูธแบบแยกส่วน Modular Booth

ที่มา <http://www.duodisplay.com>



รูปภาพที่ 6 บูธแบบแยกส่วน Modular Booth

ที่มา <http://www.duodisplay.com>

ประโยชน์ของบูธแบบแยกส่วน คือ ความยืดหยุ่น ผู้แสดงสินค้าสามารถปรับบูธให้เหมาะสม
กับความต้องการเฉพาะของแต่ละสถานที่เช่นการปรับรูปแบบหรือขนาดให้เหมาะสมกับพื้นที่เฉพาะ
หรือผสมผสานคุณสมบัติที่เฉพาะเจาะจงกับสถานที่ เช่น การสร้างตราสินค้าท้องถิ่นหรือป้าย บูธแบบ

แยกส่วนยังคุ้มค่าเนื่องจากสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้หลายครั้ง แก้ไขใช้ใหม่ได้อย่างง่ายดายด้วย
กราฟิกหรืออุปกรณ์เสริมใหม่

4.3 การจำแนกตามขนาด Classification by Size)

1) บุรุษขนาดใหญ่พิเศษ คือ บุรุษงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่กว่า 2,000 ตารางเมตรมักใช้
สำหรับงานแสดงสินค้าการประชุมหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่ บริษัท ต้องการแสดงสินค้าของตนในระดับที่
ยิ่งใหญ่ (Wang Xinsheng, 2021) บุรุษขนาดนี้ช่วยเพิ่มพื้นที่จัดแสดงการสาธิตและการจัดแสดงแบบ
โต้ตอบได้หลากหลายรวมถึงพื้นที่กว้างขวางสำหรับผู้เข้าชมจำนวนมาก ต้องการสถานที่จัดงานแสดง
สินค้าขนาดใหญ่ เช่น อาคาร อิมแพ็คอารีนา เมืองทองธานี อาคารอิมแพ็คอารีนา มีขนาด Hall และ
4,000 ตารางเมตร อาคารอิมแพ็คฟอรัมมีขนาด 2,000 ตารางเมตร ตัวอย่างงาน เช่น งานมหกรรม
หนังสือยิ่งใหญ่ระดับโลก “บุ๊กแบ็ควูฟ บุ๊ค เซลล์ แวงค็อก 2022” กำหนดจัดขึ้นวันที่ 23 มีนาคม-3
เมษายน พ.ศ. 2565 ณ อาคาร 4 อิมแพ็ค ฟอรัม เมืองทองธานี



รูปภาพที่ 7 แผนผังอิมแพ็คอารีนาเมืองทองธานี

ที่มา <https://www.facebook.com/IMPACTVenue/posts/10155800359436128>



รูปภาพที่ 8 งานมหกรรมหนังสือยิ่งใหญ่ระดับโลก “บ๊ิกแบ็ตวูฟบุ๊กเชลล์แวงค็อก 2022”
 ที่มา <https://www.bangkokbiznews.com/business/995843>



รูปภาพที่ 9 งาน Power buy Expo 2566
 ที่มา บริษัท ดีไซน์ อะไลฟ์ จำกัด

- 2) บูธขนาดใหญ่ 500-2000 ตารางเมตร นิยมใช้สำหรับงานแสดงสินค้าการประชุมและงานแสดงสินค้าทั่วไป บูธขนาดประมาณนี้สามารถพบได้ตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป บริเวณลานกิจกรรม ลานแสดงสินค้าหรืองานแสดงสินค้าในห้างสรรพสินค้า



รูปภาพที่ 10 งานเปิดร้านไต้หวัน พื้นที่ขนาดกลาง
ที่มา บริษัท ดีไซน์ อะไลฟ์ จำกัด

- 3) บูธขนาดกลาง คือ บูธขนาด 55-499 ตารางเมตรมักใช้สำหรับงานแสดงสินค้าการประชุม และงานแสดงสินค้าทั่วไปที่ต้องการโดดเด่นขึ้นมาในงาน มีจำนวนสินค้าหรือบริการหลากหลาย หรืออาจจะมียอดประกอบอื่นเข้ามารวมด้วยเช่น เวทีเสวนา เวทีนำเสนอสินค้าหรือบริการ เป็นต้น
- 4) บูธขนาดเล็ก คือ บูธงานแสดงสินค้าขนาด 9-54 ตารางเมตรมักใช้บูธมาตรฐานสำหรับงานแสดงสินค้าทั่วไป บูธขนาดประมาณนี้สามารถพบได้ทั่วไปตามงานแสดงสินค้า บูธมาตรฐานขนาด 3 x 3 เมตร 4 x 4 เมตร 6 x 6 เมตร และ 6 x 9 เมตร เป็นต้น



รูปภาพที่ 11 บูธงานแสดงสินค้าขนาดเล็ก บูธ DB TALC
ที่มา บริษัท ดีไซน์ อะไลฟ์ จำกัด

4.3 การจำแนกประเภทตามการออกแบบ (Classification by design) แบ่งได้เป็นสองประเภทหลัก คือ บูธมาตรฐานและบูธที่ออกแบบอิสระ

1) บูธมาตรฐาน (Standard Booth) เป็นโครงสร้างชั่วคราวที่ใช้กันทั่วไปในงานและงานแสดงสินค้าเพื่อแสดงสินค้าหรือบริการ โดยทั่วไปจะมีการออกแบบแบบแยกส่วน และสามารถถอดประกอบได้ง่าย บูธที่ออกแบบไว้ล่วงหน้าซึ่งโดยทั่วไปนำเสนอโดยผู้จัดงานหรือบริษัทให้เช่า บูธมาตรฐานมักมีขนาดและพื้นที่คงที่ รวมถึงคุณสมบัติพื้นฐานเช่นผนังหลังคาแสงและพื้น นอกจากนี้ ยังอาจมาพร้อมกับเฟอร์นิเจอร์พื้นฐานและองค์ประกอบการสร้างตราสินค้า เช่น ป้ายชื่อบริษัท หรือแบนเนอร์ บูธมาตรฐานมักจะมีราคาถูกกว่าบูธที่กำหนดเองและเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก



รูปภาพที่ 12 บูธมาตรฐาน (Standard Booth) บูธ Creative Plastic Academy จัดที่ TCDC
ที่มา บริษัท ดีไซน์ อะไลฟ์ จำกัด

2) บูธออกแบบอิสระ (custom booth) คือ บูธที่ออกแบบและสร้างขึ้นตามความต้องการและความชอบเฉพาะของผู้แสดงสินค้า บูธออกแบบอิสระให้ความยืดหยุ่นและความคิดสร้างสรรค์ในระดับสูงเนื่องจากสามารถปรับแต่งให้เหมาะกับการสร้างตราสินค้าการส่งข้อความและความต้องการ

ด้านการทำงานของผู้แสดงสินค้า บูธออกแบบอิสระอาจแตกต่างกันไปในขนาดรูปร่างวัสดุและคุณสมบัติและสามารถรวมองค์ประกอบการออกแบบต่าง ๆ เช่นกราฟิกจอแสดงผลมัลติมีเดีย ส่วนประกอบแบบโต้ตอบและแม้แต่เฟอร์นิเจอร์สิ่งทำพิเศษ



รูปภาพที่ 13 บูธออกแบบอิสระ (custom booth) Lancome Chinese New Year 2019
ที่มา บริษัท ดีไซน์ อะไลฟ์ จำกัด

บูธออกแบบอิสระมักมีราคาแพงกว่าบูธมาตรฐานต้องใช้การวางแผนเวลาและทรัพยากรมากขึ้นในการออกแบบสร้างและติดตั้ง อย่างไรก็ตามบูธออกแบบอิสระ สามารถให้สถานะที่น่าจดจำและมีผลกระทบมากขึ้นในงานและสามารถช่วยให้ผู้แสดงสินค้าโดดเด่นและดึงดูดผู้เข้าชมได้มากขึ้น

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การจำแนกบูธในงานแสดงสินค้าสามารถทำได้หลายวิธี แต่ละวิธีการจำแนกนี้สะท้อนถึงความหลากหลายและความเฉพาะเจาะจงของบูธที่ใช้ในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ซึ่งการจำแนกตามสถานที่ 2 ประเภทหลัก คือ บูธกลางแจ้งและบูธในร่ม บูธกลางแจ้งมักมีการออกแบบที่แยกส่วน พร้อมแผงกันแดดหรือฝน และมักใช้ในงานกิจกรรมกลางแจ้งหรืองานแสดงสินค้าเคลื่อนที่

สำหรับบูธในร่มนั้นมักพบในสถานที่ในร่ม เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือสถานีรถไฟ ซึ่งได้รับการออกแบบให้กะทัดรัดและมีประสิทธิภาพ

การจำแนกตามความคล่องตัว คือ การจำแนกโดยการแยกบูธทั่วไปและบูธแบบแยกส่วน บูธทั่วไปมีอุปกรณ์มาตรฐานสำหรับงานแสดงสินค้าเฉพาะ ในขณะที่บูธแบบแยกส่วนเป็นบูธที่สามารถประกอบและถอดประกอบได้อย่างรวดเร็ว มีความยืดหยุ่นสูง และสามารถปรับขนาดได้

การจำแนกตามขนาด คือการจำแนกโดยแบ่งออกเป็นบูธขนาดใหญ่พิเศษ (มากกว่า 2,000 ตารางเมตร) บูธขนาดใหญ่ (500-2000 ตารางเมตร) บูธขนาดกลาง (55-499 ตารางเมตร) และบูธขนาดเล็ก (9-54 ตารางเมตร) ที่ใช้ในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ตามความต้องการ

การจำแนกตามการออกแบบ คือ การจำแนกโดยบูธมาตรฐานที่ใช้โครงสร้างชั่วคราวและบูธออกแบบอิสระที่สร้างขึ้นตามความต้องการเฉพาะของผู้แสดงสินค้า บูธออกแบบอิสระมีความยืดหยุ่น และสามารถปรับแต่งได้อย่างกว้างขวาง

ทั้งนี้การเลือกประเภทของบูธขึ้นอยู่กับเป้าหมาย งบประมาณ และความต้องการเฉพาะของแต่ละแบรนด์หรือบริษัทที่เข้าร่วมในงานแสดงสินค้า โดยการเลือกประเภทของบูธที่เหมาะสมจะช่วยให้การจัดแสดงสินค้าหรือบริการมีประสิทธิภาพและสามารถดึงดูดผู้เข้าชมได้มากขึ้น

5. แนวคิดเกี่ยวกับบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน (Aluminum Standard Booth)

5.1 บูธอลูมิเนียมมาตรฐานอ็อกตานอม (Octanorm Aluminum Standard Booth)

บูธอลูมิเนียมมาตรฐานอ็อกตานอมเป็นระบบบูธมาตรฐานแบบแยกส่วนที่บุกเบิกเทคโนโลยีระบบบูธสำเร็จรูป โดยใช้กันอย่างแพร่หลายในงานแสดงสินค้าและกิจกรรมต่าง ๆ ถูกนำเสนอครั้งแรกโดย บริษัทอ็อกตานอม (Octanorm) ประเทศเยอรมันนี กลายเป็นตัวเลือกยอดนิยมในการใช้งานแสดงสินค้า Octanorm ก่อตั้งโดย ฮาน สเตเกอร์ (Hans Staeger) ในปี ค.ศ. 1969 ด้วยวิสัยทัศน์ในการพัฒนาระบบงานแสดงสินค้าอัจฉริยะที่ผสมผสานประสิทธิภาพความยืดหยุ่นและความเป็นตัวของตัวเอง แนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาเป็นแนวคิดที่จุดประกายการปฏิวัติรูปแบบของบูธนำเสนอสินค้า

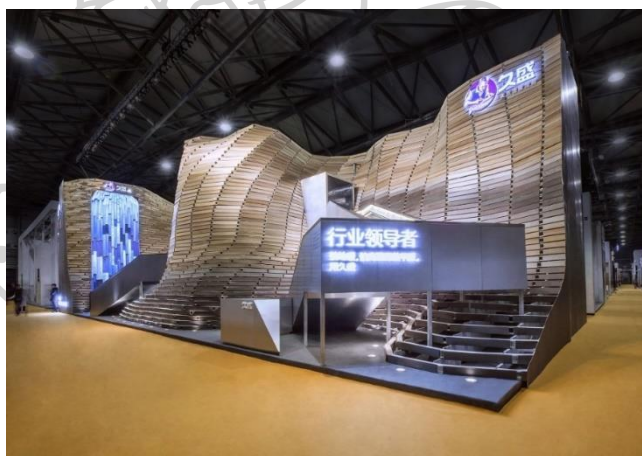
ระบบ Octanorm ประกอบด้วยชิ้นส่วนอลูมิเนียมที่สามารถเชื่อมต่อล็อคได้ง่ายโดยใช้เครื่องมือมาตรฐานทำให้ง่ายต่อการติดตั้งและรื้อถอน ผู้ใช้งานสามารถกำหนดระยะได้อย่างง่ายเพื่อให้พอดีกับพื้นที่จัดแสดงที่แตกต่างกัน การใช้ซ้ำได้โดยแทบไม่เสื่อมสภาพซึ่งสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับผู้แสดงสินค้า สามารถปรับแต่งเพื่อการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ มีอุปกรณ์เสริมและส่วนประกอบมากมายที่สามารถรวมกันเพื่อสร้างผังรูปร่างและขนาดที่แตกต่างกัน ระบบยังสามารถปรับปรุงด้วยกราฟิกและวัสดุเพื่อแสดงตราสินค้าและสื่อสารข้อความของผู้แสดงสินค้า ส่วนประกอบที่มีน้ำหนักเบาและนำกลับมาใช้ใหม่ของ Octanorm เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าลดของเสียและลดความต้องการวัสดุใหม่ การออกแบบที่สามารถแยกส่วนยังทำให้ง่ายต่อการขนส่งและจัดเก็บประหยัดทรัพยากร

ในขณะที่บูธอลูมิเนียมมาตรฐานมีข้อจำกัดบางประการเช่นกัน โดยเฉพาะการใช้ส่วนประกอบแบบแยกส่วนเดิมซ้ำแล้วซ้ำอีกอาจส่งผลให้การออกแบบบูธขาดความแปลกใหม่นอกจากนี้วัสดุน้ำหนักเบาที่ใช้ในระบบอาจไม่เหมาะสำหรับการใช้งานหนักหรือกิจกรรมกลางแจ้ง ข้อดีอย่างหนึ่งของการใช้บูธอลูมิเนียมมาตรฐานในประเทศไทย คือ ความสามารถในการปรับให้เข้ากับพื้นที่จัดแสดงที่แตกต่างกัน เนื่องจากการจัดงานแสดงสินค้าจำนวนมากในประเทศไทยเกิดขึ้นในศูนย์ประชุมและสถานที่ขนาดใหญ่อื่น ๆ การออกแบบโมดูลาร์ของ Octanorm ช่วยให้ผู้แสดงสินค้าสามารถปรับแต่งบูธของตนให้เหมาะสมกับพื้นที่ว่าง สิ่งนี้สามารถช่วยให้ผู้แสดงสินค้าใช้ประโยชน์สูงสุดจากพื้นที่จัดแสดงงานแสดงสินค้าและดึงดูดผู้เข้าชมได้มากขึ้น ข้อดีอีกประการของการใช้บูธอลูมิเนียมมาตรฐานในประเทศไทย คือ การใช้งานง่ายด้วยการใช้เครื่องมือมาตรฐาน ผู้รับเหมาไม่จำเป็นต้องผ่านการฝึกอบรมขั้นสูงในการทำงาน รวมถึงวัสดุน้ำหนักเบาที่ใช้ในระบบ Octanorm ยังทำให้ง่ายต่อการจัดเก็บและขนส่งผ่านการจราจรด้วยรถบรรทุกขนาดเล็ก ที่ไม่ติดช่วงเวลาบังคับจราจรของจังหวัดกรุงเทพฯ ซึ่งช่วยแก้ปัญหาและลดต้นทุนสำหรับผู้แสดงสินค้าได้

สิ่งสำคัญ คือ ผู้จัดงานแสดงสินค้าต้องทราบว่า Octanorm อาจไม่เหมาะสำหรับการจัดงานแสดงสินค้าทุกประเภทในประเทศไทย อาทิ ผู้แสดงสินค้าบางรายอาจระบุความต้องการบูธออกแบบอิสระ เพื่อแสดงสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ของตนอย่างชัดเจน ถึงแม้ว่าคุณสมบัติ

ของบูธออลูมิเนียมมาตรฐานที่มีมากมายทำให้กลายเป็นตัวเลือกยอดนิยมสำหรับผู้แสดงสินค้าในประเทศไทย อย่างไรก็ตามผู้ใช้งานต้องพิจารณาความต้องการและเป้าหมายเฉพาะของแต่ละงานแสดงสินค้า เมื่อเลือกการออกแบบบูธที่เหมาะสม

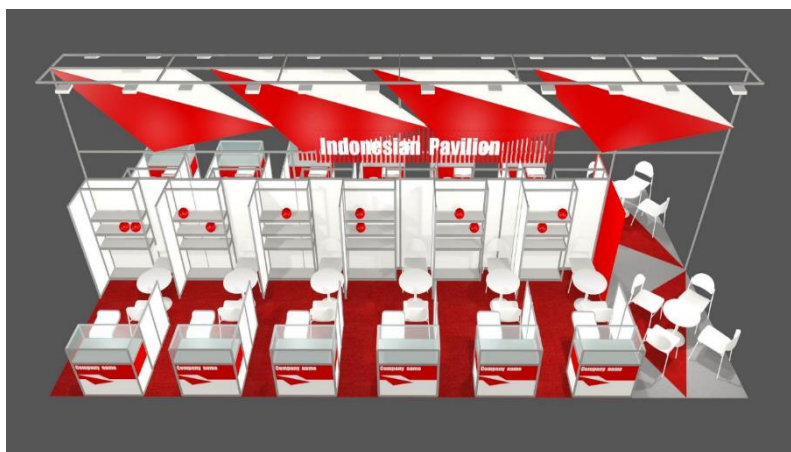
อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าผลิตของเสียจำนวนมาก การศึกษาระบุว่าขยะมากกว่า 600,000 ตัน โดยงานแสดงสินค้าทุกปี ซึ่งเป็นเรื่องปกติสำหรับบริษัทที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่ต้องการออกแบบบูธที่ทันสมัยไม่เหมือนใครเพื่อให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งและรักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะงานแสดงสินค้ามีระยะเวลาการจัดงานที่สั้น จึงส่งผลให้วัสดุในการก่อสร้างมีความคงทนเพียงชั่วคราว มีการใช้ซ้ำในปริมาณน้อยเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงมากกว่าการผลิตใหม่ กลุ่มลูกค้าตอบสนองกับความต้องการรูปแบบใหม่มากกว่าการใช้โครงสร้างบูธเดิม



รูปภาพที่ 14 ตัวอย่างบูธการค้าที่กำหนดเองออกแบบ
ที่มา <https://www.jabuevents.com/services/>

การนำเสนอระบบบูธแบบแยกส่วนสร้างจากโพรไฟล์อลูมิเนียมเป็นหลัก อาทิ Octanorm Modulap และ Marketing Genome ระบบเหล่านี้ได้พัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมที่อาจใช้ในการสร้างบูธได้หลากหลายมากขึ้นจากมุมมองด้านความยั่งยืน ระบบดังกล่าวเป็นการปรับปรุงอย่างมากจากบูธใช้งานครั้งเดียวเนื่องจากส่วนประกอบถูกออกแบบให้นำกลับมาใช้ใหม่ได้ทั้งหมด เนื่องจาก

รูปแบบโมดูลาร์และสร้างด้วยวัสดุลูมิเนียมที่ทนทาน องค์ประกอบของวัสดุลูมิเนียมยังคงค่อนข้างง่ายในการรีไซเคิลและผลิตใหม่ ทำให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องความยั่งยืน (Sustainability) และแนวคิดการไม่ผลิตขยะ (Waste Free)



รูปภาพที่ 15 ตัวอย่างบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน

ที่มา บริษัท ดีไซน์ อะไลฟ์ จำกัด

5.1.1 องค์ประกอบพื้นฐานของโครงสร้างอลูมิเนียมสำเร็จรูปอีกตาดานอม มีข้อมูลรายละเอียด รูปแบบ คุณสมบัติ ชื่อเรียกเฉพาะ จำนวนมาก ทางผู้วิจัยขอสรุปเป็นข้อมูลพื้นฐานดังต่อไปนี้

1) โครงสร้างระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน (Octanorm Booth Profile) หรือโปรไฟล์อลูมิเนียม Octanorm เป็นส่วนประกอบหลักของระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน ซึ่งทำจากอลูมิเนียมชนิดอัลูมิเนียม 6063-T5 โปรไฟล์ได้รับการออกแบบให้เป็นแบบแยกส่วนช่วยให้ประกอบและถอดประกอบได้ง่าย และสามารถกำหนดค่าในรูปทรงและขนาดต่าง ๆ เพื่อสร้างโครงสร้างในงานแสดงสินค้าที่มีการออกแบบและเลย์เอาต์ที่แตกต่างกัน โปรไฟล์มีน้ำหนักเบาทนทานและนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทำให้เหมาะสำหรับผู้แสดงสินค้าที่เข้าร่วมงานหลากหลายรูปแบบ

โครงสร้างบูธอลูมิเนียม มีรูปร่างที่แตกต่างกัน รวมทั้งสี่เหลี่ยม แปดเหลี่ยม กลม และสามเหลี่ยม และในขนาดต่าง ๆ รวมทั้ง 40 มิลลิเมตร 80 มิลลิเมตรและ 160 มิลลิเมตร โปรไฟล์มีระบบร่องมาตรฐานที่ช่วยให้ติดตั้งแผงชั่วคราวและอุปกรณ์เสริมอื่น ๆ ได้ง่าย มีความ

หลากหลายและสามารถใช้เพื่อสร้างโครงสร้างในงานแสดงสินค้าประเภทต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์เสริมมากมาย อาทิ ขาตั้งที่สร้างขึ้นเอง ขาตั้งแบบแยกส่วน และขาตั้งแบบเปลือยก หอย โครงสร้างบูธอลูมิเนียมยังสามารถใช้เพื่อสร้างโครงสร้างชั่วคราวเช่น ร้านค้าป๊อปอัป งานแสดงสินค้าและการเปิดตัวสินค้า โดยรวมแล้วโพรไฟล์อลูมิเนียม Octanorm เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน ทำให้ผู้แสดงสินค้ามีแนวคิดการก่อสร้างที่ยืดหยุ่นปรับแต่งได้และคุ้มค่าสำหรับการสร้างโครงสร้างจัดแสดงสินค้า



รูปภาพที่ 16 รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะโครงสร้างบูธของ Octanorm
ที่มา <https://www.sejemskaoprema.si/wp-content/uploads/2023/06>

2) แผงบูธ (Panel) แผงที่ใช้ในบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน มีให้เลือกหลายวัสดุ รวมถึง ไม้ อะคริลิก พีวีซี ผ้าและลามิเนต ซึ่งได้รับการออกแบบมาให้พอดีกับร่องของโพรไฟล์อลูมิเนียมและสามารถติดตั้งได้ง่าย โดยใช้ไขว้น็อตและคลิป มีแผงหลายประเภทที่ใช้ในบูธอลูมิเนียมมาตรฐานขึ้นอยู่กับความต้องการเฉพาะของผู้แสดงสินค้า ดังนี้

แผ่นผนัง เป็นแผ่นแบนที่สร้างผนังของบูธ สามารถใช้วัสดุที่แตกต่าง เช่น ไม้ลามิเนต ไม้อัดหุ้มพีวีซี PVC แผ่นอะคริลิก ผ้า หรืองานพิมพ์รีดบนแผ่นวัสดุแข็งเช่นพลาสติก ในเมืองไทยขนาดที่นิยมมากที่สุดคือ 998 x 2498 มิลลิเมตร แนวตั้ง

แผงประตู เป็นแผงที่ออกแบบมาเพื่อทำหน้าที่เป็นประตูบูธ ในขนาดที่แตกต่างกัน และสามารถพับหรือเลื่อนได้ นิยมวัสดุหน้าหนักเบา เช่น ประตูพับพีวีซี (PVC)

แผงหน้าต่าง เป็นแผงที่มีส่วนโปร่งใสเพื่อให้ผู้เข้าชมเห็นภายในบูธ สามารถทำจาก อะคริลิกหรือกระจกนิรภัย

แผงแสดงผล เป็นแผงที่ใช้เพื่อแสดงสินค้ากราฟิก หรือสื่อส่งเสริมการขายอื่น ๆ สามารถติดตั้งบนผนังหรือวางไว้บนขาตั้ง มีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวก นิยมถ่วงน้ำหนัก เพื่อป้องกันการเคลื่อนที่

แผงอุปกรณ์เสริม เป็นแผงที่ใช้ติดตั้งอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ อาทิ ชั้นวางตะขอ โทรทัศน์ หรือไฟเข้ากับโครงสร้างบูธ



รูปภาพที่ 17 ตัวอย่างแผงบูธที่ใช้ติดกับโครงสร้างของ Octanorm
ที่มา <https://www.sejemskaoprema.si/wp-content/uploads/2023/06>

3) ตัวเชื่อมต่อและคลิป (Connectors and Clips of the Octanorm) ใช้ตัวเชื่อมต่อและคลิปเพื่อรวมโปรไฟล์และแผงอลูมิเนียมเข้าด้วยกัน ในรูปทรงและขนาดต่าง ๆ เพื่อให้พอดีกับโปรไฟล์และแผงที่แตกต่างกัน มีตัวเชื่อมต่อและคลิปหลายประเภทที่ใช้ในระบบ Octanorm ดังนี้

ตัวเชื่อมต่อปลาย (End connectors) เพื่อเชื่อมต่อสองโพรไฟล์ที่ส่วนท้ายเพื่อสร้างมุมหรือข้อต่อ T มีตัวเชื่อมต่อปลายหลายประเภทรวมถึงตัวเชื่อมต่อปลายมาตรฐาน ข้อต่อปลายแบบปรับได้และข้อต่อปลายหลายมุม

ตัวเชื่อมต่อมุม (Corner connectors) เพื่อเชื่อมต่อสองโพรไฟล์ที่มุมฉากเพื่อสร้างมุม มีตัวเชื่อมต่อมุมหลายประเภทรวมถึงตัวเชื่อมต่อมุมมาตรฐาน ข้อต่อมุมที่ปรับได้และข้อต่อมุมหลายมุม

ข้อต่อแบบไขว้ (Cross connectors) เพื่อเชื่อมต่อสี่โพรไฟล์ที่มุมฉากเพื่อสร้างไม้กางเขน ตัวเชื่อมต่อแบบไขว้มีหลายประเภท รวมถึงข้อต่อกากบาทมาตรฐานและข้อต่อกากบาทแบบปรับได้

คลิปเชื่อม (Joining clips) เพื่อรวมสองโพรไฟล์เข้าด้วยกันตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อสร้างโครงสร้างที่ยาวขึ้นคลิปเชื่อมมีหลายประเภท รวมถึงคลิปเชื่อมมาตรฐานคลิปเชื่อมที่ปรับได้และคลิปเชื่อมหลายมุม.

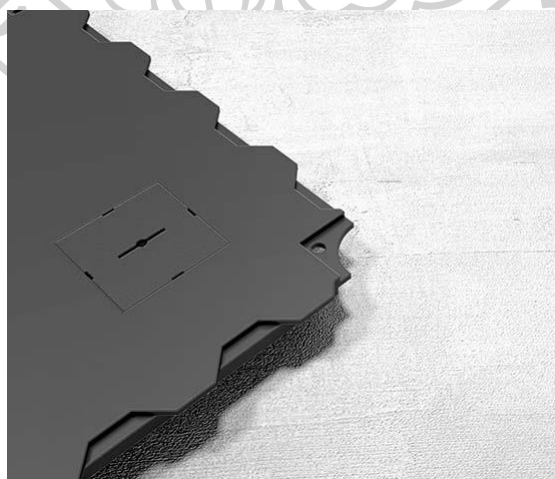
บานพับ (Hinges) เพื่อเชื่อมต่อสองโพรไฟล์เข้าด้วยกันเพื่อสร้างโครงสร้างบานพับ เช่น ประตูหรือแผง บานพับมีหลายประเภท รวมถึงบานพับมาตรฐานและบานพับแบบปรับได้

4) พื้นบุธ (Flooring) พื้นบุธอลูมิเนียมมาตรฐานหรือ Octa floor บุธทั่วไปมักจะมีระบบพื้นยก ซึ่งประกอบด้วยโพรไฟล์อลูมิเนียมและแผง พื้นสามารถปูด้วยพรมหรือวัสดุอื่นๆ เพื่อให้เข้ากับการออกแบบบุธ พื้นบุธออกทานอมรับน้ำหนักได้สูงสุด 20,000 กิโลกรัมต่อตารางเมตร ทนทานต่อน้ำและสภาพอากาศ ติดตั้งง่าย และรวดเร็ว ทั้งหมดนี้ทำให้ Octa floor สามารถเพิ่มการใช้งานสร้างบุธสองชั้นได้ เหมาะสำหรับทุกโครงการทุกขนาด ในร่มและกลางแจ้ง สามารถปรับตามรูปทรงพิเศษหรือพื้นที่ไม่เรียบ มีขอบเรืองแสงและตัวป้องกันขอบ ในรูปแบบพื้นทั่วไปสำหรับบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน



รูปภาพที่ 18 ชั้น OCTACLASSIC ขนาดพื้นฐาน รับน้ำหนักได้สูงสุด 5,000 กิโลกรัมต่อตารางเมตร
ที่มา <https://www.sejemskaoprema.si>

พื้นบุมาตรฐานสำหรับงานทั่วไป พื้นสามารถปรับแยกกันได้ตามจำนวนที่ติดตั้ง ขึ้นอยู่กับความต้องการสามารถติดตั้ง 4 - 9 ฟุต เพื่อเพิ่มความสามารถในการรับน้ำหนักสูงสุด ขนาดมาตรฐานของแผ่นพื้นคือ 998 x 998 มิลลิเมตร 998 x 489 มิลลิเมตร และ 498 x 498 มิลลิเมตร และสามารถตัดตามความต้องการของแบบบุที่ต้องการได้



รูปภาพที่ 19 ชั้น OCTAECO สำหรับน้ำหนักที่มีน้ำหนักไม่เกิน 20,000 กิโลกรัมต่อตารางเมตร
ที่มา <https://www.sejemskaoprema.si/wp-content/uploads/2023/06>

พื้นบุธสำหรับให้ความมั่นคงสูงสุดทำให้พื้นเหมาะสำหรับการรับน้ำหนักสูง สามารถซ้บรถผ่านได้ ขนาดแผง 499 × 499 มิลลิเมตร ร่วมกับน้ำหนักที่เบาช่วยให้สามารถติดตั้งพื้นของคุณได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย แม้จะมีบุคลากรน้อย แผงสามารถหมุนได้ 360 องศา ทำให้สามารถวางสายเคเบิลได้ 17 ช่อง และหากต้องการรูปร่างแผงพิเศษที่ปรับเป็นรายบุคคล OCTAeco มีแผงที่สามารถตัดตามขนาดได้ข้อได้เปรียบที่ใหญ่ที่สุดของ OCTAeco คือ การติดตั้งที่รวดเร็ว ในเวลาเพียง 10 นาที คน 3 คนสามารถติดตั้งพื้น 50 ตารางเมตรได้อย่างง่ายดาย

5) ไฟสำหรับบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน (LED Long-arm floodlight with adaptor) ติดกับโปรไฟล์อลูมิเนียมเพื่อให้แสงสว่างแก่งานแสดงสินค้า

รูปภาพที่ 20 ไฟสำหรับบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน



ที่มา <https://www.sejemskaoprema.si/wp-content>

แรงดันไฟฟ้า 100 - 230 V (220 V สำหรับประเทศไทย) สำหรับติดตั้งในร่องระบบ 4.3 มิลลิเมตร 12 W / 230 V, 4000 K, 960 lm รวมถึงตัวยึด 1 × M 1481, สายเคเบิล 1 × 3000 มม. พร้อมหม้อแปลงในตัวและชั้นสกรูบนกระจกนิรภัยยาว 535 × กว้าง 119 × สูง 250 มิลลิเมตร

6) ชั้นวางของ สามารถเพิ่มชั้นวางของในบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน เพื่อแสดงสินค้า หรือสื่อส่งเสริมการขาย ชั้นวางได้รับการออกแบบให้พอดีกับโปรไฟล์อลูมิเนียมและสามารถ ติดได้ง่าย



รูปภาพที่ 21 ชั้นวางของ Octanorm

ที่มา <https://www.sejemskaoprema.si/wp-content>

5.2 ระบบบูธสำเร็จรูปที่ใช้ในประเทศไทย (Standard Booth System in Thailand)

ระบบบูธมาตรฐานในประเทศไทย มีความหลากหลายอย่างมาก มีซัพพลายเออร์หลายราย ของระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐานในท้องตลาด เช่น Octanorm Southeast Asia: Octanorm, แม็ก ซิมา Display, Trussify, GLOBAL Concept เป็นต้น บูธที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเป็นบูธที่มี มาตรฐานสูง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้หลากหลาย แต่ในตลาดงานแสดงสินค้าประเทศไทย มีผู้เล่นสองกลุ่มที่สำคัญ ดังนี้

5.2.1 ผู้ผลิตและให้บริการบูธสำเร็จรูปภายในประเทศไทย

ผู้ผลิตเหล่านี้มักจะให้บริการโซลูชันบูธที่มีราคาไม่แพง เหมาะสมกับความต้องการ ของอุตสาหกรรมต่าง ๆ ราคาและคุณภาพอาจแตกต่างกันไป ดังนั้นจำเป็นต้องค้นคว้าและ เปรียบเทียบผู้ผลิตหลายรายเพื่อค้นหาสิ่งที่เหมาะสมที่สุดสำหรับความต้องการ



รูปภาพที่ 22 บูธสำเร็จรูปจากผู้ผลิตในประเทศไทย
ที่มา <https://motoroops.com/or-samyang-smart-city/>

5.2.2 ผู้ผลิตและให้บริการบูธสำเร็จรูปในต่างประเทศ

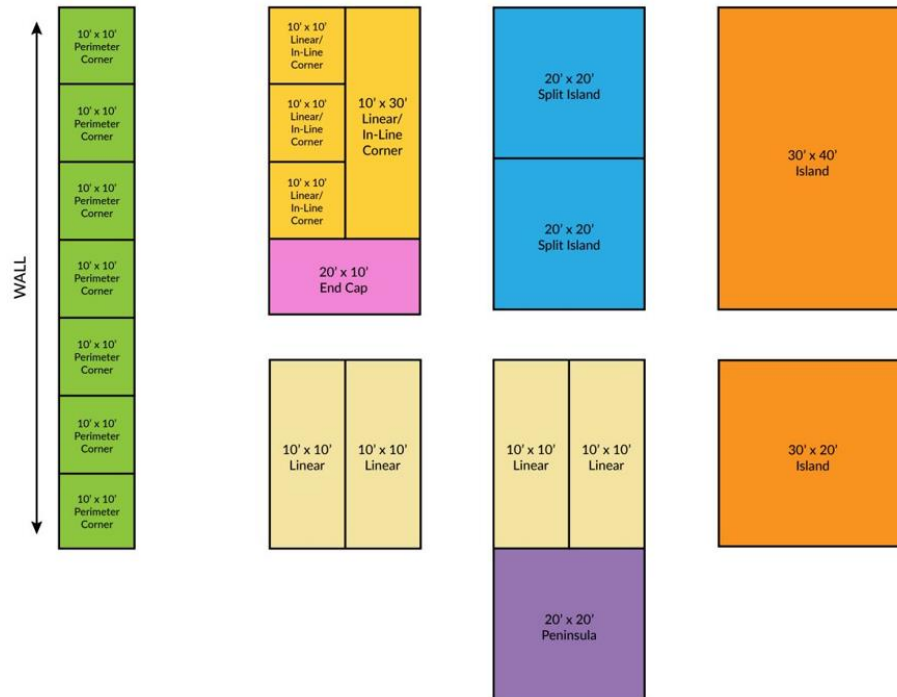
ผู้ให้บริการกลุ่มนี้ออกแบบและผลิตส่วนประกอบบูธภายในต่างประเทศ โดยมีรูปแบบและประสิทธิภาพใกล้เคียงกับบูธสำเร็จรูปตราสินค้าชั้นนำในท้องตลาด อาจมีบางส่วนนำเข้ามาจากทางประเทศจีนและอินเดีย เป็นที่นิยมในวงการงานแสดงสินค้าไทย เนื่องจากราคาที่ถูกลง และคุณภาพที่ใช้งานได้

6. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของของบูธแสดงสินค้า (Type of Exhibition Booth)

ประเภทการจัดบูธและงานแสดงสินค้าเป็นสิ่งสำคัญของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและงานอีเวนต์ การออกแบบบูธสามารถมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของเหตุการณ์ เนื่องจากมักเป็นจุดติดต่อแรกระหว่างผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วม มีการจัดบูธและงานแสดงสินค้าหลายประเภทโดยแต่ละประเภทมีคุณสมบัติและประโยชน์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง รูปแบบของบูธแสดงสินค้าแบ่งได้ 5 ประเภทดังนี้

1. บูธแบบเส้นตรง เปิด 1 ด้าน In-line Booth (1 side open)
2. บูธมุม เปิด 2 ด้าน Corner Booth (2 sides open)
3. บูธทรงคาบสมุทร เปิด 3 ด้าน Peninsula Booth (3 sides open)
4. บูธเกาะ เปิด 4 ด้านหรือ เปิดทุกด้าน Island Booth (4 sides open)

5. บูธขอบ Perimeter Booth



รูปภาพที่ 23 รูปแบบบูธในงานแสดงสินค้า

ที่มา <https://hunterexpositions.com/en/blog/trade-show-booth-types-pros-and-cons/>

ประเภทการจัดบูธและงานแสดงสินค้าเป็นข้อพิจารณาที่สำคัญสำหรับการวางแผนที่จะจัดแสดงในงานแสดงสินค้าและงานอีเวนต์ด้วยการเลือกประเภทของบูธที่เหมาะสมผู้แสดงสินค้าสามารถสร้างพื้นที่ที่น่าสนใจ และมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะดึงดูดผู้เข้าร่วมและช่วยให้บรรลุเป้าหมาย ไม่ว่าจะคุณจะเลือกบูธแบบอินไลน์บูธเกาะหรือบูธประเภทอื่น ๆ สิ่งสำคัญ คือ ต้องพิจารณาข้อดีและข้อเสียของแต่ละตัวเลือกอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจ

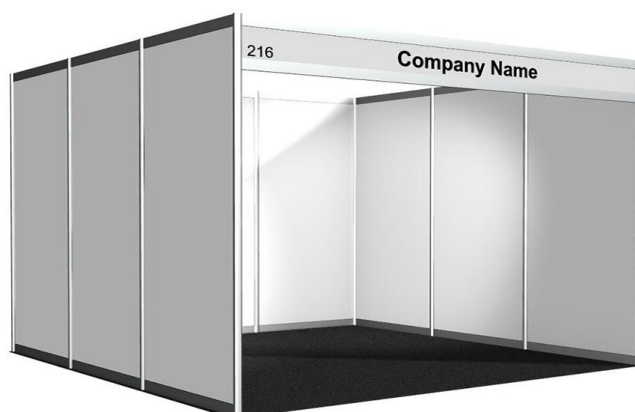
6.1 บูธอินไลน์ (Incline Booth)

บูธแบบอินไลน์ (Inline Booth) เป็นบูธที่พบมากที่สุดในงานแสดงสินค้า บูธแบบอินไลน์เป็นบูธงานแสดงสินค้าที่ตั้งอยู่ในเส้นตรงควบคู่ไปกับบูธอื่น ๆ ในทางเดิน บูธแบบอินไลน์แต่ละบูธในทางเดินจะเปิดเพียงด้านเดียวที่ทางเดิน และโดยทั่วไปจะมีขนาด 10 x 10 ฟุต หรือ 10 x 20 ฟุต บูธแบบอินไลน์อาจเรียกอีกอย่างว่า บูธเส้นตรง



รูปภาพที่ 24 บูธแบบอินไลน์ (Inline Booth)

ที่มา <https://www.aplusexpo.com/types-of-trade-show-booth/>



รูปภาพที่ 25 บูธอลูมิเนียมมาตรฐาน (In Line)

ที่มา <https://th.made-in-china.com>

บูธแบบออนไลน์โดยทั่วไปมีราคาถูกกว่าบูธเกาะขนาดใหญ่ทำให้เป็นตัวเลือกที่คุ้มค่าสำหรับผู้แสดงสินค้าที่มีงบประมาณน้อยกว่า บูธแบบออนไลน์โดยทั่วไปจะติดตั้งได้ง่ายและรวดเร็วกว่าซึ่งสามารถประหยัดเวลา

6.2 บูธมุม (Corner Booth)

บูธมุม (2 sides open) เป็นพื้นที่จัดแสดงประเภทหนึ่งที่ตั้งอยู่ที่มุมทางเดินทำให้ผู้แสดงสินค้าเปิดสองด้านเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานเข้าถึงการจัดแสดงสินค้า บูธประเภทนี้มักถูกมองว่าเป็นที่ต้องการมากกว่าบูธแบบออนไลน์ เพราะให้ทัศนวิสัยที่เพิ่มขึ้น ต่อสินค้า ที่จัดแสดง

สิ่งสำคัญในการออกแบบบูธมุมคือการใช้ประโยชน์สูงสุดจากพื้นที่ และการเปิดรับสายตา การใช้กราฟิกที่สอดคล้องตามผสมผสานองค์ประกอบแบบโต้ตอบเช่นหน้าจอสัมผัส และสร้างบรรยากาศที่สะดวกสบายและน่าดึงดูดสำหรับผู้เข้าร่วม ความท้าทายอย่างหนึ่งที่อาจเกิดขึ้นกับบูธมุม คือ อาจมีราคาแพงกว่าบูธแบบออนไลน์เนื่องจากพื้นที่เปิดรับสายตา และการที่มีพื้นที่ผนังแสดงสินค้าที่น้อยลง อย่างไรก็ตามการเปิดรับที่เพิ่มขึ้นเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าสำหรับธุรกิจที่ต้องการสร้างความประทับใจอย่างมากในงานแสดงสินค้า



รูปภาพที่ 26 บูธมุม (Corner Booth)

ที่มา <https://boothdesignideas.com/product/grand-view-products-10x10-trade-show-booth/>

6.3 บูธทรงคาบสมุทร Peninsula Booth (3 sides open)

บูธทรงคาบสมุทร (Peninsula Booth) หรือ (End Cap Booths) เป็นบูธงานแสดงสินค้าประเภทหนึ่งที่เปิดสามด้านและมีด้านหนึ่งติดกับผนังหรือฉากหลัง บูธเหล่านี้มักจะมีขนาดใหญ่กว่าบูธแบบอินไลน์ มีพื้นที่เปิดโล่งและเชิญชวนให้ผู้เข้าร่วมสำรวจมากขึ้น การออกแบบบูธคาบสมุทรเป็นสิ่งสำคัญในการใช้ประโยชน์สูงสุดจากพื้นที่เปิดโล่งและดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วม กลยุทธ์บางอย่างในการเพิ่มผลกระทบของบูธคาบสมุทร โดยการใช้กราฟิกที่เป็นตัวหนาผสมผสานองค์ประกอบแบบโต้ตอบเช่นการแสดงผลเหมือนจริง และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เชิญชวนสำหรับผู้เข้าร่วม

บูธคาบสมุทรมักถูกใช้โดยบริษัทขนาดใหญ่ หรือผู้ที่มีงบประมาณมากกว่าเนื่องจากต้องการพื้นที่และทรัพยากรมากขึ้นในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการจัดทำโครงสร้างแสดงสินค้าลงในพื้นที่ของบูธมากขึ้น อย่างไรก็ตามการลงทุนอาจคุ้มค่าหากบูธได้รับการออกแบบและดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ข้อได้เปรียบที่เป็นไปได้อย่างหนึ่งของบูธคาบสมุทรคือสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์มากขึ้นในแง่ของการออกแบบ พื้นที่เปิด 3 ด้าน และมีผนังหนึ่งด้านเหมือนฉากหลัง สิ่งนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับ บริษัท ที่ต้องการแสดงสินค้าหรือบริการที่หลากหลายด้วยวิธีที่น่าสนใจและดึงดูดสายตา



รูปภาพที่ 27 บูธทรงคาบสมุทร (Peninsula Booth)

ที่มา <https://www.therogersco.com/exhibits/custom-exhibits/peninsula-booths/>

6.4 บูธเกาะ (An island booth)

บูธเกาะเป็นบูธงานแสดงสินค้าประเภทหนึ่งที่เปิดอิสระและเปิดทั้งสี่ด้านทำให้ผู้เข้าร่วมสามารถเข้าใกล้ได้จากทุกทิศทาง บูธบนเกาะมักจะมีขนาดใหญ่และมีราคาแพงกว่าบูธประเภทอื่น ๆ แต่ให้การมองเห็นในระดับสูงและสามารถใช้เพื่อสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่งในงานแสดงสินค้า

รูปแบบเปิดของบูธเกาะช่วยให้มีตัวเลือกการแสดงผลและการออกแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะธุรกิจอาจเลือกที่จะรวมองค์ประกอบแบบโต้ตอบ ไม่ว่าจะเป็น การสาธิตสินค้าหรือประสบการณ์เสมือนจริง บูธบนเกาะอาจรวมถึงพื้นที่นั่งเล่นห้องประชุมส่วนตัวและพื้นที่ต้อนรับเพื่อความบันเทิงของลูกค้าหรือผู้มีโอกาสเป็นลูกค้า เนื่องจากขนาดที่ใหญ่กว่าจึงต้องการการออกแบบและผลิตโครงสร้างที่ซับซ้อนมากขึ้น บูธเกาะจึงมีแนวโน้มค่าใช้จ่ายแพงกว่าบูธงานแสดงสินค้าประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ การมองเห็นที่เพิ่มขึ้นของบูธเกาะยังสามารถดึงดูดผู้เยี่ยมชมมากขึ้น ซึ่งอาจต้องใช้พนักงานและทรัพยากรเพิ่มเติมเพื่อจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ



รูปภาพที่ 28 บูธเกาะ (Island Booth)

ที่มา <https://www.expomarketing.com/island-booths/>

6.5 บูธขอบ (Perimeter booth)

บูธขอบ คือ บูธงานแสดงสินค้าประเภทหนึ่งที่ตั้งขึ้นกับขอบด้านนอกของห้องโถงจัดแสดง บูธเหล่านี้มักจะมีทางเดินสองหรือสามด้านและเปิดด้านหนึ่งหรือสองด้านขึ้นอยู่กับตำแหน่งบูธขอบ อาจเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจในการแสดงสินค้าและบริการของตน เนื่องจากสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและสามารถดึงดูดผู้คนจำนวนมากได้ บูธเหล่านี้ยังมีพื้นที่กว้างขวางสำหรับผู้แสดงสินค้าในการสร้างจอแสดงผลที่สะดุดตาและรวมองค์ประกอบแบบโต้ตอบเช่นการนำเสนอวิดีโอและการสาธิตสินค้า ในขณะที่ความท้าทายอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นกับ Perimeter Booth คือ อาจมีราคาแพงกว่าบูธประเภทอื่น ๆ เนื่องจากทำเลที่ตั้งและขนาดใหญ่กว่า อย่างไรก็ตามสำหรับธุรกิจที่มีงบประมาณมากขึ้นบูธขอบอาจเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เมื่อตั้งบูธสิ่งสำคัญ คือ ต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ อาทิ บูธเพื่อนบ้าน มุมมอง และการจัดการรวมถึงรูปแบบโดยรวม



รูปที่ 2 บูธขอบ (Perimeter booth)

ที่มา <https://lvexpo.com/glossary/perimeter-booth/>

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า รูปแบบของของบูธแสดงสินค้า (Type of Exhibition Booth) มีหลายประเภทและแต่ละประเภทมีคุณสมบัติเฉพาะที่ส่งผลต่อการดึงดูดผู้เข้าร่วมและประสิทธิภาพของการแสดงสินค้า ได้ดังนี้

บูธแบบเส้นตรง (In-line Booth) คือ บูธที่พบมากที่สุด ตั้งอยู่ในเส้นตรงและเปิดเพียงด้านเดียว ขนาดทั่วไปคือ 10 x 10 ฟุต หรือ 10 x 20 ฟุต มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าบูธเกาะขนาดใหญ่และติดตั้งง่าย

บูธมุม (Corner Booth) คือ บูธที่ตั้งอยู่ที่มุมทางเดิน เปิดสองด้าน เสนอทัศนวิสัยที่เพิ่มขึ้น และดึงดูดความสนใจได้มากกว่าบูธแบบอินไลน์

บูธทรงคาบสมุทร (Peninsula Booth) คือ บูธที่เปิดสามด้าน มักจะใช้โดยบริษัทขนาดใหญ่หรือผู้ที่มีงบประมาณมาก สามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบได้มากขึ้น

บูธเกาะ (Island Booth) คือ บูธที่เปิดทั้งสี่ด้าน ให้โอกาสในการออกแบบที่หลากหลายและสามารถสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่ง มีราคาแพงกว่าและต้องการทรัพยากรมากขึ้นในการดำเนินการ

บูธขอบ (Perimeter Booth) คือ ตั้งอยู่ข้างขอบด้านนอกของห้องโถง อาจมีราคาแพงกว่าแต่สามารถดึงดูดผู้คนจำนวนมากได้

ทั้งนี้การเลือกประเภทบูธที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้จัดงานแสดงสินค้า มีความสำคัญในการสร้างพื้นที่ที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพเพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมและบรรลุเป้าหมายของงานแสดงสินค้า

7. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบูธแสดงสินค้า (literature related to Exhibition Booth)

มีหลายทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการสร้างบูธที่ดีสามารถนำไปใช้กับบูธออลูมิเนียมมาตรฐานได้ดังนี้

7.1 ทฤษฎีความสนใจ (Attention theory)

ทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าที่ให้ความสำคัญต่อรูปแบบของบูธและเทคนิคการแสดงสินค้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้เยี่ยมชมงาน สิ่งนี้สามารถทำได้เช่น เทคนิคการใช้สีสดใสไล่สายกราฟิกที่เป็นตัวหนาและจอแสดงผลแบบภาพเคลื่อนไหวโต้ตอบ คุณสมบัติโมดูลาร์ของระบบบูธออลูมิเนียมมาตรฐานช่วยให้ผู้แสดงสินค้าสามารถสร้างจอแสดงผลที่กำหนดเองได้อย่างสะดวก ผู้แสดงสินค้ายังสามารถใช้ส่วนประกอบที่มีน้ำหนักเบาและแข็งแรงมีมาตรฐานของระบบบูธออลูมิเนียมมาตรฐานรองรับจอแสดงผลและโครงสร้างขนาดใหญ่ที่โดดเด่นและสามารถมองเห็นได้จากทั่วห้องโถงงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ ความยืดหยุ่นของระบบบูธออลูมิเนียมมาตรฐาน ทำให้ผู้แสดงสินค้าสามารถปรับเปลี่ยน รูปแบบบูธได้อย่างง่ายดายเพื่อรักษาความสนใจของผู้เข้าร่วมตลอดงาน การศึกษาอื่น ๆ พบว่าการใช้เทคโนโลยีไฮเทคอุปกรณ์ในการออกแบบบูธยังสามารถเพิ่มความสนใจและช่วยให้องค์ประกอบการสร้างตราสินค้าสามารถรวมเข้ากับบูธได้อย่างง่ายดาย

7.2 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange theory)

มุมมองของจิตวิทยาทางสังคมที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงความมั่นคงทางสังคม ที่เกิดจากการเจรจาต่อรองแลกเปลี่ยนระหว่างคน 2 กลุ่ม ผ่านการประเมิน วิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ที่แต่ละกลุ่มจะได้รับ คือ ทฤษฎีนี้มีรากฐานจากวิชาเศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา สังคมศาสตร์ และทฤษฎีนี้มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางเลือกที่มีเหตุผล (Rational Choice) และทฤษฎีโครงสร้างนิยม (Structuralism) นอกจากนี้ ยังถูกประยุกต์ใช้ในโลกรธุรกิจเพื่ออธิบายถึงกระบวนการการแลกเปลี่ยนสินค้า หรืออธิบายความสำคัญของสัมพันธของกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ โดยการเสนอคุณค่า ในบริบทของอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าสามารถใช้ทฤษฎีนี้อธิบายการดึงดูดผู้เข้าร่วมงานโดยผู้จัดแสดงงานนำเสนอการมอบประสบการณ์ที่คุ้มค่าต่อการเข้าเยี่ยมชม ผ่านการใช้บูธออลูมิเนียมมาตรฐานเป็นพื้นฐานทางตรงด้านภาพลักษณ์ที่ดี หรือทางอ้อมคือการประหยัดงบประมาณเพื่อใช้ลงทุนสร้างพื้นที่นำเสนอสื่อการศึกษาหรือการสาธิตสินค้าและให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์แก่

ผู้เข้าร่วมด้วยการทำเช่นนั้นผู้แสดงสินค้าสามารถสร้างความสนใจรับชมและสร้างสายสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วม ซึ่งอาจนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้าที่เพิ่มขึ้นและการบอกต่อในเชิงบวก

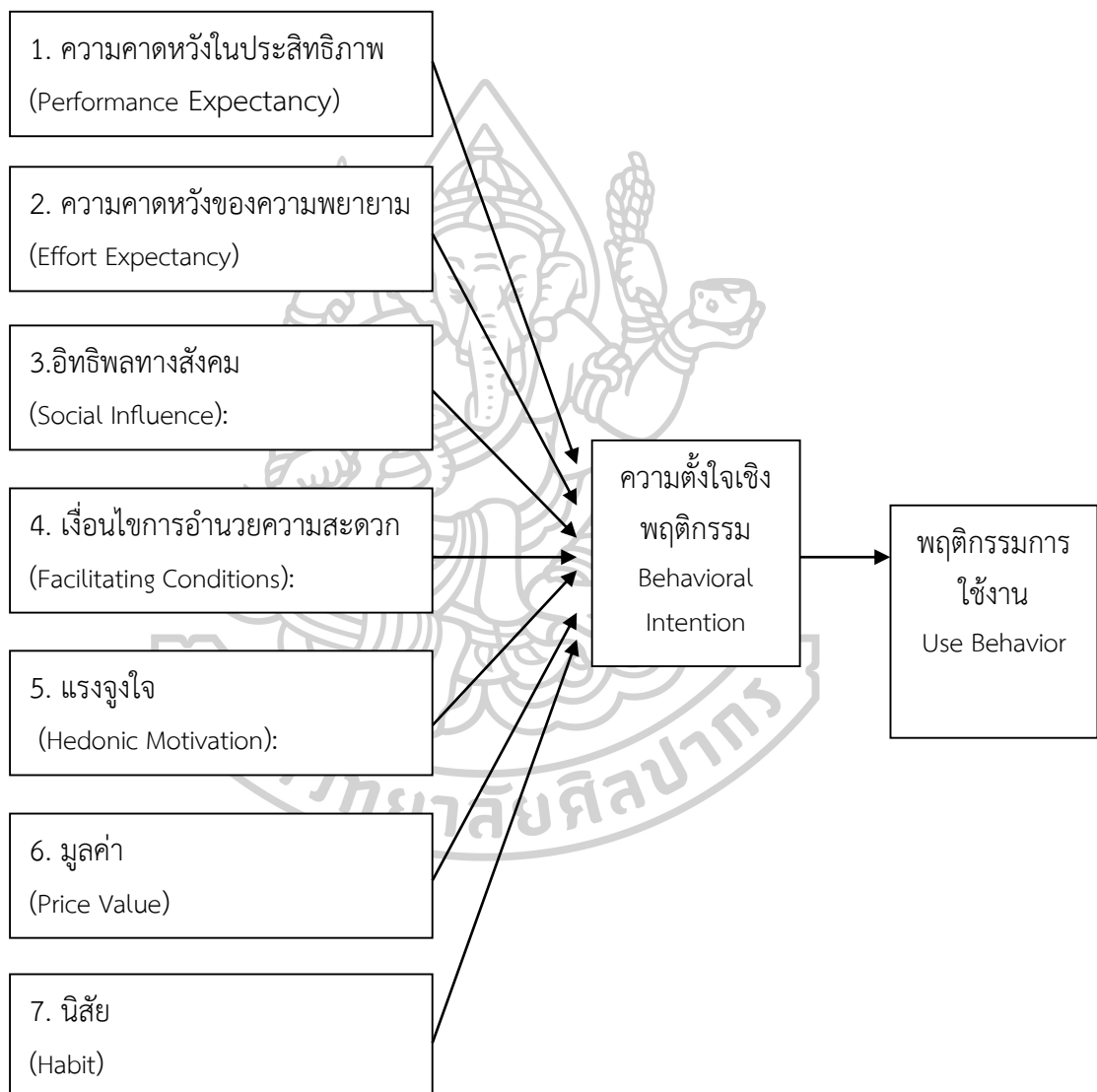
7.3 ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics Theory)

มนุษย์รู้จักสร้างงานศิลปะและรู้จักการรับรู้ความงามของสรรพสิ่งตั้งแต่โบราณ ในขณะที่การรับรู้คุณค่าและตัดสินคุณค่าความงามนั้นในแต่ละสังคม แต่ละยุคสมัยมีการเปลี่ยนแปลงแตกต่างกันไปตามวันเวลา สถานที่ และ ปัจจัยแวดล้อม ขั้นตอนที่มนุษย์ได้รับสัมผัสว่ามี "วัตถุ" คงอยู่ และมนุษย์สามารถสัมผัสกับวัตถุนั้นได้ ไม่ว่าจะสัมผัสด้วยการมองเห็น การได้ยิน หรือสัมผัสทางกายก็ตามแล้วมนุษย์ตัดสิน "วัตถุ" นั้น ด้วยเกณฑ์ภายในใจของตัวเอง ผนวกกับความรู้เชิงศิลปะที่เคยเรียนรู้หรือสั่งสม หรือ จากประสบการณ์การเสพงานศิลปะ แล้วมนุษย์ตัดสินความงามของวัตถุนั้น งามหรือไม่งามในระดับใด และงามอย่างไร ซึ่งนับว่าเป็นการรับรู้ความงามในระดับขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทั่วไปพึงมีการให้ความสำคัญต่อบรรยากาศที่ดึงดูดสายตาและสวยงามสามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมได้ การออกแบบที่ทันสมัยและดึงดูดสายตา การใช้กราฟิกและแสงคุณภาพสูงยังสามารถเพิ่มความน่าสนใจของบูธ นอกจากนี้ การใช้สีรูปร่างและพื้นผิววัสดุเชิงกลยุทธ์สามารถมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้เข้าร่วมเกี่ยวกับตราสินค้า

การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนสามารถเพิ่มคุณค่าของบูธ ในขณะเดียวกันก็สอดคล้องกับค่านิยมของผู้เข้าร่วมและส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของตราสินค้า การออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของบูธออลูมิเนียมมาตรฐาน และส่วนประกอบที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้สามารถช่วยให้ผู้แสดงสินค้าบรรลุเป้าหมายเหล่านี้ได้ โดยรวมแล้วการผสมผสานทฤษฎีสุนทรียศาสตร์เข้ากับการออกแบบบูธออลูมิเนียมมาตรฐานสามารถช่วยให้ผู้แสดงสินค้าสร้างการออกแบบบูธที่ดึงดูดสายตา น่าจดจำและยั่งยืนซึ่งสื่อสารต่อผู้เข้าร่วมและเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า

7.4 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT2)

เป็นรูปแบบที่มีอิทธิพลซึ่งอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของแต่ละบุคคล เทคโนโลยีในงานวิจัยฉบับนี้คือ บูธอลูมิเนียมมาตรฐาน ผู้วิจัยได้ปรับโมเดลดังกล่าวมาใช้พิจารณาโดยเลือกเฉพาะปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 7 ข้อดังนี้



รูปภาพที่ 29 Adapted Utaut2 without Moderator

UTAUT2 ได้ระบุโครงสร้างหลัก 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อการนำเทคโนโลยีบุธอคูมิเนียมมาตรฐานมาใช้สรุปได้ดังนี้

7.4.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) หมายถึง การรับรู้หรือความเชื่อของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับขอบเขตที่การใช้เทคโนโลยีเฉพาะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานหรือประสิทธิภาพโดยรวมในการบรรลุเป้าหมาย ในบริบทของ UTAUT2 Performance Expectancy ในกรณีของผู้แสดงสินค้าที่พิจารณาการใช้บุธอคูมิเนียมมาตรฐาน Performance Expectancy เกี่ยวข้องกับการประเมินว่าการนำบุธเหล่านี้ไปใช้จะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการจัดงานแสดงสินค้า อาจพิจารณาปัจจัยเพิ่มเติมต่าง ๆ ได้แก่

1) เพิ่มความน่าสนใจ และดึงดูดสายตามากขึ้น ดึงดูดผู้เข้าชมและสร้างความประทับใจในเชิงบวกต่อตราสินค้าหรือสินค้า

2) ฟังก์ชันที่ดีขึ้น รูปแบบบุธการออกแบบโมดูลาร์และตัวเลือกการปรับแต่ง การใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพให้สามารถจัดแสดงสินค้าได้ดีขึ้น

3) การดำเนินงานที่คล่องตัว ติดตั้งและรื้อถอนง่ายขึ้น ลดเวลาและแรงงาน สิ่งนี้สามารถนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโลจิสติกส์ และช่วยให้ผู้แสดงสินค้ามีเวลาและต้นทุนไปที่การมีส่วนร่วมกับผู้เข้าชมมากขึ้น

4) สร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่เป็นมืออาชีพมากขึ้น ความสม่ำเสมอในการออกแบบและการจัดการบุธและองค์ประกอบการสร้างตราสินค้าสามารถช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าชมซึ่งอาจนำไปสู่โอกาสทางธุรกิจที่ดีขึ้น

5) ความคุ้มค่า ช่วยประหยัดต้นทุนเมื่อเทียบกับตัวเลือกบุธอื่น ๆ ความสามารถในการนำกลับมาใช้ใหม่ความทนทานและมูลค่าระยะยาวที่อาจเกิดขึ้นของบุธเหล่านี้อาจเป็นปัจจัยที่สนับสนุนเรื่องความคุ้มค่า

7.4.2 ความคาดหวังของความพยายาม (Effort Expectancy) คือ การรับรู้หรือความเชื่อของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการใช้งานและความพยายามในการรับรู้ในบริบทของ UTAUT2 Effort Expectancy มุ่งเน้นไปที่วิธีที่ผู้ใช้รับรู้ถึงความเรียบง่ายความสะดวกในการเรียนรู้และการใช้

งานโดยรวมของเทคโนโลยีปัจจัยต่าง ๆ เช่นเวลาและความพยายามที่จำเป็นในการมีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยี เมื่อพิจารณาถึงการนำบุชธลุมิเนียมมาตรฐานมาใช้ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า ผู้แสดงสินค้าจะประเมินความคาดหวังของความพยายามที่เกี่ยวข้องกับการใช้บุชธลุมิเนียมนี้ ดังนี้

1) กระบวนการประกอบโครงสร้างและเวลาที่จำเป็นสำหรับการตั้งค่าและการรื้อถอน หากผู้เข้าร่วมงานมองว่างานมีประสิทธิภาพหมายความว่าความคาดหวังของความพยายามก็จะมากขึ้นไปด้วย

2) ความยืดหยุ่นในการใช้งาน ปรับให้เข้ากับพื้นที่จัดแสดงและเลย์เอาต์ที่แตกต่างกันได้ดีเพียงใด หากบุชธลุมิเนียมมีความยืดหยุ่นและแข็งแรงตอบสนองการจัดงานแสดงสินค้า ผู้แสดงสินค้าก็จะมองว่าความคาดหวังของความพยายามเป็นสิ่งที่ดี

3) การบำรุงรักษาและโลจิสติกส์ รวมทั้งพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ อาทิ น้ำหนักการพกพาความสะดวกในการทำความสะอาดและบำรุงรักษาและพื้นที่ที่จำเป็นสำหรับการจัดเก็บ หากบุชธลุมิเนียมมาตรฐานเป็นความสะดวกในการจัดการและบำรุงรักษาความคาดหวังของความพยายามจะได้รับการรับรู้ในเชิงบวก

4) ใช้งานง่าย ความเป็นมิตรต่อผู้ใช้ รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ การออกแบบที่ใช้งานง่ายคำแนะนำหรือคู่มือที่ชัดเจน และความสะดวกในการแก้ไขปัญหาหากมีปัญหาเกิดขึ้น หากผู้แสดงสินค้าพบว่าบุชธลุมิเนียมใช้งานง่ายและเข้าถึงได้ก็จะนำไปสู่ความคาดหวังในความพยายามในเชิงบวก

7.4.3 อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) คือ บทบาทของบรรทัดฐานอันทันยบรรทัดฐานทางสังคมและอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี ตระหนักดีว่าการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้คนได้รับอิทธิพลจากความคิดเห็นคำแนะนำและประสบการณ์ของผู้อื่นภายในเครือข่ายสังคม รวมถึงสังคมออนไลน์

เมื่อใช้โมเดล UTAUT2 กับการนำบุชอลุมิเนียมมาตรฐานมาใช้ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า ผู้แสดงสินค้าไทยพิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลทางสังคมดังต่อไปนี้

1) บรรทัดฐานอัตนัย (Subjective Norms) ผู้แสดงสินค้าจะคำนึงถึงความคาดหวังและความคิดเห็นที่รับรู้ของผู้คนที่มีความสำคัญ เช่น เพื่อนร่วมงานผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมและพันธมิตรทางธุรกิจ หากบุคคลหรือกลุ่มผู้มีอิทธิพลแสดงความคิดเห็นในเชิงบวก หรือแนะนำให้ นำบุชอลุมิเนียมมาตรฐานมาใช้ ผู้เข้าร่วมงานอาจรู้สึกถึงแรงกดดันทางสังคมหรือความคาดหวังที่จะปฏิบัติตาม

2) บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) ผู้แสดงสินค้าจะพิจารณาบรรทัดฐานทางสังคมและการปฏิบัติที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า หากการใช้บุชอลุมิเนียมมาตรฐานกลายเป็นแนวปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง บรรทัดฐานอิทธิพลทางสังคมอาจเอนเอียงไปทางการรักษาภาพที่เป็นอยู่

3) ผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) ผู้แสดงสินค้าอาจขอคำแนะนำและความคิดเห็นจากผู้มีอิทธิพลหรือผู้นำความคิดเห็นในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า การรับรองเชิงบวกและคำรับรองจากผู้นำความคิดเห็นดังกล่าวสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้แสดงสินค้าในการนำเทคโนโลยีมาใช้

4) เพื่อนร่วมงาน (Colleagues) ผู้แสดงสินค้ามักจะมีปฏิสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายกับเพื่อนร่วมงานในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า การพูดคุยอย่างตรงไปตรงมาและการอภิปรายสามารถกำหนดการรับรู้และการตัดสินใจของผู้เข้าร่วมงาน หากผู้เข้าร่วมงานสังเกตเห็นเพื่อนร่วมงานประสบความสำเร็จในการนำบุชอลุมิเนียมมาตรฐานมาใช้และบรรลุผลลัพธ์ในเชิงบวกก็สามารถสร้างอิทธิพลทางสังคมในเชิงบวกและส่งเสริมการยอมรับของตนเอง

5) ชุมชนและแพลตฟอร์มออนไลน์ (Online Communities and Platforms) การเข้าร่วมในชุมชนออนไลน์ฟอรัมหรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่มีการอภิปรายและการแบ่งปันข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานแสดงสินค้า ช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่นและได้รับอิทธิพลจากความคิดเห็นและคำแนะนำที่แบ่งปันภายในแวดวงสังคมออนไลน์

7.4.4 เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) คือ ความพร้อมของทรัพยากรและการสนับสนุนที่จำเป็นในการนำบุชออลูมิเนียมมาตรฐานมาใช้ รวมถึงการเข้าถึงซัพพลายเออร์ที่เชื่อถือได้ที่เชี่ยวชาญการประกอบการบำรุงรักษาบุชและความช่วยเหลือเกี่ยวกับความท้าทายด้านโลจิสติกส์เช่นการขนส่งและการจัดเก็บ

ในบริบทของ UTAUT2 เงื่อนไขเหล่านี้อาจรวมถึงทรัพยากรระบบสนับสนุนและโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการใช้เทคโนโลยีเมื่อใช้โมเดล UTAUT2 กับการนำบุชออลูมิเนียมมาตรฐานมาใช้ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าผู้แสดงสินค้าจะพิจารณาประเด็นต่อไปนี้

1) การเข้าถึงซัพพลายเออร์ ซึ่งสามารถจัดหาบุชออลูมิเนียมมาตรฐานได้ รวมถึงการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่นจำนวนซัพพลายเออร์ในตลาดชื่อเสียง ความหลากหลายของตัวเลือกบุชที่มีอยู่และความน่าเชื่อถือของบริการ หากผู้แสดงสินค้าเห็นว่ามีซัพพลายเออร์ที่เพียงพอและน่าเชื่อถือจะช่วยเพิ่มเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกในการนำไปใช้

2) การฝึกอบรมและการสนับสนุน ผู้แสดงสินค้าจะประเมินความพร้อมของโปรแกรมการฝึกอบรมหรือระบบสนับสนุนที่สามารถช่วยให้เรียนรู้วิธีใช้ และจัดการบุชออลูมิเนียมมาตรฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพิจารณาว่าการฝึกอบรมสื่อการสอนหรือแหล่งข้อมูลออนไลน์จัดทำโดยซัพพลายเออร์หรือสมาคมอุตสาหกรรมหรือไม่ การมีการฝึกอบรมและการสนับสนุนที่เพียงพอช่วยเพิ่มเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกและลดอุปสรรคในการนำไปใช้

3) โครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ ผู้แสดงสินค้าจะพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่และด้านโลจิสติกส์ เช่น การขนส่งสถานที่จัดเก็บและความเหมาะสมของสถานที่ หากโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นพร้อมใช้งานและผู้แสดงสินค้าสามารถขนส่งจัดเก็บและตั้งค่าบุชได้อย่างง่ายดาย โดยไม่มีความเสี่ยงที่สำคัญช่วยปรับปรุงเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกในการนำไปใช้

4) ความเข้ากันได้กับระบบที่มีอยู่ พิจารณาว่าบุรุษทำงานร่วมกับการสร้างตราสินค้าสื่อส่งเสริมการขายและระบบเทคโนโลยีที่มีอยู่ได้ดีเพียงใด หากบุรุษสอดคล้องกับระบบที่มีอยู่และต้องการการปรับเปลี่ยนเพียงเล็กน้อยก็ส่งผลดีต่อเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

5) ทรัพยากรทางการเงิน ผู้แสดงสินค้าพิจารณาการลงทุนที่จำเป็นค่าใช้จ่ายในการใช้งานและความสามารถในการจ่ายโดยรวมที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณและทรัพยากรทางการเงิน ผู้แสดงสินค้ามีทรัพยากรทางการเงินที่เพียงพอก็จะรู้สึกสะดวกในการนำไปใช้

7.4.5 แรงจูงใจ (Hedonic Motivation) คือ ความเพลิดเพลินและความพึงพอใจที่อาจได้รับจากการใช้บุรุษออลูมิเนียมมาตรฐาน การพิจารณาความง่ายในการปรับแต่งบุรุษและสุนทรียศาสตร์โดยรวมที่สามารถปรับปรุงความรู้สึกประสบการณ์ของผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าชมสร้างความพึงพอใจทางอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาใช้

ในบริบทของ UTAUT2 แรงจูงใจ Hedonic ตระหนักดีว่าบุคคลไม่ได้มีแรงจูงใจจากปัจจัยที่เป็นประโยชน์หรือเครื่องมือเพียงอย่างเดียว ยังได้รับอิทธิพลจากความเพลิดเพลินและอารมณ์เชิงบวกที่เชื่อมโยงกับการใช้เทคโนโลยี เมื่อใช้โมเดล UTAUT2 กับการนำบุรุษออลูมิเนียมมาตรฐานมาใช้ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าผู้แสดงสินค้าจะพิจารณาประเด็นต่อไปนี้ที่เกี่ยวข้องกับ Hedonic Motivation ดังนี้

1) ดึงดูดสายตา ผู้แสดงสินค้าจะประเมินคุณภาพความงามและความน่าดึงดูดสายตาของบุรุษออลูมิเนียมมาตรฐาน พิจารณาการออกแบบการใช้วัสดุและความน่าดึงดูดโดยรวมของบุรุษรวมถึงวิธีที่เพิ่มผลกระทบทางสายตาโดยรวม หากผู้แสดงสินค้าพบว่าบุรุษเป็นที่ชื่นชอบและเชื่อว่ามีส่วนร่วมในประสบการณ์การจัดงานแสดงสินค้าที่มีส่วนร่วมและสนุกสนานมากขึ้นก็จะช่วยเพิ่มแรงจูงใจ Hedonic ในการนำไปใช้

2) การปรับแต่งและการปรับเปลี่ยนในแบบของคุณ ผู้แสดงสินค้าจะประเมินระดับของตัวเลือก โดยพิจารณาว่าสามารถปรับแต่งการออกแบบบุธให้เข้ากับตราสินค้าและบรรยากาศที่ต้องการได้หรือไม่ หากบุธมีความยืดหยุ่นและสามารถให้มีการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ผู้แสดงสินค้า จะได้รับความรู้สึกเพลิดเพลินและความพึงพอใจจากความสามารถในการปรับแต่งพื้นที่จัดแสดง

3) ความแปลกใหม่และเอกลักษณ์ ผู้แสดงสินค้าอาจได้รับแรงบันดาลใจจากความแปลกใหม่และเอกลักษณ์ของการใช้บุธออลูมิเนียมมาตรฐาน การนำเทคโนโลยีใหม่และทันสมัยมาใช้สร้างรูปแบบและวิธีการใหม่ในการทำงาน หากผู้แสดงสินค้ามองว่าการนำบุธเหล่านี้มาใช้เป็นโอกาสที่จะโดดเด่นและเป็นนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มแรงจูงใจ

4) การรับรู้ทางสังคม ผู้แสดงสินค้าอาจพิจารณาว่าการใช้บุธออลูมิเนียมมาตรฐานสามารถเพิ่มชื่อเสียงและการยอมรับทางสังคมในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าได้อย่างไร ความชื่นชมจากเพื่อนร่วมงานและผู้เข้าชมสามารถนำไปสู่ความรู้สึกของความพึงพอใจ หากผู้เข้าร่วมงานคาดหวังว่าการใช้บุธเหล่านี้จะช่วยเพิ่มสถานะทางสังคมและการรับรู้ส่งผลในเชิงบวกต่อแรงจูงใจ

7.4.6 มูลค่า (Price Value) หมายถึง ความคุ้มค่าของบุธออลูมิเนียมมาตรฐานเมื่อเทียบกับตัวเลือกบุธแบบดั้งเดิม การนำเทคโนโลยีมาใช้ปัจจัยด้านราคาหรือต้นทุนที่เกี่ยวข้องสามารถมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้ทางอ้อม แม้ว่าจะไม่ได้กล่าวถึงอย่างชัดเจนใน UTAUT2 แต่แนวคิดของ Price Value ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการต้นทุน เมื่อนำแนวคิดของ Price Value ไปใช้กับการนำบุธออลูมิเนียมมาตรฐานมาใช้ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าผู้แสดงสินค้าไทยอาจพิจารณาประเด็นต่อไปนี้

1) ความคุ้มค่า ผู้แสดงสินค้าจะประเมินการลงทุนทางการเงินและต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นและมูลค่าโดยรวมที่ได้รับเมื่อเทียบกับราคาที่จ่าย

2) ผลตอบแทนจากการลงทุน ผู้แสดงสินค้าอาจประเมินผลตอบแทนและประสิทธิภาพจากการลงทุนที่อาจเกิดขึ้น การมีส่วนร่วมของผู้เข้าชมและโอกาสทางธุรกิจ หากผู้แสดงสินค้านำบุธเสนอ ผลตอบแทนการลงทุน ที่ดีจะช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงมูลค่าราคา

3) การวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ ผู้แสดงสินค้าทำการวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบผลประโยชน์ โดยเฉพาะการมองเห็นภาพตราสินค้าและประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นประสิทธิภาพที่ดีขึ้น การเติบโตของรายได้ที่อาจเกิดขึ้น หากผลประโยชน์มีมากกว่าต้นทุนจะก่อให้เกิดการรับรู้เชิงบวกเกี่ยวกับมูลค่าราคา

4) การพิจารณาความสามารถในการจ่ายและงบประมาณ ผู้แสดงสินค้าประเมินว่าราคาของการใช้บูธออลูมิเนียมมาตรฐานสอดคล้องกับทรัพยากรทางการเงินและข้อจำกัด หากพิจารณาว่าค่าใช้จ่ายมีราคาไม่แพง และถ้าช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรไปยังด้านอื่น ๆ ที่สำคัญของงานแสดงสินค้าจะก่อให้เกิดการรับรู้เชิงบวก

7.4.7 นิสัย (Habit) หมายถึง พฤติกรรมอัตโนมัติซ้ำ และจิตใต้สำนึกที่บุคคลได้พัฒนาเมื่อเวลาผ่านไป นิสัยเหล่านี้เกิดขึ้นจากความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีหรือระบบเฉพาะ พฤติกรรมที่เป็นนิสัยจะดำเนินงานได้โดยอัตโนมัติควรพิจารณาประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้

1) ความคุ้นเคย ผู้แสดงสินค้าที่ใช้บูธออลูมิเนียมมาตรฐานก่อนหน้านี้ อาจพัฒนาความชอบที่เป็นนิสัยสำหรับบูธเหล่านี้ การตั้งค่าที่คุ้นเคยขั้นตอนการจัดการโดยรวมกับบูธสามารถนำไปสู่ความโน้มเอียงที่เป็นนิสัยในอนาคต

2) กิจวัตรและประสิทธิภาพ พฤติกรรมที่เป็นนิสัยมักเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพและการลดความพยายามในการรับรู้ ผู้เข้าร่วมงานที่สร้างกิจวัตรประจำวันด้วยบูธออลูมิเนียมมาตรฐานอาจพบว่าคุณภาพและมีประสิทธิภาพในแง่ของการติดตั้งการรื้อถอนการจัดเก็บและการบำรุงรักษา นิสัยการใช้บูธเหล่านี้สามารถให้ความสะดวกสบายและสะดวกเนื่องจากความคุ้นเคยของกระบวนการที่เกี่ยวข้อง

3) อคติทางปัญญา พฤติกรรมที่เป็นนิสัยสามารถขับเคลื่อนได้โดยอคติทางปัญญาเช่นอคติที่เป็นอยู่หรืออคติความคุ้นเคย ผู้แสดงสินค้าอาจแสดงความชื่นชอบบูธออลูมิเนียมมาตรฐานเพียงเพราะ

ความคุ้นเคยกับการใช้งานและมองว่าเป็นตัวเลือกเริ่มต้นหรือที่พบบ่อยที่สุดในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า

4) การต่อต้านการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมที่เป็นนิสัยสามารถนำไปสู่การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงทำให้ผู้แสดงสินค้าต้องพิจารณาทางเลือกในการเลือกบูธ นิสัยที่จัดตั้งขึ้นของการใช้บูธ อลูมิเนียมมาตรฐานอาจสร้างความรู้สึกสบายและความต้านทานต่อการนำเทคโนโลยีใหม่หรือไม่คุ้นเคยมาใช้

การใช้โมเดล UTAUT2 สามารถช่วยให้ผู้แสดงสินค้าไทยประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการยอมรับบูธอลูมิเนียมมาตรฐานอย่างเป็นระบบ เมื่อพิจารณาถึงโครงสร้างแต่ละอย่างและความเกี่ยวข้องกับบริบทเฉพาะสามารถตัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีนี้มาใช้ในการจัดงานแสดงสินค้า

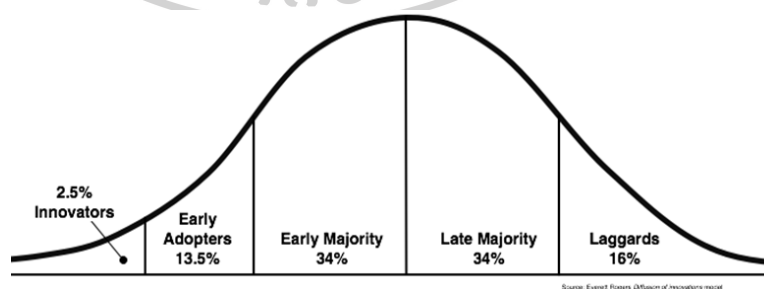
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจของแต่ละบุคคลที่จะมีส่วนร่วมในพฤติกรรมเฉพาะของผู้แสดงสินค้าที่จะนำมาใช้และใช้ระบบบูธเหล่านี้ในกิจกรรมการจัดงานแสดงสินค้า แสดงถึงความตั้งใจหรือแผนการที่จะรวมบูธอลูมิเนียมมาตรฐานเข้ากับการปฏิบัติในการจัดงานแสดงสินค้า

พฤติกรรมการใช้งาน (Use Behavior) หมายถึง การกระทำและพฤติกรรมที่แสดงโดยผู้แสดงสินค้าหรือผู้ใช้เมื่อใช้ระบบบูธเหล่านี้ในระหว่างการจัดงานแสดงสินค้า

8. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าในธุรกิจงานจัดแสดงสินค้า (Value Creation in Exhibition Industry)

ผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ได้แก่ ผู้แสดงสินค้า (Exhibitor) ผู้เข้าร่วมงาน (Visitor) ผู้จัดงาน (Organizer) และผู้ให้บริการ (Service Provider) โดย ผู้แสดงสินค้า คือ บริษัท หรือองค์กรที่แสดงสินค้าหรือบริการของตนในงานแสดงสินค้า ในขณะที่ผู้เข้าร่วมเป็น บุคคลหรือ บริษัท ที่เยี่ยมชมงานแสดงสินค้า ผู้จัดงานมีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผนและ ดำเนินงานจัดงานแสดงสินค้า ในขณะที่ผู้ให้บริการเสนอบริการสนับสนุนต่าง ๆ เช่น โลจิสติกส์การจัด เลี้ยงและการตลาด

อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับแนวโน้มในอนาคต ตามรายงานของสำนักงานส่งเสริม การจัดประชุมและงานแสดงสินค้า (TCEB) พบว่า จำนวนการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2560 เป็น 222 ครั้งในปีพ.ศ. 2561 โดยมีผู้แสดงสินค้าทั้งหมด 31,102 ราย และผู้ เข้าชมงานแสดงสินค้า 2.8 ล้านคน (TCEB, 2019) การเติบโตนี้เป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ รวมถึงการสนับสนุนของรัฐบาลสำหรับอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าและจำนวนงานระดับ นานาชาติที่เพิ่มขึ้นในประเทศไทย (Oxford Business Group, 2020) ถึงแม้จะมีความท้าทาย แต่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศไทยมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับอนาคต ตาม รายงานของ TCEB คาดว่าอุตสาหกรรมนี้จะสร้างรายได้ 100,000 ล้านบาทภายในปีพ.ศ. 2568 (TCEB, 2019)



รูปภาพที่ 30 Diffusion of Innovation Theory

ที่มา <https://luxresearchinc.com/th/press-room/trends-and-how-cultural-tension-can-act-as-an-accelerant/>

ทฤษฎีการกระจายของนวัตกรรม Diffusion of Innovation (DOI) พัฒนาโดย Rogers ในปี ค.ศ. 1962 เป็นหนึ่งในทฤษฎีสังคมศาสตร์ที่เก่าแก่ที่สุด มันเกิดขึ้นในการสื่อสาร เพื่ออธิบายว่าเมื่อเวลาผ่านไปความคิดหรือสินค้าได้รับแรงผลักดันและกระจาย ผ่านประชากรหรือระบบสังคมที่เฉพาะเจาะจง ผลลัพธ์สุดท้ายของการแพร่กระจายนี้ คือ ผู้คนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมนำแนวคิดพฤติกรรมหรือสินค้าใหม่มาใช้ หมายความว่าบุคคลทำสิ่งที่แตกต่างจากที่เคยมีมาก่อนหน้านี้ เช่นซื้อหรือใช้สินค้าใหม่รับและดำเนินงานพฤติกรรมใหม่ ฯลฯ โดยกุญแจสำคัญในการนำไปใช้ คือ บุคคลต้องรับรู้ความคิดพฤติกรรมหรือสินค้าว่าเป็นสิ่งใหม่หรือนวัตกรรม มันผ่านสิ่งนี้ที่การแพร่กระจายเป็นไปได้

ตามทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Diffusion of Innovation) ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทยสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามการยอมรับและการยอมรับแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ นี้ คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่จัดหมวดหมู่ตามทฤษฎีนี้

1) นักประดิษฐ์ (Innovators) เป็นกลุ่มแรกที่น่าแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ ในบริษัทของอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทยผู้เริ่มอาจรวมถึงผู้จัดงานแสดงสินค้าหรือ บริษัท ที่อยู่ในระดับแนวหน้าของการนำเทคโนโลยีแนวโน้มหรือแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ มาใช้ โดยเปิดรับความเสี่ยงและสำรวจแนวทางที่เป็นนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสบการณ์การจัดงานแสดงสินค้า

2) กลุ่มนำสมัย (Early adopters) เป็นกลุ่มที่สองที่นำนวัตกรรมมาใช้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้ มักมีอิทธิพลและได้รับการยอมรับ ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทยผู้เริ่มใช้งาน อาจรวมถึงผู้จัดงานที่ก้าวหน้าผู้แสดงสินค้าหรือสมาคมอุตสาหกรรมที่ตระหนักถึงประโยชน์ ที่อาจเกิดขึ้นจากแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ และเต็มใจที่จะยอมรับ

3) กลุ่มทันสมัย (Early Majority) ประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่นำนวัตกรรมมาใช้ หลังจากช่วงเวลาของการสังเกตและประเมินผลในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าส่วนใหญ่ รวมถึงผู้จัดงานแสดงสินค้าผู้แสดงสินค้าหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่ติดตามความสำเร็จและผลลัพธ์ของนวัตกรรมที่ดำเนินงานโดยผู้ริเริ่มและผู้ริเริ่มอย่างใกล้ชิด

4) กลุ่มตามสมัย (Late Majority) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่นำนวัตกรรมมาใช้ก็ต่อเมื่อเห็นว่าเป็นคนอื่น ๆ ส่วนใหญ่ได้นำนวัตกรรมมาใช้แล้ว ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทยส่วนใหญ่ รวมถึงผู้จัดงานแสดงสินค้าผู้แสดงสินค้าหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่ไม่ชอบความเสี่ยงและชอบที่จะสังเกตการนำนวัตกรรมไปใช้อย่างประสบความสำเร็จก่อนที่จะยอมรับ

5) กลุ่มปลายสมัย (Laggards) เป็นกลุ่มสุดท้ายที่นำนวัตกรรมมาใช้ มักจะทนต่อการเปลี่ยนแปลงและอาจสงสัยเกี่ยวกับประโยชน์ของแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าไทย laggards อาจรวมถึงผู้จัดงานแสดงสินค้าผู้แสดงสินค้าหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่ลังเลที่จะใช้เทคโนโลยีหรือแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ และชอบที่จะยึดติดกับวิธีการแบบดั้งเดิม

สิ่งสำคัญคือต้องทราบว่า การแพร่กระจายของทฤษฎีนวัตกรรมเป็นกรอบทั่วไปและพฤติกรรม การยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละคนอาจแตกต่างกันไป นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถ ย้ายไปมาระหว่างหมวดหมู่เมื่อเวลาผ่านไปเมื่อพวกเขาเปิดรับนวัตกรรมมากขึ้นหรือเมื่อนวัตกรรม ใหม่ ๆ เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัย การศึกษาระบบบุญชอลุมิเนียมมาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร นี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการวิจัยรวบรวมข้อมูลและสรุปผลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 3 ประเภท ประกอบด้วย 1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่เป็นเอกสาร 2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้า (Organizer) 2) กลุ่มผู้ออกงานแสดงสินค้า (Exhibitor) 3) กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง (Contractor)

1.1 การศึกษาจากข้อมูลเอกสาร (Documentary Sources) โดยการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก กำหนดคำถามในแบบสัมภาษณ์และใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ประกอบไปด้วยคำถามที่มาจากการศึกษาจากข้อมูลเอกสาร มาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อความเหมาะสมต่อการให้ข้อมูล

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาคัดเลือกจากผู้มีประสบการณ์ในระบบบุญชอลุมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทยมากกว่า 10 ปีขึ้นไป รวมทั้งสิ้น 30 คน ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้า (Organizer) จำนวน 10 คน 2) กลุ่มผู้ออกงานแสดงสินค้า (Exhibitor) จำนวน 10 คน 3) กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง (Contractor) จำนวน 10 คน

ตารางที่ 1 กลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้า (Organizer) จำนวน 8 คน

ลำดับ	เพศ	ตำแหน่งงาน	ประสบการณ์ในการทำงาน (ปี)
1	ชาย	Chairman	35 ปี
2	ชาย	Advisor	35 ปี
3	ชาย	Vice President	25 ปี
4	หญิง	Event Coordinator	20 ปี
5	ชาย	Marketing Director	18 ปี
6	ชาย	Operations Manager	15 ปี
7	ชาย	Senior Project Manager	15 ปี
8	ชาย	General Manager (Organizer))	14 ปี

ในกลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้ามีบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการประสานงานและจัดการงานแสดงสินค้า กลุ่มนี้ประกอบด้วยตำแหน่งประธานบริษัท (Chairman) ที่ปรึกษา (Advisor) รองประธานบริษัท (Vice President) ผู้ประสานงานอีเวนต์ (Event Coordinator) ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด (Marketing Director) ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ (Operations Manager) ผู้จัดการโครงการ (Senior Project Manager) อีเวนต์อ็อกแกไนซ์เซอร์ (General Manager (Organizer))

ตารางที่ 2 กลุ่มผู้ออกงานแสดงสินค้า (Exhibitor) จำนวน 7 คน

ลำดับ	เพศ	ตำแหน่งงาน	ประสบการณ์ ในการทำงาน (ปี)
1	ชาย	President (Brand Owner)	25
2	ชาย	Event Manager	35
3	ชาย	Deputy Managing Director	20
4	ชาย	Senior Vice President-Head of Retail Investor Dept.	15
5	หญิง	Director: Agribusiness & Operations	14
6	หญิง	Product Manager	13
7	หญิง	Assistance Vice President-Retail Investor	10

กลุ่มผู้ออกงานแสดงสินค้ามีการกระจายเพศที่สมดุลยิ่งขึ้น โดยมีผู้หญิงในตำแหน่งสำคัญเช่น Director และ Product Manager กลุ่มนี้ประกอบด้วยบุคคลที่เป็นผู้ออกงานแสดงสินค้าหรือเจ้าของแบรนด์, แสดงถึงความเชี่ยวชาญในการจัดการแบรนด์และผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ในกลุ่มนี้กระจายตั้งแต่ 10 ถึง 35 ปี แสดงถึงการผสมผสานระหว่างประสบการณ์งานแสดงสินค้าและการตลาด

ตารางที่ 3 กลุ่มผู้ให้บริการรับเหมาก่อสร้าง (Contractor/ Service provider) จำนวน 8 คน

ลำดับ	เพศ	ตำแหน่งงาน	ประสบการณ์ในการ ทำงาน (ปี)
1	ชาย	Owner (Service Provider)	35
2	ชาย	Assistant Vice President- Operations	23
3	ชาย	Director (Service Provider)	18
4	ชาย	Senior Designer	18
5	ชาย	Head of Graphic Design	17
6	ชาย	Manager of Woodwork Department	13
7	ชาย	General Manager (Service Provider)	12
8	ชาย	Factory Manager	12

กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างประกอบด้วยผู้ชายทั้งหมด แสดงถึงความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคและการจัดการ ตำแหน่งงานในกลุ่มนี้รวมถึง Owner, Assistant Vice President- Operations, และ Manager of Woodwork Department แสดงถึงความหลากหลายในภาคส่วนของการก่อสร้าง ประสบการณ์ในกลุ่มนี้มีตั้งแต่ 12 ถึง 35 ปี สะท้อนถึงความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในอาชีพ

3. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการค้นคว้าเอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์เป็นข้อคำถามชนิดปลายเปิด

4. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยวางแผนได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สร้างแบบสัมภาษณ์ อ้างอิงจากทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT2) (Venkatesh, Thong, Xu, 2012) โดยมีหัวข้อสัมภาษณ์และความเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎี ดังนี้

ตารางที่ 4 หัวข้อสัมภาษณ์และความเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎี

ข้อ	คำถามสัมภาษณ์	ทฤษฎี UTAUT2 ที่เกี่ยวข้อง
1	สถานการณ์ของการใช้โครงสร้างบุธ อคูมึเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้าใน อดีตและปัจจุบัน	ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) นิสัย (Habit)
2	ข้อดีและจุดเด่นในการใช้โครงสร้างบุธ อคูมึเนียมมาตรฐานจัดงานแสดงสินค้า	ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy), เงื่อนไข การอำนวยความสะดวก(Facilitating Conditions)
3	ข้อด้อยที่ใช้โครงสร้างบุธอคูมึเนียม มาตรฐานจัดงานแสดงสินค้า	ความคาดหวังของความพยายาม(Effort Expectancy) มูลค่า(Price Value)
4	ผู้จัดงานมีการแก้ไขจุดด้อยของโครงสร้าง บุธอคูมึเนียมมาตรฐานอย่างไร	เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) ความคาดหวัง ของความพยายาม(Effort Expectancy)

ข้อ	คำถามสัมภาษณ์	ทฤษฎี UTAUT2 ที่เกี่ยวข้อง
5	มุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในงานแสดงสินค้า	อิทธิพลทางสังคม(Social Influence), แรงจูงใจทางอารมณ์(Hedonic Motivation)
6	อนาคตของการใช้โครงสร้างบูรอลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้าเป็นอย่างไร	ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) นิสัย (Habit)
7	ผู้จัดงานสามารถเพิ่มมูลค่า-คุณค่าของโครงสร้างบูรอลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้าได้อย่างไร	มูลค่า (Price Value) เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions)

5. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือวิจัยเช่นแบบสัมภาษณ์เป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้ผู้วิจัยมั่นใจในคุณภาพและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ผู้วิจัยเสนอแบบสัมภาษณ์ให้กับอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกอีก 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบ การทำเช่นนี้ช่วยให้ได้มุมมองที่หลากหลายและเชื่อมโยงกับมาตรฐานทางวิชาการในการวิจัย

การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจะช่วยประเมินว่าแบบสัมภาษณ์มีความชัดเจน, ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ ผู้เชี่ยวชาญยังสามารถช่วยในการประเมินความเป็นกลางของคำถามและแนะนำการปรับปรุงในเรื่องคำถามที่อาจนำไปสู่ความเข้าใจผิดหรือความลำเอียง

การตรวจสอบนี้สามารถให้ผู้วิจัยได้มั่นใจมากขึ้นในเครื่องมือวิจัยของตน โดยผู้ทรงคุณวุฒิสามารถให้คำแนะนำในเรื่องการปรับปรุงเครื่องมือ เช่น การเพิ่มหรือลดคำถาม การปรับปรุงการจัดเรียงคำถาม, หรือการเพิ่มคำแนะนำเกี่ยวกับการตั้งคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและครอบคลุม

มากขึ้น (Seidman, 2013) การทดสอบและการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยจึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อให้การวิจัยมีคุณภาพและน่าเชื่อถือ

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้เริ่มต้นจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นวิธีที่มักใช้เพื่อเข้าใจบริบทและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย (Creswell, 2014) การวิเคราะห์เอกสารช่วยให้ผู้วิจัยสามารถระบุแนวโน้ม ความท้าทาย และข้อเสนอแนะจากงานวิจัยที่มีอยู่เพื่อกำหนดกรอบการศึกษาของตนเองต่อมา การวิจัยนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) เพื่อเก็บข้อมูล เป็นเทคนิคที่ให้และความเข้าใจเกี่ยวกับประสบการณ์และมุมมองของผู้ตอบสัมภาษณ์ (DiCicco-Bloom & Crabtree, 2006) การสัมภาษณ์เดี่ยวเป็นรายบุคคลช่วยให้ผู้วิจัยสามารถสำรวจความคิดเห็นอย่างละเอียด

7. ระยะเวลาการดำเนินงาน

ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัย และเก็บข้อมูลในช่วง ระหว่าง เดือน กรกฎาคม - ตุลาคม 2566 และวิเคราะห์ข้อมูล ระหว่างเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม 2566

8. การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบ 3 เสา (Data Triangulation) เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการเพิ่มความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ (Creswell, 2014) การใช้ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายช่วยให้ผู้วิจัยสามารถตรวจสอบความสม่ำเสมอของข้อมูลและลดความเสี่ยงของความลำเอียงในการวิจัย (Patton, 2002)

1. แหล่งเวลา (Time) การเก็บข้อมูลในช่วงเวลาต่าง ๆ ช่วยให้ผู้วิจัยตรวจสอบว่ามีความสม่ำเสมอในข้อมูลหรือไม่ และยังช่วยตรวจสอบความเปลี่ยนแปลงหรือแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นตามเวลา

2. แหล่งสถานที่ (Place) การเก็บข้อมูลจากสถานที่ต่าง ๆ ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเปรียบเทียบข้อมูลในบริบทที่ต่างกันและประเมินว่ามีความสม่ำเสมอของข้อมูลในด้านที่ต้องการศึกษาหรือไม่ (Yin, 2014)

3. แหล่งบุคคล (Person) การเก็บข้อมูลจากบุคคลต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์หรือมุมมองที่ต่างกันช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเห็นภาพรวมของประเด็นการวิจัยจากมุมมองที่หลากหลายและตรวจสอบความเชื่อมโยงและความสม่ำเสมอของข้อมูล (Baxter & Jack, 2008)

9. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการนำคำตอบจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ 3 ขั้นตอน (Miles and Huberman, 1994) ดังนี้

1. การลดทอนข้อมูล (Data reaction) ผู้วิจัยดำเนินการจัดระเบียบของข้อมูลเช่นการปรับลดเพิ่มโดยการจัดข้อมูลให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับข้อมูลตามแนวคิดที่ใช้ทำการศึกษาค้นคว้านี้ เพื่อหาข้อมูลใหม่จนได้ผลหรือข้อสรุปอย่างเป็นระบบสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้งานได้ง่ายขึ้น
2. การแสดงข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการลดทอนข้อมูลมาจัดระเบียบและนำมาเรียงลำดับตามเวลาที่เกิดขึ้นก่อนหลังเป็นหมวดหมู่ ดูวิธีการพรรณนาเพื่อถ่ายทอดการนำข้อมูลมาสรุปในขั้นตอนต่อไป
3. การสร้างข้อมูลสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion and replication) ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมที่ได้นำมาลดทอนข้อมูลและแสดงผลข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปหรือข้อค้นพบที่ได้รับจากการศึกษารวมถึงการเปรียบเทียบความแตกต่างและความสอดคล้องเพื่อให้ได้ประเด็นของการศึกษา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาระบบบุญอุมิเนียมมาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นวิจัยคุณภาพ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

ตารางที่ 5 รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ลำดับ	นามสมมติ	ตำแหน่ง	วันและเวลา
1	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1	เจ้าของกิจการ หจก. เอส เจ เอ็ม โปร	22 กรกฎาคม 2567 เวลา 13.30-14.45 น.
2	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2	ผู้จัดการทั่วไป หจก. เอส เจ เอ็ม โปร	22 กรกฎาคม 2567 เวลา 14.45-15.45 น.
3	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3	หัวหน้ากราฟิก หจก. เอส เจ เอ็ม โปร	22 กรกฎาคม 2567 เวลา 15.45-16.30 น.
4	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4	ผู้จัดการแผนงานไม้ หจก. เอส เจ เอ็ม โปร	22 กรกฎาคม 2567 เวลา 16.30-17.30 น.
5	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5	ประธานกรรมการ Worldex G.E.C Co., Ltd.	8 สิงหาคม 2567 เวลา 10.30-11.30 น.
6	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6	Factory Manager Worldex G.E.C Co., Ltd.	8 สิงหาคม 2567 เวลา 11.30-12.30 น.
7	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7	ที่ปรึกษา/บริษัท คิงส์เมน ซี เอ็ม ที ไอ จำกัด (มหาชน) ที่ปรึกษา/สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย)	16 สิงหาคม 2567 เวลา 12.00 - 13.30 น.
8	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8	President Kavin Intertrade	17 สิงหาคม 2567 เวลา 14.00 - 15.30 น.
9	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9	Operations Manager VNU Asia Pacific	24 สิงหาคม 2567 เวลา 11.00 - 11.30 น.

ลำดับ	นามสมมติ	ตำแหน่ง	วันและเวลา
10	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10	Director: Agribusiness & Operations VNU Asia Pacific	24 สิงหาคม 2567 เวลา 11.30 – 12.15 น.
11	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11	Director IDI CREATIVE PTE LTD	31 สิงหาคม 2567 เวลา 11.30 – 12.30 น.
12	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12	ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ทีทีเอฟ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	4 กันยายน 2567 เวลา 14.30 – 15.15 น.
13	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13	Senior vice President-Head of retail investor Department Retail investor Department ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	6 กันยายน 2567 เวลา 13.30 – 14.30 น.
14	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14	Senior Designer DesignAlive co., ltd.	8 กันยายน 2567 เวลา 11.30 – 12.45 น.
15	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15	Senior Project Manager DesignAlive co., ltd.	8 กันยายน 2567 เวลา 15.30 – 16.30 น.
16	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16	Vice President N.C.C. Management & Development Co.,Ltd.	19 กันยายน 2567 เวลา 13.30 – 14.30 น.
17	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17	Design Manager N.C.C. Management & Development Co.,Ltd.	19 กันยายน 2567 เวลา 14.30 – 15.30 น.
18	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 18	Assistant Vice President-Operations N.C.C. Management & Development Co.,Ltd.	19 กันยายน 2567 เวลา 15.30 – 16.30 น.
19	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 19	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดีซี็กซ์ตี้ทรี จำกัด	25 กันยายน 2567 เวลา 16.00 – 17.00 น.
20	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 20	รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท สีสากล จำกัด	28 กันยายน 2567 เวลา 13.10 – 14.00 น.

ลำดับ	นามสมมติ	ตำแหน่ง	วันและเวลา
21	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 21	กรรมการผู้จัดการ บริษัทเอ็กซีบีซัน เซอร์วิส(ไทยแลนด์)จำกัด	11 ตุลาคม 2567 เวลา 16.00 – 17.00 น.
22	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 22	Assistance vice President-retail investor Retail investor Department ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	12 ตุลาคม 2567 เวลา 12.00 – 13.00 น.
23	ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 23	Event Manager CRC Thaiwatsadu	15 ตุลาคม 2567 เวลา 14.00 – 15.00 น.

การอธิบายแนวทางการใช้ลูมินีเยมมาตรฐานในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของประเทศ ผลลัพธ์การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพของระบบลูมินีเยมมาตรฐาน มีการสรุปประเด็นตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 หัวข้อ ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาบริบทและสถานการณ์ของต่อลูมินีเยมมาตรฐานในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและงานแสดงสินค้า

4.1.1 สถานการณ์ของการใช้โครงสร้างลูมินีเยมมาตรฐานในงานแสดงสินค้าในอดีตและปัจจุบัน

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 (2566) กล่าวว่า “สมัยก่อนโครงสร้างชิ้นนี้เรียกว่าโซมา เป็นโครงสร้างทรงสี่เหลี่ยม รูปแบบการใช้งานไม่หลากหลาย ต่อได้เป็นลักษณะมุม 90 องศา แต่พอมีระบบ Octanorm ก็เพิ่มความหลากหลายโดยต่อมีมุม 45 องศาเพิ่มขึ้นมา แผงโครงสร้างผนังแต่ก่อนไม่ได้เป็น PVC เป็นผนังไม้อัดความหนา 6 มิลลิเมตร หากทำ 100 บูธ ต้องใช้เวลาเตรียมการกว่าครึ่งเดือน ต้นทุนสูงกว่าปัจจุบันเพราะยังใช้สีทา ในยุคแรกกว่า 20 ปีที่แล้วมีเพียง 3 บริษัทคือ บริษัท ซีเอ็มทีไอ

แต่ก่อนคือเอ็มมา บริษัท XCON และบริษัท พีโก้ เป็นผู้รับเหมาหลักของธุรกิจ งานแสดงสินค้า ปัจจุบันปรับการใช้ผนังมาเป็นผนังไม้ 3 มิลลิเมตร หุ้มด้วยพีวีซี (PVC) ซึ่งใช้คนงานน้อยลงการเตรียมงานสำหรับ 100 บูธ ในยุคปัจจุบันใช้เวลาเตรียมงานเพียง 2 วันหรือจัดการได้ 25 แผ่นผนังต่อวัน สมัยก่อนทำได้เพียง 10 แผ่นต่อวัน และยังต้องเสียเวลาตากให้สีทาแห้ง ในปัจจุบันนี้การเตรียมงานสำหรับ 100 บูธ หากเร่งสามารถเตรียมให้เสร็จภายในวันเดียวได้ ทุกวันนี้ตัวต่อข้อต่อมีความทนทานมากขึ้นรักษาง่ายใช้งานง่ายและรวดเร็ว”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 (2566) กล่าวว่า “สมัยก่อนโครงสร้างระบบบูธ (System) มีขนาดมาตรฐานคือ 3x3 และ 2x2 หน้าตาเหมือนกันหมด จนมาในปัจจุบันคูกามาตรฐาน เริ่มมีการออกแบบ และโครงสร้างพิเศษเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ มองว่า ความต้องการของลูกค้า ใกล้เคียงของเดิมแต่งบประมาณ ลดลง เนื่องจากมีประสบการณ์มากขึ้นในการออกงานแสดงสินค้า พุดโครงสร้างพิเศษ ทำด้วยวัสดุไม้หรือเหล็ก มีการลดบลง แต่บูธ โครงสร้างของระบบมีการเพิ่มงบขึ้นจนมาเจอที่จุดกึ่งกลางคือการสร้างคูกาพิเศษ ที่ควบคุมราคา ได้ไม่สูงเหมือนงบไม้แต่เพิ่มแบบตอบสนองความต้องการได้มากกว่า Pro System และเพียงพอต่อการ สร้างภาพลักษณ์เปรียบเทียบกับบูธเพื่อนบ้าน ลักษณะงาน อาทิ งานเครื่องจักร ที่มีการควบคุมงบประมาณหากผลิต โครงสร้างจากเหล็กหรือไม้คูกา มาตรฐานจะมีต้นทุนไม่ต่ำกว่า 10,000 บาท แต่ถ้าปรับเป็นโครงสร้างของระบบจะอยู่ประมาณ 4,000 บาท ซึ่งเพียงพอต่อการใช้งาน และ ไม่ต้องการเน้นโครงสร้างเพื่อจัดแสดงเครื่องจักร และสินค้า ลูกค้ำ ในปัจจุบันให้ความสำคัญเรื่องงบประมาณ เป็นอันดับต้น ๆ หรือทางงบประมาณและความเร็วในการก่อสร้าง 7-8 ปีที่แล้ว โครงสร้างยังมีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยม ประกอบด้วยเสาและคานเป็นหลัก ในปัจจุบันมีการเพิ่มเติมโครงสร้างโค้งมีโครงสร้างบังตาซ่อนประตูโครงสร้างตึก (Tower) มีส่วนโค้งทางด้านนอกและด้านในการผสมผสานวัสดุ เช่น อะคริลิกกล่องไฟ แขนวนผ้าซ่อนไฟใส่โครงถัก เสาโค้ง

เสาโปรงเสาเป็นกล่องไฟ ซึ่ง ช่างในปัจจุบัน ต้องมีการเตรียมตัวถอดแบบ ได้เชี่ยวชาญขึ้นต้องเก่งขึ้น ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ช่างขายแรงงานอย่างเดียว”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 (2566) กล่าวว่า “อดีตโครงสร้างของระบบที่ใช้แต่ละโครงสร้าง Standard ธรรมดา มีลูกเล่นไม่เยอะ ตอนนี้ลูกเล่นมีมากขึ้น เช่น ส่วนโค้งเทคโนโลยีการทำตู้ใหม่ๆ และดีไซน์แปลกๆ เกิดจากการหาสถานที่จัดงานใหม่ ๆ ซึ่งเดิมเป็นพื้นที่จัดนิทรรศการเพียงอย่างเดียว การที่ได้พื้นที่ แปลกใหม่หรือ ภายนอกอาคาร (Outdoor) ก็ทำให้การใช้โครงสร้างของระบบ (System) แตกต่างไปจากเดิม การนำโครงสร้างอลูมิเนียมสำเร็จรูปแม็กซีมาเสริม ทำให้รูปแบบหลากหลายไปได้มากขึ้นในการสร้างโครงสร้างสำหรับงานแสดงสินค้า คงสร้างได้รับการออกแบบมากขึ้นโดยเฉพาะ โครงลอยด้านบน หรือส่วนของตึก (Tower)”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 (2566) กล่าวว่า “จากอดีตมาโครงสร้าง (System) ใช้วัสดุเหมือนเดิม โครงสร้างคล้ายเดิม แต่มีอุปกรณ์เพิ่มมากขึ้น อาทิ แม็กซีมา ตู้พับข้อต่อ 2 ขา 3 ขา ซึ่งมีความแข็งแรงมากขึ้นใช้ได้เป็น 10 ปี 7 ถึง 8 ปีหลังมานี้เริ่มมีการรับโครงสร้าง ซึ่งเป็นงานทำมือ การรีดหุ้มพีวีซี (PVC) ก็ยังใช้มือหุ้มอยู่ดั่งให้ตึงพีวีซี (PVC) ที่ใช้หุ้มมีสีเยอะขึ้นซึ่งอนาคตคงเยอะขึ้นอีก อดีตดีไซน์ที่เน้นแต่เส้นตรงปัจจุบันก็มีเส้นโค้งมากขึ้นและกว่า 20% จะ เป็นบุธแนวตะแคงเพื่อความหลากหลายในการออกแบบ บุธขนาด 2x2 ปัจจุบันอัปเกรด อาจจะมีการสร้างตู้หรือมีป้าย (Built in) พิเศษขึ้นมาเพื่อเพิ่มรูปแบบลูกค้าอยากได้บุธอัปเกรดถ้าสแตนด์บายส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะหมาทำงาน มีทุกงานแต่ไม่เยอะเหมือนกันเพราะลูกค้าเลือกเป็น โครงสร้าง (System Upgrade) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้ากลุ่มเอกชน สำหรับลูกค้าแนวราชการ เช่น งาน OTOP จะมาจากส่วนภาครัฐซึ่งยังคงเลือกใช้คูหามาตรฐาน เน้นที่จำนวน และระยะเวลาที่สร้างได้เร็วขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 (2566) กล่าวว่า “การใช้บุธใน 40 ปีที่ผ่านมาในอดีตไม่ค่อยมีทางเลือก พื้นที่ยังคงเป็น 9, 24, 30 หรือ 36 ตารางเมตรทั้งนั้น มีการใช้เยอะขึ้นใน 40 ปีที่ผ่านมาซึ่งคาดการณ์

ว่าในอนาคตก็น่าจะใช้มากขึ้นด้วยปัจจัยต่าง ๆ อาทิ คนงานน้อยลง นอกจากการขายโครงสร้างก็มี บริการเสริมครบวงจร เช่น ในอดีต ทำแต่บูธ 9 ตารางเมตรก็กลายเป็นไม่มีจำกัดแล้ว ในปัจจุบันใน 1 งานจะเห็นว่ามีการสร้าง (System) อยู่ถึง 60-70% ในอดีตบริษัทคิงแมนและพีโกเป็นผู้บุกเบิก ธุรกิจก่อสร้างโครงสร้าง (System) โดยใช้ผนังไม้อัด ที่มีน้ำหนักมาก ร่วมกับตัวอักษรตัดมือที่ละตัวแปะ ตั้งแต่ 40 ปีที่แล้ว ปัจจุบันให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสภาพแวดล้อมมากขึ้น บริษัท เมสเช่แฟรงค์ เฟิร์ต ประกาศว่า โลกจะต้องเป็น 0 % เน็ดคาร์บอน ถ้างานแสดงสินค้าไม่ช่วยลดโลกร้อนก็จะไม่ถูกสนับสนุนผู้จัดงานก็ต้องไปซื้อเครดิตคาร์บอน footprint ลดโลกร้อนจากองค์กรก๊าซเรือนกระจก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 (2566) กล่าวว่า “ระบบบูธ (Booth System) เป็นอะไรที่ง่ายแต่รองรับ โอเดียได้มากมายอยู่ที่เราจะกำหนดทิศทางอย่างไรที่จะนำเสนอลูกค้า 1 วันก่อสร้างได้เต็มร้อยบูธใช้ คน 25-30 คน ซึ่งในช่วง 30 คนนี้จะมี 5 คนที่อ่านแบบได้ แต่จะซ้ำที่สภาวะอื่น ๆ ที่ลูกค้าอยากได้มีการออกแบบดีไซน์มากขึ้นจากในอดีตแต่ก่อนบูธไม้คือไม้ แต่ปัจจุบันเข้าไปอยู่ในตลาดบูธไม้มากขึ้น โครงสร้างที่ไม่แข็งแรงลูกค้าบางคนไม่ชอบเพราะเป็นข้อต่อไขยัด หน้าที่ของ โรงงาน System คือทำ ตั้งแต่ออกแบบ การคำนวณโครงสร้างควบคุมการผลิตดูหน้างานดูแลความเรียบร้อยควบคุมความ เรียบร้อยของช่างที่โรงงาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 (2566) กล่าวว่า “แต่ก่อนโครงสร้างเรียกว่า R8 Octanorm และ แม็ก ซิมา คุณสมบัตีก่อนเรียบง่ายต้นทุนไม่สูงทำได้เร็ว ข้อจำกัดเรื่องแบบจะออกมาเป็นสี่เหลี่ยมหรือแปด เหลี่ยมง่าย ๆ ตั้งแต่เมื่อก่อนจนถึงปัจจุบันมีการใช้วัสดุอื่น ๆ มาเสริมปรับรูปแบบให้หลากหลาย โครงสร้าง (System) ได้เปรียบเรื่องการติดตั้ง และรื้อถอนไม่ยุ่งยากไม่เหมือนไม้ เหล็ก แก้ว ปัจจุบัน ใช้ ระบบบูธ ทำทุกอย่างเลย การลงทะเบียนป้ายส่วนประกอบต่าง ๆ ผู้ใช้บริการไม่แตกต่างกันตาม สถานการณ์ที่เปลี่ยนไปบางทีสถานที่เล็กก็เอา ระบบเข้าไปใช้ก็สะดวกการขนส่งก็สะดวกกว่าทำ ระบบที่สร้างขึ้นเอง (Custom Built) ในอดีตสถานที่เขาว่าจำกัดมีต้นทุนไม่มากต้องการความสะดวก

คนก็อาจจะไปไม่เหลือกระจกแต่ในปัจจุบันด้วยเทรนด์ของความยั่งยืนการลดขยะการขนส่งก็ส่งผลมากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 (2566) กล่าวว่า “บูรณาการมาตรฐานมันยังเป็นโครงสร้างที่ไม่มีตัวตายตัวแทนในสมัยก่อน โครงสร้าง Octanorm และ แม็กซิมา เมื่อ 15 ปีที่แล้วพยายามเผยแพร่ให้กับผู้จัดงานใช้ เป็นทางเลือกให้กับผู้จัดงานแสดงสินค้าคือมีพื้นที่ว่างและคูหามาตรฐาน ถ้าคนไหนมีงบจำกัดก็ใช้ Octanorm สำหรับตัวโครงสร้างพื้นผิวเรียบ (Fascia) เป็นส่วนที่มีพัฒนาการมีเรื่องใช้วัสดุหลากหลายขึ้นลูกเล่นมากขึ้น ทางเลือกอื่น ๆ มีบางส่วนที่เพิ่มเติมจนกลายเป็นพื้นที่จัดแสดงงาน ออกแบบร่วมกัน (Country pavilion) ได้ สมัยที่จัดการอยู่ศูนย์การค้ามีโกดังเก็บของเพื่อเก็บพรมสายไฟดี ๆ วางเก็บไว้ใช้ในทีหลัง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 (2566) กล่าวว่า “ตั้งแต่อดีตคือใช้ระบบบูธ (Booth System) ทุกปีทุกงานในการจัดงานด้วยเหตุผลคือเร็วง่ายถูก 13 ปีเหมือนเดิม Octanorm ราคาเดิม แม็กซิมา ราคาถูกลงมีการคิดหาวัสดุใหม่ๆเข้ามาเพิ่มเติมใช้ในการจัดงานแต่ก็ยังกลับมาใช้ Octanorm เพราะเหตุผลด้านราคาคู่แข่งที่ต่ำ ดีที่สุดสำหรับการสร้างบูธ ส่วนตัวไม่ได้ชอบ เพราะดูแล้วหน้าตาเหมือนคอกแต่ 15 ปีผ่านไปก็ยังเป็นคอกเหมือนเดิมไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 (2566) กล่าวว่า “โครงสร้างจะขึ้นอยู่กับทางผู้ถูกจ้าง (Supplier) เสนอให้เหมาะสมกับข้อจำกัด หรือโจทย์ที่กำหนดให้ งานของเราเองข้อมูลเรื่องงบประมาณความสวยงามป้ายต่าง ๆ รวมถึงราคา จะเป็นอะไรจะรู้ล่วงหน้าอยู่แล้วแต่จะมีปัจจัยอย่างอื่นที่แต่ละปีใช้งบประมาณ ไปทางอื่นบ้างและคุยกับทางผู้รับเหมา ว่าสามารถปรับเปลี่ยนอะไรได้บ้าง รูปแบบนี้ซื้อขาดแล้วกลับไปใช้ได้ต่อได้ไหม แต่ปัจจุบันก็กลับมาเป็นเช่าซื้ออยู่ดี จากเดิมขายโครงสร้างเป็น Package ทำให้อยากมีโครงสร้างเก็บเอาไว้แต่ปัจจุบัน ใช้เป็นการเช่าเท่านั้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 (2566) กล่าวว่า “จากอดีตจนถึงปัจจุบันระบบบูธ (Booth System) ไม่เปลี่ยนแปลงอะไรไปมากนัก และถูก นิยมนำมาใช้ในการสร้างคหามาตรฐานและปะรำ (Pavilion) สาเหตุสำคัญ ที่สุดคือเรื่องต้นทุน ที่ทำให้ราคาถูกที่สุดและมีความยืดหยุ่นในการก่อสร้าง มากที่สุด”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 (2566) กล่าวว่า “จากอดีตโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ไม่ได้เปลี่ยนไปมากมายคนธรรมดาน่าจะแยกไม่ออกเลย โครงสร้างถูกออกแบบมาให้จัดงานได้อย่างคุ้มค่า ตอบโจทย์ได้ดีในระดับหนึ่ง มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมากในระยะเวลาที่ผ่านมา ปีแรกที่ได้ทำงานด้วยรองรับ ผู้เข้าร่วมงานในประเทศ ด้วยงบที่จำกัดปีหลังๆ ตลาดเริ่มกลายเป็นตลาดต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งกว่า 80% ใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) เพราะมั่นใจในผลลัพธ์ได้ไม่ต้องก่อสร้างทำแบบยุ่งยาก การใช้งานเพิ่มมากขึ้นมากในปีหลังๆ ผู้ออกงานแสดงสินค้าไทยใช้งานลดลงเพราะ โครงสร้างชนิดนี้ไม่สร้างเข้าถึง (Impact) พื้นที่ของลูกค้านับปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ โครงสร้าง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 (2566) กล่าวว่า “มีงานหลากหลายขนาดมาก โครงสร้างไม้ขนาด 6 x 3 หรือ 4 x 3 สร้างเหมือนสร้างบ้านเลยเปลืองเงินเปลืองเวลาเปลืองแรงงานคนมาก ๆ แต่ก่อนเราเรียก คหามาตรฐานว่าบูธ OTOP เพราะเห็นแต่ในงาน OTOP เลยมักไม่เลือกใช้ถึงจะตอบโจทย์ในด้านการใช้งานหรือฟังก์ชันแต่หน้าตาไม่ตอบโจทย์เลย มีผู้รับเหมาเจ้าหนึ่งมาให้ดูเป็น Octanorm ที่ มาจาก ประเทศเยอรมัน มีป้ายไฟและอุปกรณ์ช่วยให้เราประหยัดเงินและประหยัดเวลาไปได้มาก การเหมินสี การเกิดฝุ่นและต่อโครงสร้างก็หมดไปและภาพรวมสวยกว่าบูธ OTOP ที่เคยรู้จัก ปัจจุบันเปลี่ยนไปไม่ มากยังมีคุณภาพดีแต่ไม่รู้สักถึงการพัฒนาแบบก้าวกระโดด”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 (2566) กล่าวว่า “แรกๆโครงสร้างชนิดนี้เรียกว่า R8 จนมาเป็น แม็กซิมา หรือ Octanorm ในปัจจุบันดีไซน์เยอะขึ้นทรงโครงสร้างผิววัสดุออกมาดูดีกว่า R8 ในอดีต วิธีการ ออกแบบเหมือนเดิม ลูกค้านี้มีความต้องการเหมือนเดิมถ้าอยากได้หรือหากก็ต้องเอาตัวโค้งกราฟฟิกองค์

เจ้าหน้าที่เพิ่มลูกเล่นโครงสร้างซ้ำ ๆ อาทิ 2x2 ใหญ่ขึ้นจนถึงขนาด 9x15 ต่างประเทศใช้เยอะคนไทยใช้เยอะขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 (2566) กล่าวว่า “15 ปีที่ผ่านมามีอุปกรณ์ที่เพิ่มอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมมากขึ้น เช่น เคาน์เตอร์สำเร็จรูป shelf วางสินค้าดูสวยงามขึ้นมีฟังก์ชันใหม่ๆมากขึ้นอุปกรณ์ติดป้ายอุปกรณ์เพิ่มความปลอดภัยล๊อคบนล๊อคล่างลดความเสี่ยงขนาดหลากหลายขึ้นเสาและคานมีอัตราส่วนโค้งหลากหลายขึ้นวัสดุใช้ร่วมมากขึ้นเช่น อะคริลิกและผ้าต่าง ๆ การใช้ร่วมกันกับระบบ (System) และ ไม่กำแพง ปิดหน้าด้วยโครงสร้างไม้ทำให้มีลูกเล่นมากขึ้นหน้าตาของบูธดีขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16 (2566) กล่าวว่า “มองในมุมผู้ใช้งาน คือเหมือนเดิมมีลักษณะหน้าตาเหมือนเดิมมาโดยตลอดคือมี Fascia มีเสาพวกติดไฟแต่จุดที่เปลี่ยนไปคือลูกค้ำที่เปลี่ยนไปตลอดใน 30 ปี กลุ่มที่ใช้ เหมือนเดิมมาโดยตลอด การออกแบบที่ยกระดับต้องอ้างอิงกับพื้นที่ พื้นที่ใหญ่ขึ้นมีความต้องการใหญ่มากขึ้นหลากหลายขึ้น การนำกลับมาใช้ใหม่ของโครงสร้าง (System) เป็นของดีที่มีราคาแพง เก็บไว้ได้ยาวนานดีมากแค่เก็บทำความรักษาให้ทำความสะอาดให้ดีก่อนเก็บก็จะใช้ซ้ำได้อย่างยาวนาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 (2566) กล่าวว่า “ประชาชนทั่วไปชินแล้ว กับการใช้งาน World System แต่โจทย์ขายใหม่คือความยั่งยืน (Sustainability) อยู่ที่เราจะหยิบ มาใช้แบบไหน ทำให้ลูกค้ำเดิมเอาของเดิม มาขายใหม่ได้จ่ายเท่าเดิมแต่ได้มุมมองใหม่อยู่ในธุรกิจนี้เนื่องจากตั้งแต่จุดเริ่มของ แม็กซิมา จนทุกวันนี้จ่ายเท่าเดิมแต่ได้มุมมองใหม่สิ่งที่มีปัจจุบันมีคือผู้รับเหมาอมตัด ยอมผสมเพื่อให้ได้ยอดขายมากขึ้นในอดีตไม่มีการทำแบบนี้ค่อนข้างควบคุมขีดจำกัด กระแส รัชชโลภที่มาแรงทำให้วัสดุก็จะวนอยู่กับกระดาษผ้าไม้โอเอสบี คนในปัจจุบันกล้าคิดกล้าทำผลิตอะไรใหม่ๆอดีตจะกลัวกังวลเรื่อง

ต้นทุนปัจจุบันลูกค้าอยากได้อะไรใหม่ๆไม่งั้นก็เหมือนเดิมเจ้านายหรือผู้ดูแลแบรนด์ก็ยอมให้แต่แตกต่างมากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 18 (2566) กล่าวว่า “ในอดีตมีความนิยมในการใช้งาน ปัจจุบันการใช้งานมีมากขึ้นมีความหือหวาน้อยลงดีไซน์เนอร์ส่วนใหญ่ถนัดออกแบบกว้างๆ สมัยก่อนทำเสานอน บิมโด้ โซวโครงสร้าง เป็นตัวนำไม่ต้องปิดโครงสร้างในด้านคอนเซป (Concept) คนออกแบบไม่ค่อยให้ความสำคัญกับ System เนื่องจากออกแบบได้จำกัด ในด้านผู้รับเหมามีไม่กี่เจ้าในเมืองไทยเข้ายาก ออกยาก ไม่นี่เข้าง่ายออกง่าย แต่ละงานก็จะพูดคุยกับทีมออกแบบให้พัฒนาการออกแบบระบบ (System) ให้มีความหลากหลายตอบโจทย์มากขึ้น ปัจจุบันเป็น Pattern มากขึ้น ในเรื่องของดีไซน์จะน้อยลงเหมือนเข้าไปสู่ระบบการใช้งานที่ค่อนข้างตายตัว”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 19 (2566) กล่าวว่า “จนถึงปัจจุบันโครงสร้าง (System) เปลี่ยนแปลงน้อย มันเก็บฟังก์ชันที่ตอบโจทย์แบบเดิม ๆ ได้ดีอยู่แล้ว มีความหลากหลายให้เลือกมากขึ้น วัสดุใช้แทนแผ่นผนังมีตัวเลือกมากขึ้น ปัจจุบันมีวัสดุภาพปริ้นที่หน้ากว้างขึ้นและ ขนาดของเสาและคานามีหลากหลายขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 20 (2566) กล่าวว่า “การเปลี่ยนแปลง Octanorm ในอดีต จนมีโครงสร้าง แม้กซิมา มาเสริม โครงสร้าง system วิธีเดิม ๆ โครงสร้างบูธที่ขนาดใหญ่หนักติดตั้งสะดวกและรวดเร็ว เพิ่มขนาดมาขายลูกค้าได้ง่าย มีการจัดวางต่อเนื่องจะแสดงสินค้าภายในบูธได้ง่ายลักษณะ ต้องการพื้นหลังหรือเคาน์เตอร์ โดยยังไม่ได้คำนึงถึงการสร้างบูธของตัวเอง ไม่ต้องมีคอร์สที่สูง มีความสะดวกประหยัดค่าใช้จ่ายรวดเร็วในการก่อสร้างหน้าตาคงที่เหมือนเดิมทุกครั้ง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 21 (2566) กล่าวว่า “17 ปีที่ผ่านมาโครงสร้างอลูมิเนียมเปลี่ยนไม่เยอะ ข้อจำกัดเดิม ๆ Octanorm และ แม้กซิมา มาในยุคหลังมีการดัดแปลงโครงสร้างมากขึ้น แต่ก็ถือว่ายังไม่ได้เยอะ ที่สังเกตได้คือเห็นโครงสร้างชนิดนี้บ่อยขึ้นเพราะปริมาณงาน ถึขึ้นเยอะขึ้นงานมรรคมี

อัตราส่วน 50:50 คือ 50% เป็นโครงสร้างพิเศษไม้หรือเหล็กและอีก 50% คือ โครงสร้าง System ลูกค้าบางเจ้าปีนึ่งบก็ใช้ไม้หรือสร้างบุรพิเศษ ปีไหนไม่มึงบก็ออกงานด้วยบุร System”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 22 (2566) กล่าวว่า “ตั้งแต่อดีตงาน exhibition คือเน้นความมั่งคั่งของบริษัทที่มากออกบุร System มีภาพลักษณ์เป็นบุรราคาถูกใช้งานทั่วไปไม่ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรปัจจุบันคนเปลี่ยนไปควรเปลี่ยนมาดูคอนเทนต์ของบุรมากขึ้นทำให้ บุร System เริ่มมีบทบาทและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในการพัฒนาการใช้งานแบบสวยขึ้นเริ่มมาตอบสนองภาพลักษณ์ได้ดีขึ้นและเห็นมากขึ้นในงานแสดงสินค้าภาพลักษณ์และการนำเสนอของตลาดทุนนำเสนอความเชื่อมั่นต่อผู้ลงทุนจึงถือเป็นคำศัพท์สำคัญ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 23 (2566) กล่าวว่า “ในยุคแรกๆโครงสร้าง System คือบุร 3 x 3 ที่มีผนังปิดมี Fascia ป้ายด้านหน้าติดตั้งไฟเพิ่มเคาน์เตอร์โต๊ะงานวิวัฒนาการปรับเปลี่ยนมาเรื่อย ๆ มาทำโครงสร้างแปลกๆมีตู้กระจกโต๊ะเสริมที่มีแบบมากขึ้น 5-6 ปีหลังเริ่มมี แม็กซิมา ทำให้ภาพรวมของงานสวยขึ้นปรับเปลี่ยนรูปร่างให้ทันสมัยขึ้นเหมาะกับการใช้งานในยุคปัจจุบัน แต่ก่อนมองว่าบุรเล็กไม่ใช่บริษัทใหญ่ แต่ปัจจุบันดูดี ภาพลักษณ์ก็ดูดีขึ้นสวยขึ้น”

1. การใช้งานโครงสร้างบุรอลูมิเนียมมาตรฐานในอดีต สามารถอธิบายบทสัมภาษณ์ตามลำดับ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก 1-23 ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ด้านวัสดุและการออกแบบ ในอดีตบุรที่ใช้ในงานแสดงสินค้ามักทำจากไม้อัดหนาประมาณ 6 มิลลิเมตร การออกแบบของบุรเหล่านี้มีขอบเขตที่จำกัด ส่วนใหญ่เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมพื้นฐานและมีความเฉพาะเจาะจงในการใช้งาน อาทิ บุรที่ถูกติดตั้งสำหรับบริษัทเครื่องจักรมักต้องอาศัยโครงสร้างไม้อัดที่มีต้นทุนการผลิตสูงและต้องใช้เวลาในการจัดเตรียม ตามรายละเอียดของภาพดังนี้

1.2 ด้านการก่อสร้างและติดตั้ง การสร้างบुरुในอดีตต้องใช้เวลากการเตรียมงานที่ยาวนาน อาทิ การติดตั้ง 100 บुरुอาจต้องใช้เวลานานกว่าครึ่งเดือน นอกจากนี้ ยังต้องการแรงงานจำนวนมาก รวมทั้งมีขั้นตอนการทาสีที่ต้องรอให้สีแห้งก่อนจึงสามารถใช้งานได้ ซึ่งทำให้กระบวนการติดตั้งยุ่งยาก และล่าช้า

1.3 ผู้รับเหมาและการจัดงาน ผู้รับเหมาในอุตสาหกรรมนี้มีจำนวนจำกัดในอดีต โดยมีเพียงไม่กี่บริษัทที่ให้บริการ สิ่งนี้สะท้อนถึงการผูกขาดในตลาดและความจำกัดในด้านการเลือกผู้รับเหมาสำหรับการจัดงานแสดงสินค้า

1.4 การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างบुरु โครงสร้างบुरुแบบดั้งเดิมไปสู่การใช้บुरुอลูมิเนียมมาตรฐานในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่แสดงถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการออกแบบเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในความต้องการและความคาดหวังของผู้จัดงานแสดงสินค้าและผู้เข้าชมงาน

2. การใช้งานโครงสร้างบुरुอลูมิเนียมมาตรฐานปัจจุบันทั้งหมด 6 ด้านได้แก่

2.1 ด้านการพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยี คือ โครงสร้างของระบบได้รับการปรับปรุงจากไม้อัดเป็นวัสดุที่ทันสมัยอย่าง PVC และวัสดุอื่น ๆ ที่เสริมความแข็งแรง ลดต้นทุน ทำให้กระบวนการติดตั้งเร็วขึ้น เช่น บुरुที่ใช้วัสดุผสมผสาน สามารถติดตั้งได้ภายในระยะเวลาสั้นๆ ช่วยให้การจัดงานมีความคล่องตัวมากขึ้น

2.2 ด้านการออกแบบที่มีหลากหลายและทันสมัย การออกแบบบुरुมาจากการออกแบบที่จำกัดในอดีตเป็นการออกแบบที่หลากหลายและยืดหยุ่น โดยใช้โครงสร้างพิเศษ เช่น โครงสร้างโค้ง ซึ่งเพิ่มความสวยงามและโดดเด่นให้กับบुरु เป็นต้น

2.3 การลดความยุ่งยากในการจัดงาน การใช้โครงสร้างของระบบ (System) ช่วยลดความซับซ้อนในการติดตั้งและรื้อถอน ทำให้การจัดงานมีความรวดเร็วและง่ายดาย นอกจากนี้ยังช่วยลดความจำเป็นในการใช้แรงงานจำนวนมาก

2.4 ด้านความคงที่ของการออกแบบ แม้โครงสร้างของระบบจะมีการพัฒนามากยิ่งขึ้น ยังมีข้อเสนอว่าการออกแบบยังคงมีข้อจำกัดและไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความน่าสนใจและความหลากหลายของบูธ

2.5 ด้านการรับรู้และการใช้งานโดยลูกค้า มีการกล่าวถึงว่า ภาพลักษณ์เป็นบูธราคาถูกในบางกรณี ซึ่งอาจมีผลต่อการรับรู้และการใช้งานจริงโดยลูกค้าเป็นอย่างมาก

2.6 การพัฒนาเหล่านี้ไม่เพียงช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพของการจัดงานแสดงสินค้า แต่ยังส่งผลต่อการรับรู้และการใช้งานของผู้จัดงานและผู้เข้าชมงาน นอกจากนี้ยังมีความต้องการให้มีการพัฒนาต่อยอดในด้านการออกแบบและการสร้างภาพลักษณ์ของบูธอย่างต่อเนื่อง

1.2 ข้อดีและจุดเด่นในการใช้โครงสร้างบูธอลูมิเนียมมาตรฐานจัดงานแสดงสินค้า

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีของโครงสร้าง System การเตรียมงานไว้มองเห็นทันที ต้นทุนต่ำ คนงานใหม่สามารถฝึกฝนเพียง 1 อาทิตย์ก็เริ่มปฏิบัติงานก่อสร้างได้ สร้างใหม่ได้เหมือนเดิม 100% ตามรูปแบบการใช้งานมาตรฐาน สามารถนำกลับมาใช้งานได้ทันที แต่ถ้าคนงานขาดความระมัดระวังจะสร้างความเสียหาย คือ 2-3 ปีโครงสร้างจะทรุดโทรม การทำความสะอาดรักษาข้อต่อทำได้ง่ายและสะดวก หักเสียน้อยลง ปัจจุบันการดูแลรักษาก้าวหน้าขึ้นมากจะเสียหายไม่ถึง 1% ได้ค่าจ้างรวดเร็ว คือการติดตั้งเตรียมงานใช้เวลาประมาณ 3 วันก็สามารถได้รับค่าจ้าง การทำงานร่วมกับระบบบูธ (Booth System) มีความอันตรายต่ำ มีมลภาวะน้อย ไม่มีการใช้สีหรือทินเนอร์ซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่มีการก่อสร้างด้วยไม้และเหล็กซึ่งอาจเกิดอันตรายได้ใน

โครงสร้างปกติ โครงสร้าง System ถือว่าปลอดภัยที่สุด ควบคุมต้นทุนให้ลูกค้าได้อยู่ในงบประมาณที่ตั้งไว้ ช่างSystemทำงานด้วยระยะเวลาก่อนเนื่องได้ยาวนาน คือกว่า 35 ปี เมื่อเปรียบเทียบกับคนงานไม้หรือเหล็กอาจจะทำได้เพียงประมาณ 20 กว่าปีเท่านั้น ก่อนจะต้องเปลี่ยนงานไปทำงานด้านอื่น สามารถทำงานร่วมกับสายไฟ และอิงค์เจ็ทได้ดี ตั้งอยู่บนพรมไม่เสียหายรวดเร็วไม่จำเป็นต้องรอสีแห้งได้มาตรฐาน การค้ำยันโครงสร้างสูงสามารถตั้งอยู่ได้โดยไม่จำเป็นต้องเป็นนั่งร้านเหมือนสมัยก่อน ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อวันติดตั้ง ที่น้อยกว่าการก่อสร้างโครงสร้างไม้หรือเหล็ก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีของโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) เร็วดูแลง่ายงานขนาดเล็กใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง สามารถต่อยอดออกแบบและเสริมวัสดุต่าง ๆ ได้มากมาย สามารถขนส่งไปที่ไหนก็ได้ทั้งไปเป็นชิ้นหรือประกอบสำเร็จเป็นตัวเลือกแรกๆ เมื่อเวลาหรืองบประมาณการติดตั้งน้อยมีมาตรฐานในระดับโลก ลูกค้าต่างประเทศที่ออกงานแสดงสินค้าในประเทศไทยมีความเข้าใจ สามารถรองรับงานกลุ่มนวัตกรรม รถยนต์ วิทยาศาสตร์ งานของเล่น งานเด็ก ได้หลากหลายประเภท ทุกคนนิยมใช้โครงสร้างชนิดนี้ สามารถขนส่งได้ด้วยรถกระบะคันเดียวสร้างบูธได้กว่า 10 บูธ ช่างเรียนรู้ได้ง่าย แต่ก็มีรายละเอียดในเชิงลึกอยู่มาก แรกๆ ที่ฝึกทำงาน ก็จะเป็นขนาดบูธมาตรฐานทั่วไป แต่ทุกวันนี้มีการกำหนด (Custom) เกิดรูปแบบใหม่มากการตอบสนองความต้องการได้มากกว่า สามารถสร้างได้ถึง 12 งานภายในวันเดียว”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีของระบบบูธ (Booth System) ประกอบง่ายเก็บเร็วดูแลลูกค้าง่ายเปลี่ยนแปลงให้ลูกค้าง่ายลูกค้าชอบใช้งานซ้ำเยอะ ไม่มีฝุ่นทำงานในห้างได้ ทำงานในโรงพยาบาลได้โดยไม่ขัดกับกฎระเบียบ คนงานส่วนใหญ่ที่รับเข้ามาก็จะให้ทำงานง่ายๆไปก่อนลูกค้าและช่างมีความเคยชินกับโครงสร้างชนิดนี้เพราะทำงานง่ายตัวช่างมีสุขภาพดี สาเหตุเพราะไม่ต้องเจอฝุ่นสีทินเนอร์ เกิดการเปรียบเทียบระหว่างคนงานบูธช่างๆที่เหนือกว่าฝุ่นเยอะและดมทิน

เนอร์ทั้งวัน ทำแล้วสนุกไม่เครียดเท่าโครงสร้างเหล็กหรือไม้ โครงสร้าง System ปรับแก้ได้เลย ประสบการณ์ที่ผ่านมาไม่เคยทำบูธถล่มไม่เคยพัง เพราะสามารถทดลองสร้างที่โรงงานได้ก่อน คนงานอายุ 50 กว่าแล้วยังสามารถตั้งระบบบูธ (Booth System) ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีของ System ประกอบง่ายปรับง่าย เป็นโครงสร้างแบบนี้ถอดดาวน ใช้เวลาน้อยไม่ต้องเตรียมก่อสร้างล่วงหน้าถอดแบบมีของยกไปประกอบได้เลยราคาเช่าไม่แพงเท่าทำใหม่แบบเหล็กหรือไม้ ลงทุนเริ่มต้นเพียงครั้งเดียวโครงสร้างไม่ค่อยเสื่อม คนงานไม่เสียสุขภาพ ไม่ต้องทำงานกับทินเนอร์หรือสีฝุ่นคือปัญหาใหญ่สุดในการตัดไม้ขัดไม้บูธไม้ ไม่ชอบที่สุดเนื่องจากทำให้ไอและเกิดโรคปอดในระยะยาว บูธ System สามารถอัพเกรดใส่อุปกรณ์เสริมก็ขายได้ราคาแพงขึ้นได้ คนงานรู้สึกสนุกเวลาทำงานกับบูธ System เนื่องจากไม่เครียดเสาคานที่เป็นอลูมิเนียมสามารถตากฝนได้สบาย กลับมาถึงโรงงานก็เช็ดตากแห้งและใช้น้ำมันชักแห้งทาไล่ความชื้นได้ คนงานไม้และเหล็กกว่าจะทำงานได้นานเป็นปี แต่คนงานบูธ System สามารถเริ่มงานได้เลย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 (2566) กล่าวว่า “การลงทุนในโรงงานผลิตโครงสร้าง System ที่ต้องใช้เงิน 5-10 ล้านบาทนั้นสามารถคืนทุนได้ภายใน 1 ปี เนื่องจากความต้องการที่สูงในตลาดงานแสดงสินค้าและอีเว้นท์ โดยที่การขาดแรงงานสามารถชดเชยด้วยการจ้างช่างเชื่อมคอนกรีตเตอร์ได้ง่าย ในขณะที่งาน OTOP ยังคงใช้บูธมาตรฐาน 3x3 ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้รับเหมาใหม่เข้ามารับงานได้ โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ตอบโจทย์ตลาดในหลากหลายระดับ ตั้งแต่ลูกค้ารายใหญ่ที่ต้องการบูธออกแบบพิเศษไปจนถึงตลาดล่างอย่าง OTOP การออกแบบโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ไม่ได้ยากเกินไป และเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับงานที่มีขนาดใหญ่และต้องการการควบคุมงบประมาณอย่างเข้มงวด โครงสร้าง แม็กซิมา และวัสดุเพิ่มเติมช่วยเพิ่มความสวยงามของบูธและขยายขนาดได้ นอกจากนี้ยังเป็นทางเลือกที่ดีในสถานที่จัดงานที่เน้นความสะอาดและไม่มียุงสำหรับอนาคตของธุรกิจนี้ คาดว่าจะมีการพัฒนามีตัวเอียงตัวเฉียงมากขึ้น เพราะความถี่ของดีไซน์ในลักษณะนี้มีมาก

ขึ้น แต่ยังคงใช้วัสดุลูมิเนียม เนื่องจากมีความแข็งแรงและทนทาน การเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมนี้ นอกจากจะเป็นการบริการที่ดีแล้วยังรวมถึงการนำเสนอโครงสร้างที่มีความสร้างสรรค์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีของระบบบูธ (Booth System) คือ 1) ไม่ต้องเตรียมอะไรเยอะใช้อุปกรณ์น้อย 2) ออกแบบง่ายจบงานเร็ว 3) ไม่ต้องจ้างแรงงานแพงหาใครทักก็ได้ 4) ไม่เครียดเวลาทำงานด้วย คำนวณไม่ค่อยผิดพลาด หรือแก้ไขปัญหาได้ง่าย 5) ตอบสนองการทำงานที่อาจผิดพลาดมีความเสี่ยงหรือเพิ่มเติมหน้างานมากได้ง่ายประกอบ 6) ทำได้ทันทีหรือมาตรฐานสร้างอีกครั้งก็ได้เหมือนเดิม 7) ติดตั้งน้อยและระบบบูธ (Booth System) ช่วยได้เลย 8) ไม่ต้องไปขีดไม้หรือขั้นตอนกระบวนการที่ยุ่งยากเน่างานมีมาตรฐานที่ดี”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 (2566) กล่าวว่า “การใช้โครงสร้าง System ในอุตสาหกรรมการจัดงาน แสดงสินค้าแนะนำข้อดีหลายประการ ซึ่งรวมถึงความสามารถในการใช้งานซ้ำ และการมีพื้นที่จัดเก็บที่ไม่ต้องใหญ่มาก เมื่อเกิดการจัดงานแบบบูธบู๊ปหรือเร่งด่วน ผู้รับเหมาโครงสร้าง System มักเป็นทางเลือกแรกเนื่องจากความรวดเร็วในการติดตั้งและปรับเปลี่ยนรูปแบบบูธได้อย่างไร้ขีดจำกัด ทั้งสูงต่ำหรือขนาด ที่สำคัญ หากอุปกรณ์มีอยู่ในพื้นที่งานแล้ว การทำงานจะยืดหยุ่นมากขึ้น และนี่คือปัจจัยที่ช่วยให้งานมีภาพลักษณ์ที่น่าตื่นตาตื่นใจ (WOW Factor) พร้อมทั้งสร้างผลกำไรและกระตุ้นความสนใจให้ผู้คนอยากเข้าชมงานอีก การใช้โครงสร้าง System ยังสนับสนุนแนวคิดการจัดงานแสดงสินค้าที่ยั่งยืน ตั้งแต่ปี 2012 เป็นต้นมา มีการเปลี่ยนจากความเขียว (Green) มาเป็นความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งสะท้อนถึงความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ยังช่วยให้ผู้จัดงานประหยัดต้นทุนและนำไปใช้กับกิจกรรมทางการตลาดหรือ PR ได้มากขึ้น เช่น การสร้างห้องประชุมในงานขนาดใหญ่ 500 ตารางเมตร โดยใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ซึ่งรวดเร็วและมีความยืดหยุ่นมากกว่าการใช้ไม้หรือเหล็ก การ

ทำงานกับโครงสร้าง System ไม่เพียงแต่สะดวกและรวดเร็ว แต่ยังช่วยให้งานแสดงสินค้ามีความสร้างสรรค์และน่าสนใจมากขึ้น พร้อมทั้งรักษามาตรฐานและความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีของระบบบูธ (Booth System) ขึ้นโครงง่ายเร็ว สะดวก การเก็บรักษาถ้ารู้วิธีก็จะง่าย มีการจัดการต้นทุนที่ดี น้ำหนักเบากว่า แม็กซิมา เป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้จัดงานแสดงสินค้า บางที่งานต่างประเทศมาก ๆ ที่เน้นภาพลักษณ์ก็จะไปทาง แม็กซิมา มีพื้นที่กว้างกว่า ดูกว้างให้ภาพลักษณ์ที่ดี ให้ความปลอดภัยสูงกว่าสามารถทำเป็นกล่องติดกราฟิก PP board ได้ง่าย ทำให้มีรายได้เกิดขึ้น อย่างเต็มที่ และค่าใช้จ่ายต่ำ และได้ผลกำไรเต็มเม็ดเต็มหน่วย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีคือก่อสร้างเร็ว เหมือนเล็โก้ถอดประกอบที่หน้างานใช้งานง่ายมี 8 ด้านเฉียงได้มุมฉากได้สันยาวสูงช่วยประหยัดเวลาในการก่อสร้างนำกลับมาใช้ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีกสร้างแผ่นผนังโครงสร้างได้เกือบทุกอย่างในงานแสดงสินค้ามีข้อดีเรื่องความยั่งยืนซึ่งตอนนี้เป็นเรื่องใหญ่ที่ทุกคนพูดถึง ซึ่ง Octanorm ตอบโจทย์ตรงนี้มากการควบคุมราคาให้กับลูกค้าได้ลูกค้าตัดสินใจซื้อบูธในงานแสดงสินค้าได้ง่ายขึ้นเวลาทำบูธใส่การกำหนดออกแบบ นอกเหนือจากโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) เองได้มากขึ้นทำให้ทำกำไรได้มากขึ้นมากกว่าขายโครงสร้างที่ทำด้วยไม้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 (2566) กล่าวว่า “ลดความผิดพลาดลดความเครียดของการจัดการหน้างานสามารถตอบสนองงานที่กระชั้นชิดได้ดีงานที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ในไทย ข้อดีอย่างความยั่งยืนของความ โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ในการจัดงานยังไม่เข้มงวดมากนัก แต่ถ้าเป็นงานอย่างไรประเภท กลุ่มตะวันออกกลางจะต้องระบุเลยว่า จะเกิดขยะหน้างานเท่าไรเช่นสัญญา MOU ของความยั่งยืน รวมถึงข้อดีทั่วไปเช่นขายได้ดีทำงานง่ายได้กำไรดี”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีของระบบบูธ (Booth System) คือราคาถูก เรียกได้ว่าถูกที่สุดในโครงสร้างชนิดต่าง ๆ นำกลับมาใช้ใหม่ได้ ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนหน้างานได้ มีการ

ออกแบบที่แก้ไขได้ เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างไม้หรือเหล็ก ตอบสนองเรื่องเทรนเรื่องรีไซเคิล ง่าย ในการติดตั้ง สามารถทำงานขนาดใหญ่ ๆ ได้ง่ายไม่มีปัญหา”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีของโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) 1) ทำงาน ได้รวดเร็วผลิตลดน้อยแก้ไขง่าย 2) ความคุ้มค่าด้านราคาที่ยกกัด 3) สำหรับตลาดต่างประเทศมี มาตรฐานที่ดีเป็นความมั่นใจ 4) มีความยืดหยุ่นในการปรับแบบเพิ่มการจัดแสดง (Display) ต่าง ๆ หน่วยงานได้ง่าย 5) ส่งเสริมความยั่งยืนเหลือเศษวัสดุน้อย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีคือประหยัดเวลา และประหยัดเงินซึ่งเป็นข้อดีที่เด่นชัด ที่สุดลดขั้นตอนยุ่งยากทุก ๆ อย่างเอาเวลาไปทำอย่างอื่นได้โดยไม่ต้องมานั่งเฝ้าบูธไม่ต้องเปลืองคน สะดวกในการใช้งานและขนส่ง ความสวยกลางๆงานถูกควบคุมด้วย budget มากกว่าปัจจัยด้านความ สวยงาม”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีคือ ทำงานไว ถอนติดตั้งหลายครั้งได้ง่าย ราคาไม่สูง มากเกินไปงานระยะยาวติดตั้งได้หลายครั้งทำ Pattern ขึ้นไว้ก่อนก็ขายได้ตั้งได้เลยได้ราคาเลย แข็งแรงเพียงพอต่อความต้องการของการจัดงานแสดงสินค้า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 (2566) กล่าวว่า “โดยรวมแล้ว การใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ในงานอีเวนต์และนิทรรศการเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการจัดงานอย่างมีประสิทธิภาพ และในเวลาที่ยกกัด ข้อดีหลายประการทำให้การใช้โครงสร้างนี้เป็นที่นิยมไม่เพียงแต่ในด้านความ สะดวกและราคาที่ประหยัดเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรองรับความต้องการ ที่หลากหลายของลูกค้า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีของโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) คือ 1) ใช้ งานได้ยาวนาน 2) ปรับดีไซน์ได้หลากหลายรูปแบบ 3) Octanorm มีโครงสร้างหลากหลายประเภท

บวก แม็กซิมา ที่สวอยเสริมการจะยิ่งขายได้ราคาดีสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานโดยเฉพาะงาน International เห็นความสำคัญของความสูงความสะอาดของโครงสร้างโครงสร้างสภาพสวอย โดยเฉพาะ Standard ที่ใช้โครงสร้าง แม็กซิมา ถือว่าเพียงพอต่อการขายให้กับลูกค้า International แล้วสร้าง branding ของงานออกมาได้ดี 4 เปรียบเทียบโชว์ 2 โชว์ที่อยู่พอดติดกันทำให้เปรียบเทียบได้ อย่างชัดเจนว่า Ncc มีสภาพของโครงสร้าง System ที่มีคุณภาพกว่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีคือต้นทุนต่ำนำมา reuse Reduce ได้ดีมากพอที่ทีมงาน มีความชำนาญบูรณาการมีแค่มุมมอง (Perspective) ก็ไม่ต้องเขียนแบบทำให้ประหยัดเวลาไปได้มาก วิธีการคิดงานออกแบบงานแสดงสินค้างานอีเวนต์เป็นระบบมากขึ้นทำให้งานส่วนอื่น ๆ ดีขึ้นด้วยดีไซเนอร์ก็มีความชำนาญมากขึ้นและเก่งขึ้นในงานกลุ่มอื่นด้วยระบบบูธ (Booth System) มีหลายรูปแบบมีลูกเล่นเยอะ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 18 (2566) กล่าวว่า “ช่วยให้โครงการสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังคงช่วยให้ลูกค้าประหยัดเวลาและเงิน นอกจากนี้ยังช่วยให้การก่อสร้างเป็นไปอย่างมีระเบียบและเป็นมืออาชีพมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับทั้งผู้รับเหมาและลูกค้า ในโลกที่เร่งรีบและมีการแข่งขันสูงของวันนี้ การเลือกใช้บริการของผู้รับเหมาที่ก่อสร้างเป็นหนึ่งในทางเลือกที่ชาญฉลาดสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างโครงการในเวลาที่จำกัด พร้อมทั้งประสิทธิภาพและคุณภาพที่ไม่ลดลง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 19 (2566) กล่าวว่า “เป็นโครงสร้างที่ได้มาตรฐานมีหน้าตัดระยะคานเท่ากัน ในทุกๆชั้น มั่นใจได้ในเรื่อง การระบุ ระยะและการออกแบบ เหมือนกันในทุกประเทศ หน้าตาเหมือนกัน ทำงานเหมือนกัน อะไรที่เลือกใช้ระบบบูธ (Booth System) ได้ก็จะเลือกใช้ระบบก่อน ทั้งกำแพงหลัง (Back Wall) กันห้องฟังก์ชัน การสร้างทั่วไปทั้งหมด เพราะมันได้มาตรฐาน การควบคุมเวลาและมีมาตรฐานที่ดีของโครงสร้างชนิดนี้เราไม่ต้องลุ้นกับคุณภาพที่แตกต่างกัน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 20 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีเป็นโครงสร้างที่มีความยืดหยุ่น เพิ่มได้ลดได้ปรับขนาดได้รวดเร็วในเวลาทีน้อยกว่าสร้างบุธเองแบ่งพื้นที่ให้เป็นสัดส่วนมีความเป็นส่วนตัวมีกำแพง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 21 (2566) กล่าวว่า ข้อดีคือ ราคาถูก ใช้จ่ายได้ ประยุกต์ได้ตามงบประมาณ ติดตั้งง่าย ใช้คนงานในการก่อสร้างน้อย ทำได้เร็วประหยัดทรัพยากร มั่นใจได้ว่าเสร็จทันเวลาเครียดน้อยกว่าเหนื่อยน้อยกว่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 22 (2566) กล่าวว่า “การใช้โครงสร้างสำเร็จรูปในงานอีเวนต์และนิทรรศการมีข้อดีที่ชัดเจนทั้งในเรื่องของการจัดการเวลา การควบคุมงบประมาณ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร นอกจากนี้ยังเป็นทางเลือกที่ยืดหยุ่นและประหยัดทรัพยากร ทำให้เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับงานอีเวนต์และนิทรรศการที่มีทั้งความต้องการความเร็วและความเป็นมืออาชีพ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 23 (2566) กล่าวว่า “ข้อดีไม่เสียเวลาก่อสร้างงานการรื้อถอนสะดวกในการใช้งาน ไม่ต้องใช้ budget สูงประหยัดและรวดเร็วไม่ต้องเตรียมอุปกรณ์มากมายสร้างความสะดวก”

1.2 ข้อดีและจุดเด่นในการใช้โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานจัดงานแสดงสินค้า สามารถอธิบายบทสัมภาษณ์ตามลำดับผู้ให้ข้อมูลหลัก 1-23 ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ภาพรวมการใช้โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานในการจัดงานแสดงสินค้าได้เปลี่ยนแปลงและพัฒนาวิธีการจัดงานอย่างมากในช่วงเวลาที่ผ่านมา ด้วยคุณสมบัติพิเศษหลายประการ ทำให้บุธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นที่นิยม และได้รับการยอมรับในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า โดยมีข้อดีและจุดเด่นดังนี้

1.2.1 การเตรียมงานและติดตั้งอย่างรวดเร็ว โครงสร้างนี้ลดเวลาเตรียมงานลงอย่างมาก อาทิ บุธสำหรับงานแสดงสินค้าขนาดเล็กสามารถติดตั้งได้ภายในเวลาไม่ถึง 1 ชั่วโมง ช่วยให้การจัดงานมีความคล่องตัวและสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วความสามารถในการ

1.2.2 ปรับเปลี่ยนและซ่อมแซม โครงสร้างนี้มีความยืดหยุ่นสูงในการปรับเปลี่ยนและซ่อมแซม สามารถปรับแต่งให้เข้ากับความต้องการและรูปแบบการจัดงานที่แตกต่างกันได้อย่างง่ายดาย

1.2.3 ต้นทุนการผลิตและการดำเนินงานที่ต่ำ การใช้วัสดุและกระบวนการที่ลดต้นทุนการผลิต และดำเนินงาน ทำให้สามารถควบคุมงบประมาณได้ดีขึ้น และทำให้การจัดงานมีความคุ้มค่ามากขึ้น

1.2.4 ความปลอดภัยและความยั่งยืน คือ การไม่ต้องใช้สีหรือทินเนอร์ที่เป็นอันตราย ช่วยลดความเสี่ยงในการทำงาน และสนับสนุนความยั่งยืนในการจัดงาน รวมทั้งยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1.2.5 การออกแบบที่ยืดหยุ่นและการปรับเปลี่ยนได้หลากหลาย คือ โครงสร้างชนิดนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า ทำให้เหมาะกับการจัดงานที่มีความต้องการเฉพาะ สามารถสร้างบุธที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ตอบโจทย์ทั้งด้านการตลาด และการสื่อสารตรา

1.2.6 การใช้โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า โดยเฉพาะในการเพิ่มประสิทธิภาพ ความยืดหยุ่น และการควบคุมต้นทุน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีทั้งสำหรับผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

1.2.6.1 งานแสดงสินค้านานาชาติ ในงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ บุธที่สร้างจากโครงสร้างบุธอลูมิเนียมช่วยให้สามารถติดตั้งและถอดถอนได้รวดเร็ว ช่วยให้ผู้จัดงานสามารถจัดบุธได้ทันเวลาและมีภาพลักษณ์ที่ดี

1.2.6.2 การใช้งานในสถานที่ที่มีข้อจำกัดเรื่องมลภาวะ เช่น การจัดงานในห้างสรรพสินค้า หรือโรงพยาบาล ที่โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมีข้อได้เปรียบเรื่องการไม่สร้างฝุ่นและมลภาวะ

1.2.6.3 โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการจัดงานแสดงสินค้า ด้วยความสามารถในการติดตั้งและถอดถอนที่รวดเร็ว ความสามารถในการปรับเปลี่ยนได้ง่าย และต้นทุนที่ต่ำ นอกจากนี้ยังมีความปลอดภัยสูง ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำ

ให้เป็นทางเลือกที่นิยมในหลาย ๆ งานแสดงสินค้าทั่วโลก นอกจากนี้ การใช้โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้านั้นแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่หลากหลาย ตั้งแต่ความสะดวกในการติดตั้งไปจนถึงความยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ยังมีความไม่แน่นอนเกี่ยวกับอายุการใช้งานและความทนทาน รวมถึงความเหมาะสมในการใช้งานสำหรับงานขนาดใหญ่ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต้องพิจารณาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาต่อไปในอนาคต

1.3 ข้อดีของการใช้โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานจัดงานแสดงสินค้า

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 (2566) กล่าวว่า “การใช้โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้าเป็นทางเลือกที่นิยมเนื่องจากความสะดวกและความเบาแต่ยังมีข้อจำกัดและความท้าทายที่ผู้จัดงานควรพิจารณา ข้อจำกัดเหล่านี้รวมถึงความสามารถในการรับน้ำหนักที่จำกัด ขนาดและความยาวที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ความซ้ำซากในรูปแบบการออกแบบ และปัญหาความปลอดภัยจากการติดตั้งที่ไม่ได้มาตรฐาน การวางแผนอย่างรอบคอบ การใช้วัสดุเสริม และการมีช่างที่มีความชำนาญสามารถช่วยเพิ่มความมั่นคง ความปลอดภัย และความสวยงามของโครงสร้างบุธ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบุธแสดงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 (2566) กล่าวว่า “ข้อเสียข้อจำกัดในเรื่องระยะ บางครั้งระยะที่ให้มาละเอียดการจัดงานจะเหลือช่องว่าง แต่ถูกทดแทนด้วยการ ปรับมุมวางหรือออกแบบทางเรขาคณิตให้พอดีได้ อย่างไรก็ตามยังถือว่า ยอมรับได้เนื่องจาก ราคาที่ตอบโจทย์ของลูกค้าและระยะเวลาที่สร้างได้อย่างรวดเร็ว และบุธทั่วไปยังคงสื่อสารภาพและข้อความด้วยงานกราฟิกในท้ายที่สุด ปัจจุบันโครงสร้างสามารถออกแบบและ Custom ในรายละเอียดได้จนใกล้เคียงกับ แนวคิดได้มาก ปัญหาคือช่าง ผู้ควบคุมงานควรมีประสบการณ์และความเข้าใจในการใช้งานโครงสร้าง System ไม่งั้นจะสร้าง

ความเสียหายได้ การชดเชยเรื่องดีไซน์มีการพัฒนาจากทั่วโลกช่างต้องเตรียมตัวรับการออกแบบดีไซน์ใหม่ๆ บางครั้งมีภาพลักษณ์ว่าบุธ System ไม่ทันสมัยหรือซ้ำแต่ กลุ่มลูกค้าไม่ได้ความสำคัญจนจุดนี้ โดยเฉพาะงานกลุ่มเครื่องจักรที่เน้นไปที่ตัวผลิตภัณฑ์สินค้ามากกว่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 (2566) กล่าวว่า “ปัจจุบันลูกค้าจึงมีความเร่งที่ต้องการให้โครงสร้าง System เสร็จเร็วขึ้นอีก ดูเลยากเวลาเกิดรอยถลอก ต้องใช้วิธีการหุ้มสติ๊กเกอร์ การออกแบบซ้ำ ไม่เป็นปัญหาเพราะลูกค้าไม่รู้สึกรู้ว่าเซย คนทำก็มีประสบการณ์ทำได้คุ้นมือ เวลาเจอกล่องไฟต้องระวัง เพราะไม่ได้เตรียมวัสดุทำกล่องไฟมาเพื่อ จะไม่ปล่อยให้มือใหม่ทำ มีลูกค้ากลุ่มที่ไม่ชอบแต่น้อยมาก ส่วนใหญ่ จะไปพัฒนาที่แบบแล้วกลับมาแก้ไขแบบให้ดีขึ้น เสา System บางต้นยาว 4-5 เมตร ใส่ลิคไม่ได้ ต้องใช้วิธีเดินขึ้นทาง บันไดหนีไฟ อุบัติเหตุที่เกิดบ่อยสุดคือข้อต่อหลุดหรือทำให้บีม่วง หรือคนที่ขึ้นไปประกอบที่สูง พอทำได้เยอะทำได้เร็วแล้ว บางครั้งจะไหลต้องทำงานหนัก การขึ้นไปประกอบ เหนื่อยกว่าชนกลับและต้องคอยระวัง เนื่องจากโครงสร้างหน้าตาเหมือนกันบางครั้งมีการสับสนหยิบ โครงสร้างของบุธช่างๆมาสร้างได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 (2566) กล่าวว่า “การทำงานบุธ System ไม่ค่อยได้พัฒนาความรู้เท่าไร เนื่องจากรูปแบบแบบเดิมจากประสบการณ์ที่ผ่านมามีการทำงานกับโครงสร้างไม้หรือเหล็กมีรูปแบบ แตกต่างมากมายกว่าได้เรียนรู้อะไรเยอะกว่า ระยะเวลาของ System ไม่เป๊ะ ลูกค้ามักเข้าใจกว้าง 2 เมตรแต่จริง ๆ ก็จะไม่ใช่ 2 เมตรเป๊ะต้องมาอธิบายลูกค้าอีกที่ แข็งแรงสู้ไม้ไม่ได้ โครงสร้างไม้หรือเหล็กสามารถออกแบบบุธได้ผลลัพธ์น่าประทับใจว่าอลังการกว่า ไม่ค่อยได้เห็นบุธ System ที่อลังการบ่อย ๆ เนื่องจากไม่ตรงวัตถุประสงค์ ต้องละเอียดถี่ถ้วนเวลาลูกค้าของงานเนี้ยเริ่มต้นจากคัด ขึ้นส่วนใหม่ ๆ ให้ลูกค้า ขั้นตอนการทำงานไม่ซับซ้อนคือขนส่งประกอบบำรุงรักษาดีราคา”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 (2566) กล่าวว่า “การใช้โครงสร้าง System ต้องเผชิญกับต้นทุนการเริ่มต้นธุรกิจที่สูง ซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นที่ของโกดังและคนงาน ตลาดสำหรับโครงสร้าง System ยังมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะกับผู้รับเหมา SME ที่เข้าสู่ธุรกิจนี้ใหม่ ๆ กลุ่มงานที่สามารถขายโครงสร้าง System ได้ในราคาที่สูงก็มีจำกัด โดยเฉพาะในกลุ่มงานที่ต้องการสื่อสารภาพลักษณ์และความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ ทำให้โครงสร้างเหล่านี้อาจไม่เหมาะกับงานที่ต้องการการออกแบบที่เฉพาะเจาะจงและพิถีพิถัน เช่น งานสถาปนิกหรือลูกค้าในกลุ่มบิวตี้ นอกจากนี้ยังมีความท้าทายเรื่องการจัดเก็บวัสดุหรือ System ระหว่างงานแสดง ซึ่งอาจทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในพื้นที่ที่มีค่าเช่าสูง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 (2566) กล่าวว่า “การใช้โครงสร้าง System ลงทุนสูงสำหรับการจัดตั้งธุรกิจ ตลาดแข่งขันสูง โดยเฉพาะกับผู้รับเหมา SME ที่เข้ามาใหม่ แม้จะมีการออกแบบที่ดี แต่โครงสร้าง System มักมีข้อจำกัดในการขายได้ราคาสูง โดยเฉพาะในบางกลุ่มงานที่ต้องการภาพลักษณ์แบรนด์ที่เฉพาะเจาะจง หรืองานที่ต้องการความหลากหลายและความพิถีพิถันในการออกแบบ เช่น งานสถาปนิกหรือลูกค้ากลุ่มบิวตี้ มีความท้าทายเรื่องการบำรุงรักษาที่ยุงยาก ซึ่งหากเกิดความเสียหาย การซ่อมแซมหรือการแก้ไขอาจมีความซับซ้อนและต้องใช้เวลามาก การจัดเก็บและการขนส่งที่ไม่เหมาะสมอาจทำให้โครงสร้างเกิดความเสียหาย ทำให้การใช้งานมีความทนทานน้อยลง ความชำนาญและประสบการณ์ของช่างมีความสำคัญมากในการติดตั้งที่ปลอดภัยและมีคุณภาพ และสุดท้าย มีการแข่งขันสูงในตลาดช่างโครงสร้าง System ทำให้เกิดการแย่งงานและการกดราคาค่าแรง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 (2566) กล่าวว่า “การปรับใช้ดีไซน์ปรับอะไรไม่ได้มาก ส่วนโค้งระยะต่าง ๆ ก็ตายตัวใช้ไปนาน ๆ ก็เย็นมีรอย คนไม่อยากจะ ความสร้างสรรค์ลูกเล่นอันนี้ไม่มีทางเทียบเท่า Custom Built แน่นนอน ความแข็งแรงยังน้อยถ้าคานระยะยาวๆอาจโย้ ไม่ตรง เส้าหรือคานอาจหล่นหรือหลุดแต่ก็อยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ ความมีข้อจำกัด ไม่สูงเกินระยะที่ตั้งไว้ มีข้อจำกัดเยอะ ผู้จัดงานก็ไม่อยากให้ความเสี่ยงในงานของตัวเองต้องคัดผู้รับเหมาที่มีประสบการณ์ บางงานมีรูปแบบที่ใช้บูธ System ไม่ได้เลยงานโค้งๆงานวงกลมถ้างานมีกระจกเข้ามา ก็ยิ่งทำให้ยากขึ้นภาพลักษณ์ความสร้างสรรค์จะใช้ ระบบบูธ (Booth System) ยาก มีโอกาสคิดช่วยว่าจะไปต่อได้อย่างไรเหมือนเลโก้ คิดเรื่องนี้ทุกครั้งบางครั้งก็ตอบแบบตะแคงรังผึ้งทรงกลมทรงกระบอกเป็นเสน่ห์ของการเอา System มาใช้งาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 (2566) กล่าวว่า “ให้ภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างเขยไ่มานานเกินทศวรรษแต่ก็ยังหาอะไรมาทดแทน มีส่วนเพิ่มเติมผสมผสานแต่ในด้านราคายังเทียบกับ Octanorm ไม่ได้ดูแล้วไม่เกิด look ทันสมัยเหมือนแต่ก่อนในส่วน งานที่บริษัทก๊วนตงเองจะดูสร้างสรค์ว่า ถ้าใช้วัสดุ แล้วงานจะดูแตกต่างกันอย่างไรถ้าผลลัพธ์เหมาะสมก็เลือกใช้โครงสร้างชนิดนั้น ๆ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 (2566) กล่าวว่า “โครงสร้างเมื่อใช้ไปนาน ๆ แล้วเก่าบางคนไม่สนใจบางคนสนใจที่จะดูแลต้องดูแลเรื่องความสะอาดให้ดีโครงสร้างบางอย่างไม่เรียบร้อยไฟรั่วง่ายเพราะเป็นโลหะทั้งหมดมีการคอมเพลนจากลูกค้ำในกรณีที่ได้พื้นที่มาเป็นพื้นที่ใหญ่หรือมากกว่า 36 ตารางเมตร ขึ้นไปบูธโครงสร้าง System จะขายแบบยากเนื่องจากเริ่มถึงทางการด้านการออกแบบทำให้งานออกมาดูไม่สวยทำให้เป็นเหมือน Tower ทัวไปใช้โครงไม้หรือเหล็กจะทำให้สวยกว่าและดูพรีเมียมได้เหมาะสมและง่ายกว่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 (2566) กล่าวว่า “ถ้างานใหญ่มาก ๆ การใช้ผนังร่วมกันจะดูแลยากผนังบางเกิดปัญหาเช่นผนังทะลุง่าย ผู้ออกงานไม่ค่อยชอบที่ต้องแชร์ผนังร่วมกัน ทำให้ภาพลักษณ์งานดูเป็นงานโหล-โลคออส ในมุมมองของผู้เข้าชมนงาน ในเรื่องความแข็งแรง ของโครงสร้างต้องคำนวณดี ๆ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 (2566) กล่าวว่า “ข้อเสียคือปรับขนาดได้ไม่ละเอียด แขนงของหนักๆ ไม่ได้ ทำดีไซน์บางอย่างไม่ได้ขนาดยังคงเป็น 0.5 1 ตายตัวต้องรักษาให้ตึกไม่ถล่มจะเป็นรอยลูกค้ำจะไม่ชอบ ผนังเวลาใช้ร่วมกับบูธอื่นยังต้องใช้เป็นผนังร่วมกัน ก่อสร้างผนังโค้งยาก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 (2566) กล่าวว่า “ความจำกัดของการออกแบบและมันดูเป็นบูธหน้าตาแบบเดียวกันทั้งหมด 2 มันขับ Brand ไม่ได้ 3 เห็นในงานสถาปนิกจุดมุ่งหมายคือคนต้องการเหตุการณ์ใช้ศักยภาพของวัสดุ ซึ่งเกิดจนกลายเป็นการออกแบบบูธ ดังนั้นการใช้โครงสร้าง System จึงมีข้อจำกัดตรงนี้โดยตรง การใช้ส่วนเพิ่มเติมเช่นอิงค์เจ็ทหรือสีมันไม่มากพอ ปีแรกๆกว่า 900 บูธที่เข้าร่วมงานจะมีอยู่ประมาณ 100 กว่าบูธที่ใช้เป็นบูธโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ปัจจุบันผู้เข้าร่วมงาน 900 บูธแบ่งเป็นบูธในประเทศ 500 บูธ จะใช้บูธ System ค่อนข้างน้อยคือเพียง 80 บูธเท่านั้นส่วนอีก 420 จะเป็นบูธออกแบบพิเศษใช้โครงสร้างไม้และเหล็ก สำหรับบูธต่างประเทศ 400 บูธ จะตรงข้ามกันคือมีบูธออกแบบพิเศษเพียง 50 บูธแต่อีก 350 จะใช้เป็นโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) เพราะไม่ยุ่งยากไม่ต้องการสื่อสารมากออกงานผ่านเอเจนซี่ ต้องการจัดการค่าใช้จ่ายได้สะดวก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 (2566) กล่าวว่า “ขาดความหือหาวความแตกต่างจะไม่ได้มาจากสิ่งที่สำเร็จรูปแบบนี้ งานระบบบูธ (Booth System) มันตายตัวคือทำได้แค่นี้แหละ เราต้องเพิ่มขึ้นบนระบบบูธ (Booth System) เสมอ กับเพิ่มเงินเพื่อหาความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ รูปแบบตายตัว”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 (2566) กล่าวว่า “ออกแบบยากกว่าบูธ Special เพราะข้อต่อ ข้อจำกัดต่างๆของโครงสร้างชนิดนี้และโรงงานงานระบบบูธ (Booth System) แต่ละที่บางที่มีขนาดตายตัวที่ 80 บางที่ 100 และต้องมีchart มาให้เพื่อให้ดีไซน์เนอร์ออกแบบได้ตามสิ่งของสต็อกที่มีลูกเล่นมันเล่นได้ไม่ค่อยเยอะการหาลูกเล่นต้องใช้เวลาที่จะสร้างความแตกต่างนี่คือข้อเสีย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 (2566) กล่าวว่า “ข้อจำกัดเทคโนโลยี 1) ในการออกแบบค่อนข้างจำกัดอยู่ที่ขนาดความยาวความสูง 5 เซนติเมตร 10 เซนติเมตร ซึ่งต้องบังคับใช้ตามขนาดเท่านั้น 2) วัสดุที่ปิดผิวงานไม้ลามิเนตต้องทาสี แต่งานระบบบูธ (Booth System) มีข้อจำกัดเรื่องนี้ 3) วัสดุที่ปิดผิวทำให้งานระบบบูธ (Booth System) ดูเป็นของเทียม 4) เปรียบเทียบกับบูธพิเศษจะเห็นวัสดุที่แตกต่างกันมากต่อให้มีบูธและโหนดอย่างไรก็ไม่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ 100% 5) ต้องเก็บรักษาให้ดีไม่เช่นนั้นจะเกิดรอยลูกค้ามักจะรับไม่ได้ ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16 (2566) กล่าวว่า “1) น้ำหนักเยอะ เช่น งานบ้านและสวน 800 บูธ ต้องมีการจัดเตรียมงานยาวนาน 2) พื้นที่จัดเก็บ ที่ต้องมีสภาวะแห้งสะอาด 3) ทีมงานการทำความสะดวกต้องมีทักษะพิเศษ 4) การจำกัดในการออกแบบถ้าไม่เหมาะกับการสื่อสารตราแพคเกจ เช่น รถยนต์ เพราะไม่สื่อถึงแบรนด์บูธขนาดใหญ่ 1,000 ตารางเมตร ของกลุ่มรถยนต์ใช้งานได้อย่างลำบาก 6) การประกอบต้องมีทักษะ ตลาดอื่น ๆ ได้ แต่ช่างทำไม่ได้ต้องใช้แรงงานเฉพาะทางเท่านั้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 (2566) กล่าวว่า “ข้อเสียบ้านเรายังถือว่ามียุคกรณ์น้อย ของจริงในต่างประเทศมีเยอะมากกล่องไฟงานยากๆใช้คนแค่ 2-3 คนถ้าเครื่องมือถือก็ทำได้สำเร็จเรียบร้อยแล้วคนงานที่บ้านเรายังไม่ถึงขั้นนี้การพยายามเอา Octanorm หรือ แม็กซิมา มาหุ้มสติ๊กเกอร์เพื่อให้ขายได้ลูกค้าอยากได้เท่ากับการหลายๆทีมทำให้เกิดรอยกาวและขยะเยอะแต่ก่อนหรือเก็บเลยเดี๋ยวนี ต้อง

ดูแลมากขึ้นไม่จำเป็นจะเสียหายข้อเสียอาทิตความแข็งแรงของโครงสร้างยังไม่ตอบโจทย์ในบางเรื่อง เช่น บูธ 2 ชั้นทำไม่ได้เลย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 18 (2566) กล่าวว่า “ข้อเสียหากออกแบบและนำเสนอเจ๋งๆยากเพราะ ไม่ได้ให้ความสำคัญ และดูไม่แพง วัสดุเลียนแบบเยอะ ทำให้ความแข็งแรงต่ำหัวใจของงานระบบบูธ (Booth System) คือ ข้อต่อ สีของอลูมิเนียม หุ้มไปเอาจริง ๆ ก็ดูไม่สวยเท่า ต้นแบบคนที่ชำนาญในการก่อสร้างหายาก ถอดแบบยาก การเก็บรักษาซับซ้อนเพราะมันเป็นรอยง่ายคนที่ไม่รักษาของก็จะทำให้เกิดความเสียหายคนไม่พอก็ต้องจ้างคนที่ไม่มีความรู้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 19 (2566) กล่าวว่า “ตัวของมันถ้าคนที่เอามันมาใช้ไม่มีประสบการณ์ไม่เนียบ จะได้ผลงานไม่สวยเลยไม่จากเก่ามีรอยจะดูไม่ดีแก้ไขไม่ได้ไม่เหมือนบูธไม้ที่แก้ไขเก็บสีได้ ออกแบบได้จำกัดแก้ไขด้วยสีไม่ได้การติดสติ๊กเกอร์จริงๆแล้วไม่ได้เหมาะสมมีข้อจำกัดในการใช้งาน มีรูปแบบหน้าตาโครงสร้างรูปทรงที่จำกัดออกแบบได้ตายตัว ไปผสมกับคนอื่นก็มีข้อจำกัด”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 20 (2566) กล่าวว่า “ขนาดของโครงสร้างที่ตายตัว ทำให้ก่อสร้างและ ออกแบบได้จำกัด 2x3, 4x3 เป็นขนาดมาตรฐานซึ่งทำหน้าตาได้อยู่ในขอบเขตจำกัดประมาณหนึ่งลงรายละเอียดมากมายไม่ได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 21 (2566) กล่าวว่า “รูปลักษณ์ที่ไม่ยืดหยุ่นพอกับงานบางลักษณะไม่สามารถตอบสนองงานที่ต้องการรูปแบบโครงสร้างสวยๆหรือรูปร่างฟอร์มใหม่ๆได้ทรงกลมไม่เห็น รอยต่อชัดเจนอาจเป็นเพราะความต้องการของตลาดไม่มากพอไม่ค่อยมีปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างงานระบบบูธ (Booth System) ที่มีใช้ตั้งแต่ดั้งเดิมมาอยู่แล้วโครงสร้างอาจเกิดรอยมาจากสาเหตุการเก็บงานไม่เรียบร้อยสายไฟโผล่ ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 22 (2566) กล่าวว่า “ข้อเสียไม่ตอบโจทย์เรื่องภาพลักษณ์องค์กรที่ต้องการความแตกต่างเฉพาะตัวทีมและคอนเซ็ปต์ที่เปลี่ยนไปในการออกงานแต่ละครั้ง งานอาทิจานสถาปนิกไม่ตอบโจทย์แบรนด์เพราะงานเน้นแบบที่แตกต่างของโครงสร้าง โครงสร้างชนิดนี้เหมาะกับงานที่ไม่ต้องแสดงความสร้างสรรค์ของโครงสร้างมากนัก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 23 (2566) กล่าวว่า “ข้อเสียรูปแบบที่มันไม่สวยและมักจะมากับโลเคชั่นที่ไม่ได้มีราคา คืองานระบบบูธ (Booth System) มักจะปรากฏอยู่บริเวณด้านหลังของงาน ลดโอกาสในการสร้างเครดิตความน่าเชื่อถือในงานแสดงสินค้ารูปแบบบูธที่จำกัด ภาพลักษณ์ไม่ได้เปลี่ยนแปลงอะไรมาก ลงรายละเอียดมาก ๆ ไม่ได้ โครงสร้างไม่ค่อยแข็งแรงสามารถหลุดได้ต้องคอยระวังและต้องสต็อกโครงสร้างเสริม หากมองแล้วไม่ปลอดภัย”

ข้อดีที่ใช้โครงสร้างบูธอูมิเนียมมาตรฐานจัดงานแสดงสินค้า สามารถอธิบายบทสัมภาษณ์ตามลำดับผู้ให้ข้อมูลหลัก 1-23 ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ข้อจำกัดในการรับน้ำหนักและการออกแบบ โครงสร้างบูธอูมิเนียมมาตรฐานมักมีขีดจำกัดในการรับน้ำหนัก อาจไม่เพียงพอสำหรับการจัดแสดงสินค้าหนักหรือขนาดใหญ่ การออกแบบของโครงสร้างบูธมักจำกัดอยู่ในรูปแบบที่ค่อนข้างเดิม ๆ และอาจไม่สามารถสร้างสรรค์รูปทรงหรือลวดลายที่แปลกใหม่และน่าสนใจได้

3.2 ข้อจำกัดด้านความปลอดภัยและความทนทาน การรับน้ำหนักเกินพิกัดหรือการติดตั้งที่ไม่เหมาะสมอาจทำให้โครงสร้างเสี่ยงต่อการล่ม รวมทั้งยังขาดความปลอดภัยในงานแสดงสินค้า การใช้กระจกหรือวัสดุอื่น ๆ เพิ่มเติม อาจทำให้โครงสร้างมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น เช่น การต้องใช้ตะขอเสริมหรือการออกแบบที่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ

3.3 ข้อจำกัดเกี่ยวกับขนาดและการปรับแต่ง คือ โครงสร้างมีขนาดและรูปแบบที่ตายตัว จำกัดความสามารถในการปรับแต่งตามความต้องการของงาน

3.4 การสร้างโครงสร้างที่มีความซับซ้อนหรือไม่ปกติ เช่น โค้งหรือวงกลม อาจต้องใช้วิธีการจัดสร้างที่ซับซ้อนและมีต้นทุนสูง

3.5 ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการตลาด คือ โครงสร้างบูธอลูมิเนียมมักถูกมองว่าไม่ทันสมัยหรือมีความหยาบที่จำกัด ซึ่งอาจไม่เหมาะกับงานแสดงสินค้าที่ต้องการภาพลักษณ์เฉพาะ สำหรับงานที่ต้องการภาพลักษณ์ที่เฉพาะเจาะจงหรือแตกต่าง โครงสร้างนี้อาจไม่ตอบโจทย์

3.6 ปัญหาด้านการบำรุงรักษาและการใช้งาน คือ การจัดเก็บและบำรุงรักษาโครงสร้างต้องใช้ความระมัดระวังเพื่อป้องกันการเสื่อมสภาพ ทำให้มีความทนทานน้อยลง รวมถึงการใช้งานระยะยาวอาจทำให้โครงสร้างเสื่อมสภาพ ลดความน่าเชื่อถือและความสวยงาม

3.7 การพิจารณาข้อจำกัดเหล่านี้จะช่วยให้ผู้จัดงานสามารถวางแผนและดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของทั้งผู้จัดงานและผู้เข้าชมงานได้อย่างเหมาะสม

4.2 กระบวนการเลือกใช้ระบบบูธอลูมิเนียมมาตรฐาน

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 (2566) กล่าวว่า “มีการตัดเว่นระยะที่มากขึ้นด้วยโครงสร้างงานระบบบูธ (Booth System) ที่มีอายุแล้ว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยไม่จำเป็นจะต้องนำไปหลอมใหม่จนในปัจจุบันเสาร์มีการตัดบ่อยจนมีระยะหลากหลายมากขึ้นเพียงพอต่อการ ออกแบบ การทำกำไรในปัจจุบันสามารถทำได้มากขึ้น ในยุคแรกโครงสร้างไซมา ชาย ในพื้นที่คูหามาตรฐาน 3 x 3 ได้ราคา 5,000 บาทโดยมีต้นทุนประมาณ 4,000 บาทจากค่าแรงสีไม้และค่าขนส่งแต่ปัจจุบันโครงสร้าง

Octanorm ขายคูหามาตรฐาน 3 x 3 ในราคา 2,000 บาทแต่ต้นทุนประมาณ 1,000 บาทถึงแม้ได้กำไรต่อบูธใกล้เคียงกันแต่มีต้นทุนที่ต่ำกว่ามาก และก่อสร้างได้รวดเร็วสะดวกสบาย ในการทำงานมีการมอบหมายให้ช่างที่มีประสบการณ์แล้วถูกเลื่อนขั้นเป็นระดับหัวหน้างานควบคุมคนงานใหม่ทำให้งานออกมาดี โดยแต่ก่อนจะมีการฝึกอบรมทุกเย็นเวลา 5 โมงเย็นมาฝึกประกอบโครงสร้างใช้อุปกรณ์และเครื่องมือ เพื่อแก้ไขปัญหาการก่อสร้างจนทุกวันนี้ผ่านมา 20 ปีจำนวนช่างมีเยอะเพียงพอแล้ว สามารถสอนรุ่นต่อรุ่นถึงวิธีปฏิบัติเป็นแนวทางและสร้างมาตรฐานได้ มีการประยุกต์สร้างเครื่องมือ DIY สร้างอุปกรณ์เสริมขึ้นมาใช้เองในรูปแบบต่าง ๆ งานบางกอกเจมส์แอนด์จิวเวลรี่มีการใช้ระบบบูธ (Booth System) จำนวนมากขึ้นทุก ๆ ปี เนื่องจากสาเหตุ ด้านราคาที่ได้เปรียบกว่ามาก ใช้ซ้ำได้ และได้มาตรฐาน ปัญหาเรื่องรอยขีดข่วนบนโครงสร้างก็มีการตัดแยกโครงสร้างเป็น 2 ประเภทคือกลุ่มโครงสร้างใหม่ใช้งานภายนอก และโครงสร้างเก่าที่มีรอยขีดข่วน นำมาประยุกต์ใช้ในพื้นที่ที่ไม่ถูกมองเห็น เช่น ห้องเก็บของ (Back stage)”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 (2566) กล่าวว่า “งานประเภทสัปดาห์วิทยาศาสตร์ไม่ชอบใช้งานโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) เนื่องจากอยากได้ความตื่นตัวของการออกแบบอาทิตูมส่วนโค้งอยากได้อุโมงค์ก็ใช้วิธีทำอุปกรณ์ไม่มาใส่เพิ่มซึ่งทำให้เด็ก ๆ จับสัมผัสได้มากขึ้น หลีกเลียงไม่ให้เกิดสัมผัสโครงระบบบูธ (Booth System) โดยตรงเนื่องจากความแข็งแรงไม่ เท่าโครงเหล็ก หรือเสริมด้วยการเสริมโครงเหล็กมัดลวดและใช้เหล็กฉากขึ้นเพื่อเพิ่มความแข็งแรง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 (2566) กล่าวว่า “การแก้ไขระยะโค้งไม่ได้ เคยมีการเอาไม้ไผ่มาตัดหรือโครงเหล็กตัดระยะพิเศษมาแก้ปัญหาให้ใกล้เคียงกับแบบ อะไหล่พังหรือข้อต่อหักมีบ้างแต่ปัจจุบันจะมีอะไหล่เสริม หน่วยงานแก่ง่ายไม่เหมือนไม้หรือเหล็กซึ่งหากเสียหายแล้วไม่ได้มีการทำเพื่อ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 (2566) กล่าวว่า “ระยะไม่พอดีต้องอธิบายลูกค้าบ่อย ๆ เคยเกิดขึ้นคือยึดตู้ไม่ลงช่องเนื่องจากช่องขนาด 3 เมตร แต่ระยะจริงไม่ใช่ปัญหาเช่นโครงสร้างเก่ามากไม่ต้องบอกลูกค้าให้รีบ

หุ้มสติ๊กเกอร์บรอนซ์เงินให้เลยอาจจะติดแค่ส่วนที่เห็นลูกค้าที่ผ่านมารับได้แต่แก้ไขได้จากการแยกของ
ที่เก่าแล้วไม่ปะปนกับของใหม่ปัจจุบันไม่ค่อยเกิดปัญหาประเภทนี้แล้ว การออกแบบที่ดีจะช่วยให้
ลูกค้ากลับมาใช้ระบบบูธ (Booth System) ความแข็งแรงการเพิ่มคานรับน้ำหนักหรือเพิ่มเสาโลหะ
และการถ่วงน้ำหนักฐานทำให้โครงสร้างโดยรวมมีความแข็งแรงขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 (2566) กล่าวว่า “กลุ่มลูกค้าที่มีเพิ่มไฟเพิ่มอิงค์เจ็ท และวัสดุอื่นๆเพื่อพยายาม
เพิ่มมูลค่าของระบบบูธ (Booth System) ลูกค้าก็จะว่าจ้างเอเจนซีที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการ
ออกแบบ เป็นผู้ดำเนินงานและออกแบบให้กับโรงงานระบบบูธ (Booth System) อีกทีหนึ่ง การทำทีม
กราฟิกที่ออกแบบกราฟิกในบูธได้สวยงามยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับโครงสร้างระบบบูธ (Booth System)
หรือใช้โครงสร้างไม้มาผสมกับระบบบูธ (Booth System) เพื่อเพิ่มราคา หรือการเปลี่ยนบทบาทของ
ตัวเองจากผู้รับเหมากลายเป็นผู้จัดงานเพื่อเพิ่มปริมาณงาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 (2566) กล่าวว่า “การตัดระบบบูธ (Booth System) เพื่อเพิ่มระยะแต่ต้องขาย
ได้ราคาหรือมือเออร์ ถ้าคนงานเก่งจะใช้คนน้อยลงครั้งต่อครั้งนั้นเอาเทคโนโลยีมาช่วยถ้าช่างชินกับ
อุปกรณ์ต่าง ๆ แล้วจะคุ้มค่ามาก ปัญหาหลักคือคนไม่ยอมใช้และลูกค้าก็ไม่สนใจถ้าเหมาไปแล้วก็ขอแค่
ช่างเสร็จลูกค้าก็ไปสนใจด้านอื่น ๆ การป้องกันความเสียหายการทำพาเลท การทำของใส่ผนังที่ขึ้นไป
หน้างานได้เลยเพื่อลดความเสียหายระหว่างการขนส่ง ถ้าช่างไม่ดูแลก็ปรับเป็นเงินต้องมีการแยก
อุปกรณ์ให้ดีจะช่วยให้ดีมาก ดูแลดี หรือห้ามแรงห้ามโยน การจัดเก็บดี ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงจบ การทำให้
ช่างอยู่นานต้องคุยและสื่อสารกับช่างมาก ๆ ต้องยุติธรรมให้รายได้ที่ดีบางที่คุยกับเด็กช่างไม่ค่อยได้ผล
คุยกับแค่หัวหน้าข้อความก็ลงไปไม่ถึงลูกน้องการเลือกใช้ช่างเดิม ๆ ไว้ใจได้ไม่ใช่แค่ทีมแปลกหน้าเคลียร์
หน้างานปัญหาต่าง ๆ ให้เราไม่ได้มีความเสี่ยงสูงปัจจุบันใช้ 3-4 ทีมช่างประจำแต่ก็มามีการเปลี่ยนช่าง
หน้าใหม่เข้ามาอยู่เรื่อย ๆ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 (2566) กล่าวว่า “ทำความเข้าใจกับผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการว่ามีข้อดีข้อด้อย ต้องแก้ไขอย่างไรทำการทดสอบก่อนใช้กำกับคุณภาพสร้างอุปกรณ์เสริม เรียกผู้รับจ้าง (Supplier) มาคุยว่าข้อจำกัดมีอะไรทดลองใช้วัสดุใหม่ๆอย่างไร เอาไม้ ไปเสียบในเสาอลูมิเนียมเพื่อผสมผสาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 (2566) กล่าวว่า “วิธีการแก้ไขดีไซน์ เลือกเอาดีไซน์ที่ชอบก่อนและหลังจากนั้น ค่อยมาพิจารณาว่าจะใช้วัสดุชนิดไหนในการตอบโจทยว่าจะใช้ระบบบูธ (Booth System) หรือไม้และ นำราคามาพิจารณา เป็นอันดับเกือบสุดท้าย โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ก็ประยุกต์มาใช้เพื่อ เฉลี่ยต้นทุนทำให้งานทั้งงานหรือต้นทุนไม่สูงจนเกินไป การเพิ่มวัสดุอื่น ๆ เข้าไปด้วย เช่น ไม้คัทพีพีบอร์ด การปิดหรือครอบหุ้มทำการตกแต่งเพิ่มแล้วเอาไปแปะก็จะช่วยเพิ่มความหลากหลายมากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 (2566) กล่าวว่า “แก้ไขด้วยการสั่งเช่า เลือกแต่ของใหม่ๆจากตัวแทนจำหน่าย ได้ ถ้าซื้อเองเป็นของตัวเองแล้วก็จะเลือกไม่ได้ปัญหาเรื่องไฟรั่วต่าง ๆ ให้กำชับผู้รับเหมาให้ดีและมีการ ตรวจสอบด้วยอย่างมีมาตรฐาน บูธพื้นที่ใหญ่ 1 ในวิธีการควบคุมคือเริ่มออกกฎห้ามใช้ System เพราะ ทำให้ ดูไม่ดีสำหรับงานภาพรวม 1 ในสิ่งที่อยากแก้ไขคืออยากทำให้บูธ System ยกพื้นได้ซึ่งจะสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีได้มากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 (2566) กล่าวว่า “ในกรณีของการใช้ผนังร่วมกันต้องอธิบายลงในกฎกติกาว่า เป็นผนังที่ใช้ร่วมกัน ปัญหาเรื่องงานโหลโลกอสจ่าเป็นต้องเพิ่มดีไซน์การใช้โครงสร้าง แม็กซิมา เพิ่มเติม การหุ้มด้วยสติ๊กเกอร์อิงค์เจ็ทหรืออิงค์เจ็ทผ้าตกแต่งเพื่อให้ภาพของงานเป็นงานที่มีภาพลักษณ์ มีดีไซน์ โครงสร้าง กลุ่ม Pavilion ก็ต้องทำตึก ให้โดดเด่นกว่าบูธอื่น ๆ บูธเล็กทำสูงน้อยกว่า 3 เมตร ไม่เหมาะกับทางเดินแคบๆ วัสดุพื้นเรียบ (Fascia) ช้ำๆ เพราะทำให้ภาพลักษณ์ดูออกมา ดูซ้ำกันทั้งหมด โครงสร้าง System สร้างสูงมากไม่ค่อยดี”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 (2566) กล่าวว่า “แก้ไขปัญหาเกือบทั้งหมดได้ด้วยการเพิ่มเติมความคิดสร้างสรรค์ ทำชิ้นส่วนออกมารองรับอาทิการแขวนทีวี ผนังโค้งการใช้ส่วนผสมลูกเล่นอื่น ๆ เช่นไม้หรือเหล็กมาสร้างความแตกต่าง เปลี่ยนไปตามสถานการณ์”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 (2566) กล่าวว่า “การแก้ไข การแก้ไขด้านดีไซน์กลับไม่ได้ตอบโจทย์ในงานสถาปนิกเนื่องจากลูกค้าไม่ได้ ประโยชน์อะไร การทำแบนเนอร์ใหญ่ๆลูกค้าเห็นคุณค่ามากกว่าเนื่องจากสื่อสารผ่านภาพกราฟิก แก้ไขได้แต่ไม่ควรผลกระทบต่อต้นทุน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 (2566) กล่าวว่า “โครงสร้างชนิดนี้ไม่ได้มีข้อเสียนะเพราะเป็นคาแรคเตอร์ของตัวโครงสร้างเองอยู่แล้วเพราะฉะนั้นผู้เลือกใช้ต้องยอมรับข้อจำกัดของมันอยู่แล้วเรายู่กับข้อจำกัดของมันดีกว่า จึงไม่จำเป็นต้องแก้ไขอะไรเพราะรับได้ตั้งแต่แรกถ้าจ่ายเงินเพิ่มก็ได้ของเพิ่ม เป็นเรื่องปกติ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 (2566) กล่าวว่า “ใช้วัสดุร่วมกันทั้งระบบบูธ (Booth System) และไม่จริง เหล็กจริงทำให้เกิดความหลากหลายในการออกแบบมากขึ้น พัฒนาคนออกแบบดีไซน์เนอร์ให้รู้จักลักษณะข้อจำกัดเพื่อที่จะออกแบบได้หลากหลายมากขึ้น ต้องเก็บรักษาดี ๆ เพื่อจะไม่เกิดรอยมีความใหม่ลูกค้านิยมใช้สีและกราฟิกช่วยด้วยการเวลาการตัดสินใจในเวลาที่ยังไม่เพียงพอใช้ระบบบูธ (Booth System) ใช้ผสมและคุมงบประมาณได้ดี”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 (2566) กล่าวว่า “ใช้วัสดุร่วมกันทั้งระบบบูธ (Booth System) และไม่จริง เหล็กจริงทำให้เกิดความหลากหลายในการออกแบบมากขึ้น พัฒนาคนออกแบบดีไซน์เนอร์ให้รู้จักลักษณะข้อจำกัดเพื่อที่จะออกแบบได้หลากหลายมากขึ้น ต้องเก็บรักษาดี ๆ เพื่อจะไม่เกิดรอยมีความใหม่ลูกค้านิยมใช้สีและกราฟิก ช่วยด้วยการเวลาการตัดสินใจในเวลาที่ยังไม่เพียงพอใช้ระบบบูธ (Booth System) ใช้ผสมและคุมงบประมาณได้ดี”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16 (2566) กล่าวว่า “ต้องทำงานร่วมกับโรงเรียนอาชีวะเพื่อให้เกิดช่าง System เพียงพอมากขึ้นมาร่วมงาน โดยโครงการนี้ทำร่วมกับ TEA การแก้ปัญหาการสื่อสารตรา การออกแบบ เช่นแบนด์รณยนต์ต้องซ่อนโครงสร้าง System ไว้ด้านในปิดผิวด้วยไม้เอาไว้ด้านนอกแต่ก็ยังสามารถใช้งานได้ ไม่เยอะการสร้างห้องเก็บของห้องเซลล์ส่วนห้องเก็บส่วนประกอบอื่น ๆ ยังใช้ห้องระบบบูธ (Booth System) ทดแทนได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 (2566) กล่าวว่า พัฒนาและวิจัยเองสร้างอะไรเองเพื่อให้ตอบโจทย์ในงานได้ ลงรายละเอียดมากขึ้นการเทรนทีมคนงานให้มีความเป็นมืออาชีพ ด้วยโครงสร้างที่จำกัดต้องการความแข็งแรงมากขึ้นแก้ด้วยการเสริมข้อต่อหรือวัสดุที่แข็งแรง การแก้ปัญหาการตกแตงก็หาทางเลือกหรือการออกแบบใหม่ ๆ มาใช้ การจัดเก็บพอใช้ไปนาน ๆ ก็ต้องแก้ไขจากทีมช่างอบรมช่างให้มีความปราณีต ให้อุบัติกรกรณ์

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 18 (2566) กล่าวว่า “1) เปิดสอนภายในองค์กรโดยให้ซีเนียร์มาอบรมกับจูเนียร์ และของที่เรามี 2) หาวัสดุเสริมมาเพิ่มความแข็งแรงให้กับข้อต่อพวกเหล็กฉากทางปลาเอามาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับงาน 3) เครื่องสีการหุ้มสติ๊กเกอร์ ก็ยังคงต้องใช้อยู่หุ้มพีวีซี (PVC) สี ลายไม้ หรือหาอะไรมาทดแทน ให้แตกต่างเคาน์เตอร์ปิดด้วยแผ่นพีพีบอร์ดหรือการแปะ ปิดด้วยสติ๊กเกอร์ อิงค์เจ็ททั้งหมด 4) ฝึกฝนช่างให้เก่งเพิ่มทักษะและอบรมจิตสำนึกให้ดูแลรักษาของ 5) สร้างจิตสำนึก ให้อุบัติกรกรณ์ค่าชัดเจน ไม่ใช่เรื่องไกลตัวคนมีการศึกษาเยอะๆก็ไม่มาเป็นแรงงาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 19 (2566) กล่าวว่า “เลือกใช้เฉพาะในสถานการณ์ที่เหมาะสมไม่ฝืนไม่บังคับไม่ ควรเอาไปผสมกับโครงสร้างแบบอื่นเหมาะสมกับคุณสมบัติเฉพาะตัวของเขา อุปกรณ์เสริม ที่ออกใหม่ อยู่เรื่อย ๆ ในการเพิ่มเติม ข้อต่อ Spider พัฒนาในขอบเขตที่ดีในความเป็นระบบบูธ (Booth System) เข้าใจตัวตนของมันเองก่อน การเสริมด้วยระบบเก็บสายระบบ เสียบบล็อกในโครงสร้างฝัง

ปลั๊กในตัวเพิ่มความสามารถในงานระบบ เทรนด์เรื่องพลังงานสะอาดถ้าในตัวแทน Octanorm เสียบชาร์จ ให้พลังงานไฟฟ้า เปิดไฟได้เลยก็น่าสนใจมาก เทคโนโลยี น่าจะมาก่อน โครงสร้าง เช่น ต่อผนัง โมดูล่า 10 แผ่น มีปลั๊กอินเชื่อมต่อไฟฟ้าได้เลยไม่ต้องมาตัดต่อสายไฟหรือติดตั้ง ระบบอินเทอร์เน็ต รับคำสั่งได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 20 (2566) กล่าวว่า “เพิ่มเติมแบบกำหนดเองได้ ลูกค้าสามารถเพิ่มและลดโครงสร้างด้วยตัวเองได้ให้เหมาะสมกับความต้องการสำหรับลูกค้าต่างประเทศก็มักจะต้องการความแตกต่างความสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ ธุรกิจรถยนต์ในประเทศอังกฤษ ต้องการพื้นที่ใหญ่ๆรถเข้าออกได้สะดวก เมืองคานจะโชว์รถยนต์และเรือสร้างเต็นท์ข้างนอกพื้นที่นอกประสงค์ มีโครงสร้างบูธสวยลูกค้ามีอิสระในการออกแบบนำเสนอภาพลักษณ์”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 21 (2566) กล่าวว่า “แก้ปัญหาคือหาวัสดุมาปิดรอยต่อการรองรับร่องไฟมแผ่น พียิปบอร์ด มาบังรอยต่อ การผสมผสานกับโครงสร้างไม่ไม่ต้องใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ทั้งบูธนำโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) มาลดราคาปริมาณของการใช้ไม้เพื่อให้สามารถออกงานได้ การทำเคาน์เตอร์ตู้กระจก เพื่อลดราคางานไม้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 22 (2566) กล่าวว่า “ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการออกงานถ้าไปออกงานที่สร้างสรรค์ระบบบูธ (Booth System) มีแนวโน้มว่าใช้ไม่ได้แน่นอนเนื่องจากติดขัดมีส่วนโค้งไม่หลากหลายการออกแบบรายละเอียดจำกัดก็ต้องเอาโครงสร้างอย่างอื่นเข้ามาช่วยครอบทำให้หน้าตาออกมาละเอียดขึ้น ถ้าเป็นงานที่ต้องการโชว์ ความยิ่งใหญ่ของตัวงานก็จะไม่เหมาะ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 23 (2566) กล่าวว่า “การอัพเกรดระบบบูธ (Booth System) ก็จะมีโครงสร้าง แม็กซิมา เพิ่มเติมขึ้นมาที่มีความสามารถและลูกเล่นมากขึ้นไม่ใช่แค่บูธเดิม ๆ แต่มีความ

หลากหลายวิธีการเพิ่มรูปแบบทำได้แต่ปัจจุบันก็ยังถือว่าจำกัดเหมาะกับงานที่ไม่ต้องการความหือหวาทางโครงสร้างมากนัก”

กระบวนการเลือกใช้ระบบบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน สามารถอธิบายบทสัมภาษณ์ตามลำดับผู้ให้ข้อมูลหลัก 1-23 ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

การเลือกใช้ระบบบุธอลูมิเนียมมาตรฐานในการจัดงานแสดงสินค้าต้องพิจารณาหลายปัจจัยเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด กระบวนการเสริมที่ต้องพิจารณาก่อนใช้งานจริงประกอบด้วย

1. การปรับปรุงระยะของโครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน คือ การปรับปรุงระยะของโครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าและงานแสดงสินค้าต่าง ๆ รวมถึง การเพิ่มความยาวของเสาหรือบาร์โครงสร้าง เช่น การเพิ่มความยาวของเสาอลูมิเนียมช่วยให้สามารถสร้างบุธที่มีขนาดใหญ่ขึ้นหรือมีความสูงมากขึ้น ซึ่งจะตอบสนองได้ดีกับงานแสดงสินค้าที่ต้องการพื้นที่แสดงผลงานในรูปแบบที่ขนาดใหญ่ การผสมผสานวัสดุเพื่อเพิ่มความหลากหลาย การผสมผสานวัสดุต่าง ๆ เช่น การใช้แผ่นไม้หรือกระจกเพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ให้กับโครงสร้างบุธ ช่วยให้บุธมีลักษณะที่ไม่เหมือนใครและดึงดูดความสนใจ

2. การลดเวลาในการติดตั้ง คือ บุธอลูมิเนียมสำหรับงานแสดงสินค้าเป็นกระบวนการที่ต้องพิจารณาหลายด้าน ตั้งแต่การออกแบบไปจนถึงการจัดการทีมงาน ต่อไปนี้ คือ วิธีการต่าง ๆ ช่วยลดเวลาในการติดตั้ง ได้แก่ การใช้ซอฟต์แวร์ออกแบบที่ทันสมัยเพื่อจำลองและทดสอบกระบวนการติดตั้งก่อนการดำเนินงานจริง เครื่องมือประกอบอัตโนมัติ การรีวิวและปรับปรุงกระบวนการติดตั้งหลังจากแต่ละงาน เพื่อหาจุดที่สามารถปรับปรุงและเร่งกระบวนการติดตั้งในอนาคต เป็นต้น

3. การพัฒนาทีมงานและการฝึกอบรม คือ การพัฒนาทีมงานและการฝึกอบรมเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการเลือกใช้ระบบบุธอุมิเนียมมาตรฐาน เพื่อให้การติดตั้งและการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ รายละเอียดและตัวอย่างของกระบวนการนี้ ได้แก่

3.1 การฝึกอบรมทักษะเฉพาะ ผ่านการอบรมทักษะเฉพาะตัวเช่น การตัด การประกอบ และการจัดวางโครงสร้างอุมิเนียมอย่างมีคุณภาพ เป็นต้น การสร้างโปรแกรมอบรมสำหรับการประกอบบุธที่มีความซับซ้อน อาทิ โดยเฉพาะบุธที่มีโครงสร้างพิเศษหรือบุธแบบกำหนดเอง

3.2 การเรียนรู้เทคนิคใหม่ ๆ เพื่อช่างได้เรียนรู้วิธีการใช้เครื่องมือและเทคนิคใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตั้ง การอบรมการใช้เทคโนโลยีการตัดด้วยเลเซอร์เพื่อสร้างชิ้นส่วนที่มีความแม่นยำสูง

3.3 การพัฒนาความรู้ด้านความปลอดภัย อบรมด้านมาตรฐานความปลอดภัย เช่น การใช้เครื่องมืออย่างปลอดภัยและการป้องกันอุบัติเหตุในที่ทำงาน อบรมเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลและการปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยง เป็นต้น

3.5 การฝึกฝนทักษะการแก้ไขปัญหา เพื่อก่อให้เกิดการตอบสนองต่อปัญหา และความท้าทายที่เกิดขึ้นระหว่างการติดตั้ง จำลองสถานการณ์ที่บุธมีปัญหา เช่น ชิ้นส่วนที่ไม่เข้ากัน และการฝึกวิธีการหาวิธีแก้ไขอย่างรวดเร็ว

3.6 การสร้างการรับรู้ และความรับผิดชอบ ส่งเสริมความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมในโครงการ มอบหมายงานพิเศษและการกำหนดผู้รับผิดชอบดูแลโครงสร้างในแต่ละส่วนของบุธ การพัฒนาทีมงานและการฝึกอบรมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มคุณภาพและความเชื่อถือของโครงสร้างบุธอุมิเนียมมาตรฐาน ช่วยให้การติดตั้งมีประสิทธิภาพสูงสุดและลดความเสี่ยงของการเกิดความเสียหาย

4. การจัดการปัญหาด้านความปลอดภัยเชิงงวดในขั้นตอนการติดตั้ง เช่น การตรวจสอบความแข็งแรงของข้อต่อและการใช้แผ่นป้องกัน โดยใช้เพื่อลดความเสี่ยงจากการตก หรือลื่นของโครงสร้าง การติดตั้งระบบป้องกันเพิ่มเติมในงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ที่มีการใช้โครงสร้างหนักหรือรูปทรงซับซ้อน รวมทั้งการใช้เทคนิคการติดตั้งที่เหมาะสมและการตรวจสอบอย่างละเอียดโดยช่างผู้มีความชำนาญ เพื่อให้แน่ใจว่าโครงสร้างได้รับการติดตั้งอย่างถูกต้องและมั่นคง การใช้เทคนิคการประกอบที่เฉพาะเจาะจงสำหรับการติดตั้งโครงสร้างทรงโค้งหรือทรงวงกลม การติดตั้งเซ็นเซอร์ตรวจจับการสั่นสะเทือนหรือการเคลื่อนไหวบนโครงสร้างที่สูงเพื่อเตือนให้ทราบถึงความเสี่ยงของการลื่นหรือความไม่มั่นคง

5) การสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ใช้และผู้ให้บริการ โครงสร้างบูธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ทั้งสองฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี รวมถึงการสื่อสารอย่างชัดเจน ตรงประเด็นระหว่างผู้ใช้และผู้ให้บริการช่วยให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจความต้องการ ความคาดหวังของกันและกัน เช่น การจัดประชุมร่วมกับลูกค้าก่อนการติดตั้งบูธเพื่อหารือเกี่ยวกับการออกแบบ ความต้องการด้านฟังก์ชัน และปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากนี้ การให้คำแนะนำและข้อเสนอ ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำและข้อเสนอที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า อาทิ การแนะนำวัสดุใหม่หรือการออกแบบที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เพื่อเพิ่มความโดดเด่นและความทันสมัยให้กับบูธ ตลอดจนการอัปเดตการออกแบบและการใช้วัสดุใหม่ๆ เช่น การนำเข้าวัสดุที่มีคุณสมบัติพิเศษ วัสดุที่มีน้ำหนักเบาแต่มีความแข็งแรงสูง หรือการใช้การพิมพ์สามมิติเพื่อสร้างองค์ประกอบตกแต่งที่เฉพาะเจาะจงการพัฒนาโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ที่มีความทันสมัยและหลากหลายมากขึ้น เป็นต้น ตลอดจนการใช้โครงสร้างแมกซ์ิม่าที่มีความแข็งแรงและขนาดใหญ่กว่าเดิม

4.3 แนวทางการเพิ่มมูลค่าและการนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ จากมุมมองและประสบการณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

4.3.1 มุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในงานแสดงสินค้า โดยเฉพาะผู้เข้าชมงาน (Visitor) และ ผู้ออกงานแสดงสินค้า (exhibitor)

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของเจ้าของงานมองบูธระบบบูธ (Booth System) ว่าสะดวกในการทำงานด้วย ได้ผลงานดีในขอบเขตเวลาที่ติดตั้งที่ควบคุมได้ การขนส่งใช้พื้นที่น้อยและช่างทำงานได้สะดวกตอบโจทย์เรื่องดีไซน์ เพียงพอต่อความต้องการได้งานออกมามีคุณภาพลดปัญหาเรื่องความเสี่ยงในการทำงานเกิดความปลอดภัยและวางใจได้ ในมุมมองผู้ออกงาน มองช่างที่ไปทำงานแล้วเกิดความสบายใจว่าผู้รับเหมาทำงานได้มีมาตรฐาน เนื่องจากผู้ออกงานมีประสบการณ์ด้านงานแสดงสินค้าน้อยกว่าผู้จัดงานแสดงสินค้า ผู้ออกงานจึง คาดหวังกับการใช้งานคูหาที่ตัวเองเช่า และมีผู้ออกงานจำนวนหนึ่งที่ไม่เคยใช้ระบบบูธ (Booth System) มาก่อนยังคงเลือกออกแบบโครงสร้างพิเศษที่ใช้ไม้หรือเหล็ก แต่ก็มักมีกลุ่มพนักงานที่มีต้นทุนจำกัด ก็จะมีมักได้รับคำแนะนำให้เลือกใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) โดยผู้ออกงานมักขอผู้รับเหมาในการใช้โครงสร้างใหม่มีรอยน้อยและคาดหวังการใช้เวลารวดเร็วในการติดตั้ง เพื่อให้มีเวลาในการจัดสินค้าในบูธมากขึ้น ความต้องการของผู้ออกงานเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้รับเหมา มีการสร้างอุปกรณ์เสริมจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว ทำให้เกิด ปัญหา และการแก้ปัญหา เปลี่ยนแปลงไป ตามยุค อาทิ การแขวนทีวีและการเก็บความเรียบร้อยของการแขวนทีวีในยุคปัจจุบัน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 (2566) กล่าวว่า “มุมมองของเจ้าของงานมองว่า โครงสร้าง System ได้ตั้งมาตรฐานการจัดงานเอาไว้อย่างแข็งแรง เพราะตอบโจทย์งานแสดงสินค้า มาโดยตลอดโดย

เฉพาะงานที่ต้องติดกับคนจำนวนมาก 2-500 คน โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) คือตัวโครงสร้างมาตรฐานที่ช่วยเหลือให้งานลุล่วง สามารถนำมา ลดงบประมาณไปใช้ในส่วนอื่นเช่นคาเฟ่ งบประมาณส่วนประชาสัมพันธ์ การตลาด นำโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) มาสร้างส่วนเก็บของ ชุมทางเข้า และใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ทดแทนในส่วนที่ต้องการเร่งประหยัดเวลาได้ผลลัพธ์ออกมาใกล้เคียงกัน มุมมองผู้ประกอบการ จะเห็นได้ชัดในส่วนของผู้เริ่มต้นมาออกงานแสดงสินค้าเพราะเป็นโครงสร้างที่ช่วยผู้ออกงานควบคุมงบประมาณได้ได้ทดลองตลาด ทดลองการออกงานแสดงสินค้า โดยไม่ใช้ค่าใช้จ่ายสูงเกินไปอีกทั้งออกแอกไนเซอร์ สามารถตอบสนองใน การทำ การใช้งานประเภทต่าง ๆ อาทิ รวบรวมผ้าติดจอยทีวี ไม่ต้องนำรวบรวมมาเองแขวนโชว์ชุด เจ้าสาวอินเดีย ที่มีความสูงเป็นพิเศษและไม่มีรวบรวมชนิดนี้ในตลาดก็สามารถสร้างใหม่ได้ใช้พื้นที่ จัดการน้อยรวมถึงการใช้งานในกลุ่มงานแสดงสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 (2566) กล่าวว่า “ผู้จัดงาน ชอบใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) เนื่องจากใช้เวลาน้อยไม่มีผู้เสี่ยงไม่ตั้งราคาดีช่างแก้ไขเซอร์วิสได้เลยน่าจะชอบที่ปัจจัยด้านราคาที่สุด ผู้ออกงานหรือเจ้าของบูธน่าจะชอบเหมือนกันเนื่องจากสั่งปรับหน้างานได้ตามสบาย เฉลี่ยแล้ว 10 บูธ จะมีการปรับหน้างานประมาณ 3-4 บูธ ลูกค้าชอบการบริการที่สุด เนื่องจากไม่ตายตัวสั่งปรับหน้างานได้สะดวกไม่เหมือนโครงสร้างไม้หรือเหล็กที่ปรับอะไรไม่ได้โดยเฉพาะชั้นวางของที่ปรับขึ้นลงได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 (2566) กล่าวว่า “ผู้จัดงานอยากได้บูธสวย งานสวย ก่อสร้างได้ทันเวลา เสร็จงานก่อนเวลา มีความแข็งแรง ไม่เกิดอุบัติเหตุราคาดี หรือยิ่งถูกก็จะยิ่งดี ซึ่งทั้งหมดนี้ระบบบูธ (Booth System) ตอบโจทย์ สำหรับผู้ออกงาน ต้องการโครงสร้างที่มีความสวยงามเสร็จทันเวลา อยากมาถึงและรีบจัดบูธสินค้าให้เสร็จ เตรียมตัวได้รวดเร็ว ลูกค้าที่มาประจำบูธมักไม่ใส่ใจรูปแบบ

ของบูธแต่ใส่ใจที่รายละเอียดการขายสินค้าซึ่งเป็นคุณสมบัติหลักของโครงสร้างระบบบูธ (Booth System)”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้ออกงานแสดงสินค้าเขาไม่มีปัญหาเกี่ยวกับระบบบูธ (Booth System) ส่วนใหญ่มีปัญหาที่บังของของตัวเอง ส่วนใหญ่ไม่ได้มีสิทธิ์เลือกต้องทำตามกฎของงานและด้วยงบที่จำกัดก็จบลงด้วยกับระบบบูธ (Booth System) รวมถึงกลุ่ม พาวิลเลียน ที่ต้องทำตามกฎส่วนกลุ่มพื้นที่เปล่าใช้นักออกแบบ ของตัวเอง ก็จะใช้เวลาทำงานกับการออกแบบค่อนข้างมาก และมักจะขอผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) ที่ได้รับการแนะนำ มาใช้สิทธิ์ในการแข่งขันก่อสร้าง งานกลุ่มเครื่องจักร เป็นกลุ่มที่นิยมใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) เพราะรู้สึกว่าจะไม่ได้ให้ ความสำคัญกับโครงสร้างเพราะไม่เกี่ยวข้องกับการขายเครื่องจักร และไม่จำเป็นต้องจ้าง ผู้รับเหมาอย่างเป็นทางการ (Official Contractor) เจ้าผู้รับเหมาภายนอกก็เพียงพอ ซึ่งอาจให้ความสำคัญแค่ เคาน์เตอร์สวย ๆ ซึ่งใช้งานไม่ทำมีจอใหญ่โต๊ะเก้าอี้สวยๆในการเจรจาธุรกิจก็เพียงพอ งานที่แตกต่างกันก็มองเห็นคุณค่าของระบบบูธ (Booth System) แตกต่างกัน เช่นงานขายภาพลักษณ์ก็มีงบประมาณเพื่อว่าจ้างการออกแบบที่สวยงามส่วนถ้าเป็นงานมีงบประมาณน้อยก็ใช้โครงสร้างราคาต่ำได้ในมุมมองของผู้จัดงาน มักจะผูกกับผู้รับเหมาที่มีคุณภาพมีบริการที่ดีทำงานง่ายมีคุณภาพเขามีลิมิตในการทำงานเวลาคนเวลาการเตรียมงานจึงไม่สามารถใช้เวลาสูญเสียไปกับการเลือกใช้ระบบบูธ (Booth System) เพราะข้อตกลงในธุรกิจแล้วแต่ประเภทของงานด้วย การเปรียบเทียบการใช้ระบบบูธ (Booth System) ใช้ถอดเก็บสร้างใหม่ ถ้าเป็นไม่ใช่ยกเก็บยกมาใช้ใหม่”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้จัดงาน 1) โครงสร้าง System ทำงานได้เร็วกำหนดเวลาได้แน่นอนราคาไม่สูงมาก ทำแบบง่าย 2) ทดแทนอย่างอื่นได้ดีถ้ารู้วิธีออกแบบอะไรได้เยอะมาก 3) ต้องให้ระยะเวลาในการทำงานด้วยมากกว่านี้ให้เวลาออกแบบเยอะขึ้นงานจะได้ประณีต

และมีความคิดสร้างสรรค์ได้มากขึ้น ในมุมมองของผู้ออกการแสดงสินค้าถ้าช่างทำงานโอเค ลูกค้าก็พอใจ ได้งานลูกค้าขอปรับเปลี่ยนอะไรก็ง่ายตอบสนองความต้องการ ลูกค้าชินกับการใช้ System เดิม ๆ ไม่อยากเปลี่ยนอะไรเพราะต้องเพิ่มต้นทุนไม่ทราบความเปลี่ยนแปลงอะไร”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 (2566) กล่าวว่า “ผู้ชมงานแสดงสินค้า น่าจะมีมุมมองว่างานไม่ค่อยสร้างสรรค์ แต่การเอา Concept เรื่อง Sustainability มาสื่อสารว่าไม่ได้ใช้วัสดุสิ้นเปลืองก็จะทำให้งานนี้ออกมาเป็นที่ยอมรับได้คนคิดว่าระบบบริจิตและเซยแต่ก็เอามาสร้างสรรค์ให้ได้ว่า หักล้างความคิดเดิม ๆ ได้ สำหรับผู้ออกงานแสดงสินค้า พวกงานแสดงสินค้าลดขยะ ลดระยะเวลาการก่อสร้างต้นทุนที่มีรูปแบบที่ปรับเปลี่ยนได้หน้างาน ความไม่เข้าใจของผู้จัดงานและผู้ออกงานที่ไม่รู้ว่า System นี้สร้างสรรค์ได้มากน้อยแค่ไหนและอัตราส่วน 60 และ 40 เริ่มยอมรับมากขึ้นและ แม็กซิมา ก็มาแทนที่ได้หลายอย่างมากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 (2566) กล่าวว่า “เนื่องจากเวลาที่เรามีทางเลือกให้ ผู้ออกงานแสดงสินค้าจะเลือกทางเลือกที่อยู่ใน budget ก่อน ใครที่เน้นความสวยงามเขาก็จะลงทุนเพิ่มเช่นซื้อพื้นที่เปล่ามาทำออกแบบเฉพาะหรือ Custom Design และ Custom Built ใส่เข้าไปใครที่ cost concern ก็ควบคุมงบอาจจะเลือกใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) หรือ แม็กซิมา สำหรับผู้จัดงานไม่ใช่กลุ่มที่ใส่ใจกับวัสดุของคุณหามาตรฐานนะแต่ถ้าเดินผ่านๆคุณหาสวยๆก็มักจะแสดงพฤติกรรมถ่ายรูปเก็บไว้ ผู้เข้าชมงานไม่ค่อยแสดงความคิดเห็น ใดๆ ผู้ชมงานแสดงสินค้ามาเดินดูจุดประสงค์ดังนี้ 1) มาดูสินค้าและบริการที่จะแสดง 2) มาฟังสัมมนาความรู้ เวิร์คชอป ปฏิบัติการเพิ่มความรู้ความสามารถ สร้างเครือข่าย กับคนในวงการ ดังนั้นผู้มาเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าก็เลยไม่ค่อยให้ความสำคัญกับโครงสร้างมาตรฐานเพราะเป็นเพียงแค่ส่วนประกอบ สำหรับผู้รับเหมาก่อสร้างก็พิจารณาว่าโครงสร้างนั้นสะดวกเรียบร้อยก่อสร้างได้มาตรฐานหรือเปล่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้เดินเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า บูธ System ดู ราคาถูก ทำให้ภาพรวมของงานดูเป็นงานที่ไม่ได้ทุ่มเทงบมากนักให้ภาพลักษณ์ของงาน ขนาดเล็กแต่คนที่ชื่นชอบความชัดเจนใน Sustainability จะชอบใช้ System เป็นหลักในมุมมองของผู้ออกงานแสดงสินค้า งานเทคโนโลยีต่างๆลูกค้าจะไม่ชอบใช้ระบบบูธ (Booth System) เลย เนื่องจากไม่ได้ภาพลักษณ์งานที่หรูหรา ด้วยไม่ควรใช้ระบบบูธ (Booth System)”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้เข้าชมงาน การใช้โครงสร้าง System ไม่ค่อยส่งผลมากนัก เนื่องจากผู้เข้าชมงานมักดูงานในด้าน Showcase มากกว่าไม่ได้สนใจที่โครงสร้างการใช้โต๊ะมีของโชว์และตอบโจทย์ต่างๆได้เป็นเรื่องสำคัญ ยกเว้นแต่ว่าบูธใหญ่ที่ออกแบบได้สวยๆ ก็ จะดึงดูดในด้านของการออกแบบ ส่วน บูธขนาดเล็ก แค่มือของโชว์ครบ ป้ายชื่อชัดเจน มี wrap inkjet สวยก็พอใจ โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ก็มีปัญหาที่ผู้เข้าชมงานเห็นได้คือ โครงสร้างเก่าเป็นรอยขีดข่วนสีเทาดูเบสิคทำให้เวลามีรอยแล้วงานไม่เนียบ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 (2566) กล่าวว่า “โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ถือเป็นโครงสร้างพื้นฐาน อันดับต้นๆใน การจัดงานโดย กลุ่มเจ้าของงานและผู้ออกงานแสดงสินค้าพยายามใช้โครงสร้างนี้ให้ดีขึ้นจากรากฐานราคาที่ถูก มาปรับให้ดูดีขึ้นอัปเกรดผู้จัดการเองก็ขายบูธได้แพงขึ้น และมีแบบที่ตีรวมถึงลูกเล่นเช่นการเปลี่ยนสี หรือ ทำสีถาวร เพื่อ ตอบสนอง ผู้มาเดินทางหรือผู้ออกงาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้ออกงานแสดงสินค้า ลูกค้าจะมีหลายเกรด เช่นเกรดบริษัทออกแบบ ซึ่งระบบบูธ (Booth System) ถือว่าเพียงพอเนื่องจากจุดประสงค์คือ เขามาตั้งบูธเสนอ ข้อมูลเป็นหลัก 2 เกรด บริษัทขายวัสดุที่ต้องการความโดดเด่นสำคัญมากก็จะพยายามหลบโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) มาใช้เป็นโครงสร้างพิเศษที่ออกแบบได้

เฉพาะเจาะจงของตัวเอง 3 กลุ่มลูกค้าใหม่ที่ไม่ว่าใช้งบประมาณเกินไปประเมิณงบประมาณไม่ถูก ก็
จะมาใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System)เนื่องจากมั่นใจในงบประมาณได้ สำหรับผู้เข้าชมงาน
ขนาดของบูธในงานนี้จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือคือ บูธใหญ่ก็ดูน่าเชื่อถือมากซึ่งต้องไม่ใช่ระบบบูธ
(Booth System)”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 (2566) กล่าวว่า “ในทุกครั้งมันมักเป็นตัวเลือกสำเร็จรูปให้ผู้จัดงานออกแ
ในเซอร์ ซึ่งหลีกเลี่ยงฟอร์มตายตัวของมันยากเป็นรูปแบบโครงสร้างที่มีหน้าตาคงที่ ข้อดีคือคุ้ม
งบประมาณให้กับออกแในเซอร์และควบคุมเวลาสร้างให้น้อยลงสะดวกสบายในมุมมองของผู้ออกรงาน
ง่ายสะดวกแค่ถือกระเป๋าเดินเข้ามาเลยแบบไม่มีอะไรเลยความคาดหวังความหรูหราไม่ได้ก็ต้องจ่าย
เพิ่มเองที่ออฟเองเพื่อสร้างความแตกต่างอาชีพสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์หลายๆอย่างบูธ
สวยงามเป็นจิตวิทยาในการทำงานสำหรับผู้เข้าชมงานตื่นตื่นกว่าเวลาเห็นบูธพิเศษเขาจะรู้สึกว่
เจ้าของงานตั้งใจจริงในการจัดงานจริงๆหรือเปล่า สร้างความประทับใจให้ผู้เข้าชมงานจริงๆหรือ
เปล่า คุณค่าของงานก็จะเกิดขึ้นจากความ ตั้งใจนำส่งข้อดีของมันให้ชัดเจน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้ออกรงานแสดงสินค้า ลูกค้าโอเคกับ
ราคา ชอบเวลาที่น้อยลงแต่ทำใจกับแบบ งบน้อยก็พยายามแก้ไขให้ได้ โครงสร้างปรับเปลี่ยน
เพิ่มเติมมีการชิงผ้า เพิ่มที่ฟังก์ชันต่าง ๆ ก็คือใช้ระบบบูธ (Booth System) ธรรมดาตอบโจทย์ได้
ทั้งหมด ในมุมมองของผู้มาเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า บูธปกติถ้าเพิ่มกราฟิกรายละเอียดอื่น ๆ ก็ดึงดูด
ลูกค้าได้ตัวโครงสร้างถ้าไม่ตกแต่งอะไรเลยก็คงธรรมดาตามาก ๆ เห็นบ่อยโครงสร้างผนังป้ายชื่อค่อนข้าง
จะเคยชินและไม่รู้สึกพิเศษอะไรในกลุ่มงานท่องเที่ยวเที่ยวเมืองไทยลูกค้าไม่ได้สนใจที่โครงสร้างสนใจ
แต่ตัวสินค้าและโปรโมชั่นในงานมากกว่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของการแสดงสินค้าลูกค้าทราบดีอยู่แล้วว่า ต้องการอะไรการใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) แต่ขอเพิ่มเติมเช่นสื่อ Media Inkjet และ อุปกรณ์อื่นๆเสริมต่างๆใจของลูกค้าอยากให้บูธโดดเด่นดูดีซึ่งเขาก็เพิ่มอิงค์เจ็ท โลก بوك โลกโก้เพื่อให้ สวยขึ้นซึ่งปริมาณของลูกค้ากว่า 50% มักจะขอเพิ่มเติมเพื่อให้บูธดูพิเศษลูกค้าทำที่นิยมใช้จะมี ปัจจัยจาก 1) งบที่จำกัด 2) งานบังคับเช่นต้องเป็นกลุ่ม pavilion โครงสร้างแบบเดียวกัน 3) ทุกๆบูธ ต้องมีหน้าตาเหมือนกันไม่เกินเลยกันไป ลูกค้ามักจะมีประสบการณ์ใช้ระบบบูธ (Booth System) และเกิดความพึงพอใจ เข้าใจถึงข้อดีข้อเสียและไม่ได้เปลี่ยน ในฐานะผู้เข้าชมงานวัดลำปากว่าผู้ชม งานแสดงสินค้าจะชอบหรือไม่ชอบ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองผู้จัดงานอย่างอแกไนเซอร์ โครงสร้าง System ให้ภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งตอบโจทย์แต่ผู้จัดงานไม่ต้องการใช้เงินลงทุนเยอะ ดังนั้นในการสร้าง Lounge จุดลงทะเบียนจึงใช้โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) เป็นหลักผสมกับสีที่หลากหลายกัน ซึ่งผ้าปิดผิวพรรณสวยๆก็ถือว่าเพียงพอ ผู้จัดงานมักจะให้ความสำคัญกับการสร้างกำไรในการจัดงาน การควบคุมเวลาการทำงาน ซึ่งถือว่าระบบบูธ (Booth System) ตอบโจทย์ในมุมมองของผู้จัดงาน แสดงสินค้ามักจะให้ความสำคัญกับความสะอาดบริการที่ดีซึ่งได้จากระบบบูธ (Booth System) โครงสร้างไม่ซับซ้อนใช้งานได้ครบถ้วนพอเพียง มีราคาที่มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ได้ชัดเจน เป็นข้อดี ที่ถูกต้อง การจากผู้จัดงานแสดงสินค้าแต่ปัญหาก็คือแบรนด์ใหญ่ไม่ใช้เนื่องจากไม่ตอบโจทย์แบรนด์ เล็กและกลาง ก็มักจะถูกแนะนำว่าอย่าทำเป็นโครงสร้างไม้หรือเหล็กให้ทำเล็กดีกว่าตอบโจทย์กับ ระบบบูธ (Booth System) เพราะควบคุมง่ายจบเร็วเข้าพื้นที่และเสร็จงานได้เร็ว มักแก้ปัญหาด้วยการจ้างเจ้าหน้าที่พิเศษเป็นเจ้าหน้าที่ตรวจสอบอินสเปกเตอร์ในการตรวจสอบผู้รับเหมาอีกทีหนึ่ง

เวลาที่มีจันทร์จัดงาน 4-500 บูธ ซึ่งทำให้ผู้ออกงาน ทำงานได้อย่างราบรื่นและงานในภาพรวมออกมา มีประสิทธิภาพ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้จัดงานการใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมและ แม็กซิมา ขายได้ดีเอาวัสดุอื่น ๆ มาผสมทำให้เกิดสิ่งอื่นใหม่แต่สำคัญคือต้องอยู่ในงบที่จำกัดในส่วน เต้นๆ ส่วนที่ค่อนข้างอยู่ก็ยังคงเป็นระบบได้ กลุ่มที่ไม่ให้ความสำคัญ เช่น งาน Pet Fair สัตว์เลี้ยง Baby Best Buy ขายอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับเด็กก็จะใช้ในรูปแบบโครงสร้างล้วนบวกแค่อิงค์เจ็ทก็เพียงพอ ในมุมมองของผู้ออกงานแสดงสินค้าราคาถือเป็นประเด็นหลักที่เขาใช้ระบบบูธ (Booth System) เลย ก็เพราะราคาถูก การใช้งานหรือฟังก์ชันต้องตอบโจทย์ เหตุผลที่คนมาออกงานแสดงสินค้าความ สวยงามถือว่าเป็นโบนัส ต้องสวยเท่าที่จะพอทำได้ หาโครงสร้างใหม่ๆ สะอาดมาใช้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 18 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้จัดงาน แบบยังไงไม่เวิร์คแต่ดูราคาถูก สวยคุ้มค่าราคาถูกอยู่ในงบประมาณที่กำหนดให้ความรวดเร็วในการจัดการเช่าสถานที่น้อย และตอบ โจทย์ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ในมุมมองของผู้ออกงานแสดงสินค้าถ้าเขามีงบเขาก็มักไปบูธ ไม้ งบประมาณถ้าบต่าๆ ก็เลือกระบบ เป็นแบบต้น ๆ สร้างได้รวดเร็ว ขอดูเพิ่มขอชั้นปรับระดับง่าย อยู่ที่ดีไซเนอรรอออกแบบเรียบร้อยเรื่องราวเอาโครงสร้างบวกกรอบวัสดุเสริมมาต่อทำให้ ออกแบบได้ตอบ โจทย์ของแบรนด์มีความแข็งแรง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 19 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้จัดงาน โดยเฉพาะจากต่างประเทศ เลือกใช้โครงสร้างชนิดนี้เพราะไม่ว่าจะประเทศไหนหน้าตาและคุณภาพได้เหมือนเดิม อีกมุมมองหนึ่ง คือความซ้ำความเคยชินทำตามวัฒนธรรมของเขา คนที่ใช้อะไรแตกต่างกันก็จะดูไม่มีคุณภาพดูเป็น OTOP ในมุมมองของผู้ออกงานแสดงสินค้า งานที่ไม่ได้ต้องการแบรนด์ความต้องการไม่เหมือนใคร

หรืองานกลุ่ม B2B, B2C ที่สนใจแค่ฟังก์ชันไม่ได้สนใจเรื่องหน้าตาที่เหมาะสมกับการใช้โครงสร้างชนิดนี้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 20 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของลูกค้าบูธ Special คือลูกค้ามีความอิสระในการออกแบบที่จะนำเสนอภาพลักษณ์สามารถสร้างขนาดใหญ่มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนตกแต่งเองได้ สำหรับบูธมาตรฐานลูกค้าที่ต้องการพื้นที่เนื้อหาเพื่อทำ การนำเสนอ (presentation) หรือขาย อุปกรณ์เล็กๆต้องการพื้นที่เพื่อสำหรับการพูดคุยหรือมาเข้าร่วมงานไม่ได้ต้องการขาย ภาพลักษณ์ใดๆ มากนักอาจต้องการอุปกรณ์เสริมเช่นเครื่องเสียงหรืออุปกรณ์ในการสื่อสารทำธุรกิจและมิงงบประมาณที่จำกัดในการออกงาน ผู้จัดงานจำเป็นต้องมี การตอบสนองทั้ง 2 รูปแบบเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้ามีโอกาสให้ลูกค้าเข้าร่วมงานและความต้องการที่แตกต่างให้ลูกค้าเลือกได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 21 (2566) กล่าวว่า “ผู้จัดงาน ด้วยงบที่จำกัดโครงสร้าง System ช่วยได้เยอะมาก ลูกค้าไม่ต้องการเอาอะไรกลับไม่ต้องการสร้างภาระขนส่งง่ายสะดวกสามารถออกงานต่างประเทศขนโครงสร้างไปด้วยได้ เป็นโครงสร้างที่ถือว่ามาตรฐาน ทั่วโลก ในมุมมองของผู้เดินทาง โครงสร้าง System ตอบโจทย์ระดับหนึ่ง อาทิ งานขายเครื่องจักร ซึ่งยอมรับโครงสร้าง System มาตั้งงานครบสินค้าการให้บริการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ในบูธถือว่าเพียงพอ ชูให้เครื่องจักรที่ตั้งอยู่เด่นมีป้ายเพียงพออะไรที่อยากให้ดู อ่อนหวานหรือซอฟ เช่นงานเครื่องสำอางงานสวน ตัว System จะดูแข็งเกินไปเช่นตัวอย่างงาน in Cosmetic ไม่เหมาะ ซ่อนไฟไม่ได้ต้องเอาโครงสร้างไม้มาช่วยเพิ่มในแบบตู้โชว์ไม่สวยต้องออกแบบเป็นตู้ไม้เฉพาะ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 22 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองของผู้เดินทาง ไม่ได้รู้สึกมากนักกับโครงสร้าง บูธลูกค้าพอที่จะคาดหวังและคาดการณ์ได้ว่าจะเจอกับอะไร ชื่องานสถานที่บอกความคาดหวังให้กับ

ลูกค้าได้ลูกค้าไม่ได้สนใจที่โครงสร้างแต่สนใจที่เนื้อหาออนไลน์ (Content) ลูกค้าไปเดินงานสถาปนิก ก็คาดหวังว่าจะเจอบรูสสวยๆลูกค้าไปเดินงานบ้านและสวนก็ดู เนื้อหาออนไลน์ (Content) มากกว่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 23 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองผู้เดินงานเข้าชมงานโครงสร้าง System ไม่ได้อยู่ข้างหน้ารูปแบบบูธมันเรียบง่ายไม่ดึงดูดเสียเปรียบและมีการเสียโอกาสจากลูกค้าทั่วไปที่มาเดินงานตัวลูกค้าเองอาจจะไม่ได้ซีเรียสเรื่องภาพลักษณ์ มาเดินเพื่อเลือกซื้อของและไม่ได้สนใจ อะไร

ในมุมมองของผู้ออกงานแสดงสินค้าการที่รูปแบบโครงสร้างที่ดีก็จะดึงดูดลูกค้าได้ดีกว่า การออกแบบ ที่ คล้ายกัน เกินไป บูธพิเศษก็จะได้พื้นที่ที่ดีกว่ามักอยู่ด้านหน้าการทำห้องสต็อกลง ตัวกว่าโชว์ของได้ลงตัวกว่าแต่โครงสร้างระบบ ยังตายตัวกับรูปแบบการออกแบบแบบนี้โดยเฉพาะ การเจรจาธุรกิจที่คำนึงถึงภาพลักษณ์โดยตรงทุกคนอยากได้บรูสสวยแต่ก็มีความจำเป็นจะต้องเอางบประมาณ ต้นทุนมาคำนวณด้วยว่าคุ้มไหมในการ จ่ายว่าจะได้ผลตอบแทนและความคุ้มค่าหรือเปล่า”

มุมมองของผู้จัดงาน สามารถอธิบายบทสัมภาษณ์ตามลำดับผู้ให้ข้อมูลหลัก 1-23 ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

การใช้โครงสร้างบูธอลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้ามีประโยชน์มากทั้งในด้านความสะดวกสบาย ประหยัดงบประมาณ และความมั่นคงและปลอดภัย

1. โครงสร้างบูธอลูมิเนียมช่วยให้สามารถติดตั้งและถอนได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาไม่ถึงหนึ่งวัน ช่วยลดเวลาในการเตรียมงานและขนส่ง ช่วยให้การจัดงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และลดความยุ่งยากในการจัดการโลจิสติกส์ เช่น การขนย้ายวัสดุ

2. โครงสร้างนี้ช่วยลดต้นทุนในการจัดตั้งบูธ ทำให้เงินงบประมาณสามารถนำไปใช้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดได้ ช่วยให้เจ้าของงานสามารถจัดสรรงบประมาณไปในส่วนที่สำคัญอื่นๆ ได้มากขึ้น และเพิ่มคุณภาพของงาน

3. โครงสร้างบูธออลูมิเนียมที่มีการติดตั้งอย่างมั่นคง และมีมาตรการความปลอดภัย ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับทั้งผู้จัด และผู้เข้าชมงานว่างานจะจัดขึ้นได้อย่างปลอดภัย และมีคุณภาพ

มุมมองของผู้จัดงานแสดงสินค้า สามารถอธิบายบทสัมภาษณ์ตามลำดับผู้ให้ข้อมูลหลัก 1-23 ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

การใช้โครงสร้างบูธออลูมิเนียมมาตรฐานนั้นได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้จัดงานในงานแสดงสินค้าด้วยหลากหลายเหตุผล ดังนี้

1. ผู้จัดงานสามารถปรับเปลี่ยนหน้าตาบูธได้อย่างอิสระเพื่อสร้างความโดดเด่นและเฉพาะตัวให้กับแบรนด์ของตน โดยใช้โครงสร้างออลูมิเนียมที่สามารถปรับแต่งได้ง่าย ช่วยให้ผู้จัดงานสามารถสร้างบูธที่สะท้อนค่านิยมและความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์

2. ผู้จัดงานที่มีงบประมาณจำกัดพบว่าการใช้โครงสร้างออลูมิเนียมเป็นทางเลือกที่คุ้มค่า ทั้งในเรื่องของต้นทุนและความสะดวกในการติดตั้ง เพื่อให้ผู้จัดงานสามารถจัดสรรงบประมาณไปยังด้านอื่น ๆ เช่น การตลาดหรือการสร้างสรรคสินค้า เป็นต้น

3. ผู้จัดงานที่ต้องการการออกแบบที่เฉพาะเจาะจงอาจพบว่า โครงสร้างออลูมิเนียมมีข้อจำกัด และต้องค้นหาทางเลือกอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการออกแบบที่สูง ช่วยเสริมความตระหนักในเรื่องการเลือกโครงสร้างบูธที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละงานมุมมองของลูกค้า

โครงสร้าง System ในงานแสดงสินค้ามีความสำคัญและได้รับการยอมรับในหลายมิติ แต่ละกลุ่มมีความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ความสะดวกในการติดตั้ง ความปลอดภัย ความคุ้มค่าในงบประมาณ ไปจนถึงความต้องการด้านการออกแบบที่เฉพาะเจาะจง การใช้โครงสร้างนี้จึงต้องพิจารณาถึงความต้องการที่หลากหลายและหาทางออกที่สามารถรองรับความต้องการของทุกฝ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มุมมองของผู้เยี่ยมชมบูธ สามารถอธิบายบทสัมภาษณ์ตามลำดับผู้ให้ข้อมูลหลัก 1-23 ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

มุมมองโดยรวมแสดงให้เห็นว่าผู้เยี่ยมชมสนใจในเนื้อหาและสินค้าที่จัดแสดงมากกว่า โครงสร้างของบูธเอง บูธที่มีการออกแบบพิเศษอาจดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจได้มากกว่า บางกลุ่มมีความสนใจในความสร้างสรรค์และภาพลักษณ์ของบูธ โดยเฉพาะบูธที่สามารถนำเสนอความโดดเด่นเฉพาะตัวหรือภาพลักษณ์แบรนด์ได้ชัดเจน

4.3.2 อนาคตของการใช้โครงสร้างบูธออลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้า

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 (2566) กล่าวว่า “ อนาคต การเกิดใหม่ของผู้จัดงานแสดงสินค้าทำให้มีความต้องการ โครงสร้างระบบบูธ (Booth System) มาตรฐานจำนวนมากขึ้น มีการสร้างรูปแบบโครงสร้างและเพิ่มจำนวน มากขึ้น มีการ ปรับปรุงรูปแบบการขนส่งเพื่อให้ขนไปยังพื้นที่ต่าง ๆ เช่นต่างจังหวัดได้สะดวกขึ้น ปัจจุบันการหุ้มสติ๊กเกอร์ลายไม้และวัสดุอื่น ๆ อาทิ Mirror Flex เป็นที่นิยมจากพวกรงานแสดงสินค้า และมีอุปกรณ์เสริมมากขึ้นเช่นฉากรับป้ายงานพิมพ์กล่องไฟระบบลิ้อคที่

ทำงานได้สะดวกขึ้นทุกวันนี้เรายังใช้โครงสร้าง Octanorm ได้ไม่เต็มที่ กลับต่างประเทศที่มีองศาให้
เลือกได้ หลากหลายกว่า คูหามาตรฐานที่หน้าตาเหมือนกันน่าจะลดน้อยลงและมีแบบเฉพาะทางมาก
ขึ้น โครงสร้างไม้ที่ใช้สำหรับการก่อสร้างบูธแสดงสินค้าจะถูกทดแทนด้วยโครงสร้างบูธมาตรฐานแบบ
Pavilion มากขึ้นเพราะ การแก้ไขข้อจำกัดอาทิการทำงานรวดเร็วเป็นระบบลดเวลาที่ไม่จำเป็น
ออกไป แนวทางของผู้ออกงาน น่าจะ มีกลุ่มที่ ลดการออกแบบน้อยลงแต่ไปเน้นที่กิจกรรมทางการ
ตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้น อนาคตการใช้งานระบบบูธ (Booth System) มากขึ้นอาทิงาน
โปรแพ็คปัจจุบันมีบูธคูหามาตรฐาน 3 x 3 น้อยกว่า 100 บูธ แต่มีบูธโครงสร้างระบบบูธ (Booth
System) เสริมออกแบบพิเศษมากกว่า 300 บูธ รวมถึงอุปกรณ์ เสริมเช่น เวทีเพดานผ้า ที่สร้างจาก
โครงสร้าง System งาน OTOP ยังเป็นตัวอย่างที่สำคัญของ การใช้คูหามาตรฐานในรูปแบบเดิมซึ่ง
เพียงพอต่อความต้องการโดยบูธไม้ได้เน้นไปที่ดีไซน์แต่เน้นที่จำนวน อนาคต ปัจจัยด้านความยั่งยืน
จะส่งผลให้มีการใช้ระบบบูธ (Booth System) มากขึ้น บูธขนาดใหญ่เช่นบูธขนาด 6 x 18 จะสร้าง
ความแตกต่างในด้านการผลิตขยะ อย่างเห็นได้ชัดระหว่างการใช่โครงสร้างระบบ และโครงสร้างไม้
และเหล็กที่สร้างขยะจำนวนมาก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 (2566) กล่าวว่า “อนาคตคาดว่าจะมีการใช้งานระบบบูธ (Booth
System) มากกว่าเดิมและพัฒนาโครงสร้าง วัสดุและการใช้งานไปได้ไกลกว่าเดิมอาจมีข้อต่อชนิดใหม่
ซึ่งตอบสนองการออกแบบของดีไซน์เนอร์มากขึ้นการสร้างโพเดียมโครงแขวนสินค้า และอุปกรณ์เสริม
อื่นๆตามประเภทงาน และความต้องการที่แตกต่างกันไปข้อจำกัดของระบบจะน้อยลงจากวัสดุเสริม
ความแข็งแรงอาทิข้อต่อเสาคานประเภทต่าง ๆ ที่น่าจะจะมีมากขึ้น รุ่นใหม่ๆในปัจจุบันที่เอาค้อนตีก็
ไม่พังเด็กสามารถจับได้ ดูแล่ง่ายและเป็นรอยมากขึ้น วัสดุอลูมิเนียมในปัจจุบันถือว่าตอบโจทย์มาก
เนื่องจาก น้ำหนักเฉลี่ยยังน้อยกว่าโครงสร้างเหล็ก มีการอบสีเป็นระบบบูธ (Booth System) สีต่าง ๆ

หรือมีการช้อนหลอดไฟ และพัฒนาโครงสร้างหลักคือเสาและคาน เพื่อให้โครงสร้าง หรือการติดตั้งมอเตอร์เข้าไปเพื่อให้เสาและคานหมุนได้โดยยังคงปัจจัยที่สำคัญคือปัจจัยด้านราคาไม่สูงจนเกินไป และ ระยะเวลาในการทำงานได้อย่างรวดเร็วเป็นจุดเด่น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 (2566) กล่าวว่า “อีก 5 ปี ระบบบูธ (Booth System) น่าจะพัฒนามีตัวเอียงตัวเฉียงมากขึ้น อย่างแน่นอนเพราะความถี่ของดีไซน์ในลักษณะนี้มีมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดแต่ยังคงใช้เป็นวัสดุอลูมิเนียมอยู่เนื่องจากแข็งแรงทนทานคนใช้โครงสร้าง System เยอะขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากราคาและการปรับแบบง่ายใช้ควบคู่กับอุปกรณ์อื่น ๆ ง่ายคนเก่งขึ้นช่างมีประสบการณ์แต่อย่างไรก็ตามยังใช้คนเท่าเดิมเนื่องจากมีส่วนของแรงงานด้วยปัญหาพนักงานน่าจะน้อยลงการก่อสร้างตรงกับแบบไม่ต้องคอยสอนเนื่องจากช่างเป็นงานกันทุกคน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตมีอุปกรณ์ใหม่ๆเพิ่มขึ้นมา เพราะมันเหมือนเดิมมานานมากแล้ว เทคโนโลยีใหม่ๆทำให้ระบบ แปลกใหม่ขึ้น ลูกค้าเองตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงคาดว่าอนาคตก็ยังคงเป็นลักษณะนี้วัสดุเช่นอลูมิเนียมยังคงอยู่เนื่องจากมีข้อดีคือไม่เป็นสนิมเบาพกง่าย ใช้คนงานน้อยอุปกรณ์เช่นตู้จัดแสดงสินค้าสามารถเปิดกลางได้เลย แต่ก่อนต้องประกอบเป็นชิ้นตัวล้ออาจเป็นอัตโนมัติ เห็น ตัวอย่างจาก ร้านเฟอร์นิเจอร์ซึ่งเริ่มมีมากขึ้นในปัจจุบัน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 (2566) กล่าวว่า “5 ปีหลังจากนี้โครงสร้างระบบ มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมมากขึ้นบูธมีคุณภาพมากขึ้นมีระบบที่ดีเป็นมาตรฐานผู้รับเหมาไม่ยากเป็นแค่ทำงานระดับล่าง OTOP แต่ก่อนใช้ไฟมาตรฐาน 3 ดวงเพิ่มเป็น 5 ดวงใช้อุปกรณ์ที่ตอบสนองได้มากขึ้นกว่าเดิมมากกว่าแค่โต๊ะ 1 เก้าอี้ 2 งานกลุ่มสิ่งทอต้องการการบริการเช่นต้องมีที่แขวนกล่องที่ตั้งผ้าตั้งให้ด้วยขายแพ็คเกจรูปแบบ ABC มากขึ้นงานขายบูธเป็นแพคเกจ ผู้รับเหมาที่พยายามศึกษาแพคเกจให้เหมาะสม

แต่ละงานงานผนังที่เรียบสนิทก็มีการใช้วัสดุอื่นเช่น Lightbox ผนังโค้งมาเสริมรูปแบบได้มากขึ้นแต่ งานไทยยังไม่มิงบประมาณมากพอที่จะลงทุน เท่าเทียมกับงานต่างประเทศ แนวโน้มของงานชัดเจนใน Beauty ทำให้โครงสร้าง System เกิดความได้เปรียบในการจัดงานการเติบโตเชิงโครงสร้างและเทคโนโลยีพร้อมตอบสนองหรือเรียกง่าย ๆ ว่าถ้าคิดได้ก็ผลิตให้ได้ ทำโครงสร้างเฉพาะเช่นทรงกลมให้ ได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 (2566) กล่าวว่า “อนาคตหลังจากนี้โครงสร้างบุธ System จะเป็น โครงสร้างที่มีความหลากหลายมากกว่า ที่ปัจจุบันลูกค้าขอได้ตายตัว 3,5,6 เมตรแต่จริง ๆ System ทำได้มากกว่านี้ ไม่มีตัวเลขกำหนดลิมิต ในอนาคตอุปกรณ์เสริมจะดีกว่าเดิมสวยกว่าเดิมน้ำตาของ งานยังไม่หนีไปมาก งบยังใกล้เคียงกับปัจจุบันแต่ก็จะกำหนดให้บุธ System ไม่สามารถพัฒนาไปได้ ไกล ความต้องการที่สุตโต่ง เช่นต้องการบุธยาว 15 เมตรก็จะมีอุปกรณ์เสริมเพื่อตอบสนองความ ต้องการด้านนี้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตมีแนวโน้มจะถูกใช้มากขึ้นมีรูปแบบ หลากหลายขึ้นความนิยมก็น่าจะมากขึ้นอาจทำให้ความต้องการมากกว่า Supply ที่มีอยู่ตอนนี้ราคาก็ อาจแพงขึ้นตามโอกาส มุมมองการออกแบบใหม่ๆ งานบ้านและสวนใช้ System ผสมวัสดุอื่น ๆ ก็ ออกมากลืนกับงานได้ดีมาก ๆ ตอนจบงานออกก็ออกมาได้สวย ปัญหาที่ยังไม่ได้อยู่ที่ System แต่อยู่ที่ รูปแบบการออกแบบวิธีการงบประมาณอย่างเป็นเรื่องสำคัญคือราคาถูกแต่ต้องสร้างสรรค์”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตเทคโนโลยีพวกนี้มาจากต่างประเทศไทยเป็น ผู้รับมากกว่าเหมือนเทคโนโลยีอื่น ๆ ในงานแสดงสินค้าเราคงเป็นได้แค่คนรองรับเทคโนโลยี 10 ปีที่ ผ่านมา แม้กซิมา เข้ามาแทนที่ Octanorm ได้ไม่ลง Octanorm ไม่มีทางแทนที่ไม้หรือเหล็กได้ แม้กซิมา อาจจะมีทางเปลี่ยน Octanorm ได้ไม่หายากและราคาแพงเป็นรูแล้วไม่มีใครอยากใช้เอา

เคาน์เตอร์ไม้เก่าๆมาใช้ใหม่ก็เก่าซ่อมยากเสียเงินเหล็กมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าและแพงกว่าการใช้โครงสร้างมาตรฐานมาก ในไอเดียภาพรวมส่วนใหญ่มักจะอ้างอิงจากต้นทุนของงานเป็นหลักอนาคตไม้คงต้องลดลงแน่ ๆ เหล็กก็คง Custom แต่สร้างให้เสร็จที่โรงงานมีความปลอดภัยสูงก่อนยกไปที่พื้นที่หน้างาน ในเชิงรูปแบบไม้เหล็กทดแทนดีไซน์ยังไม่มีอะไรทดแทนได้ถ้าต้องใช้ก็คงมีตลาดที่จำเป็นอยู่แต่ในมุมมองของงบประมาณถ้าทุกคนต้องควบคุมงบประมาณ Octanorm ก็คงเป็นตัวเลือกแรกๆที่คิดถึง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตมีการปรับเปลี่ยนมากขึ้นโครงสร้างบุธ System น่าจะเปลี่ยนไป 1 ในสิ่งที่คิดว่าอยากให้มีคือการยกพื้นสำเร็จรูปเป็นแผ่น 1 x 1 เมตรโมดูลาร์ ซึ่งทำให้สำเร็จรูปมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นการผสมไฟ LED แบบบางมาบิวอินไว้ใน System ได้เลยจะยิ่งช่วยให้ทำงานได้เหมาะสมกับงานแสดงสินค้ามากขึ้นไม่ได้คาดหวังกับตัวโครงสร้างเท่าไรนะแต่อยากให้มีความปลอดภัยมากขึ้นข้อต่อแข็งแรงขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตคงต้อยอดมากกว่าในปัจจุบัน มีวัสดุอื่นๆมาใช้เพิ่มให้เป็นบุธ Upgrade จนสวยมีลูกเล่นอื่น ๆ การใช้สีรวมถึงเฟอร์นิเจอร์ โครงสร้างอาจมีหลากหลายสีในตัวมากขึ้น ผู้รับเหมา หรือคนงานโครงสร้าง System อาจยังขาดสเกลในบางด้าน ซึ่งถ้าช่างเก่งขึ้น ทำงานได้รอบด้านงานในอนาคตน่าจะพัฒนาไปมากขึ้น โครงสร้าง System หากต้องประกอบหน้าบุธหน้างานทั้งหมดในพื้นที่ 100 ตารางเมตร จะใช้คนเยอะมากกว่าโครงสร้างไม้ ถ้าคนเก่งขึ้นก็น่าจะทำได้เร็วขึ้น ในบางกรณีบุธ System ถล่มในห้องประชุมมีคนบาดเจ็บ ทำให้เห็นว่าการใช้โครงสร้าง System ในการก่อสร้างควรจะต้องมี Standard มากกว่านี้มี Engineer ควบคุมหรือบอกค่าต่างๆเป็นตัวเลขที่ชัดเจนได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตคาดว่าจะยังคงเหมือนเดิม เพราะฟังก์ชันการใช้งานมันเพียงพอตอบโจทย์เกือบทุกด้านแล้ว แม็กซิมา เป็นกลุ่มโครงสร้างที่มีความปลอดภัยมากขึ้นมี

การรองรับดีไซน์มากขึ้นมีรูปแบบชิ้นส่วนมากขึ้นลูกเล่นให้ลูกค้าเลือก หลากหลายรูปแบบในอนาคต น่าจะมีการอัปเดต Accessories อาทิการเพิ่มเติมโลโก้บอก ลงไปในโครงสร้างวัสดุทำพื้นหรือยกพื้นที่ ดีขึ้นกว่าเก่า การเคลื่อนย้ายตัวโครงสร้างบุหรือการขนส่งที่ง่ายขึ้น จุดสำคัญคือควรโปรโมทความรู้ ให้คนรู้จักตัว System Ocatorn มากขึ้นเพราะถ้าคนไม่รู้จักก็ไม่ใช้กันกลุ่มดีไซน์เนอร์และผู้ปฏิบัติงาน แสดงสินค้า มีความจำเป็นจะต้องเข้าใจโครงสร้างชนิดนี้ให้มากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตน่าจะมีส่วนประกอบเยอะขึ้นที่จะขยายเป็น ส่วนต่างๆและพัฒนาแต่ละส่วนออกมาใช้งานการใช้ creativity ที่จะส่งผลให้เกิดรูปแบบใหม่ๆได้ รูปแบบการออกแบบที่เหมาะสมสำหรับบุขนาดใหญ่ขึ้นเช่น 36 ตารางเมตรหรือ 6 x 6 หรือ 100 ตารางเมตรขึ้นไป การใช้บุ System ทั้งหมด ปัจจุบันยังค่อนข้างดู เรียบเกินไป แบบการออกแบบ น่าจะพัฒนามากขึ้นกว่านี้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 (2566) กล่าวว่า “อนาคตมันจะไม่เหมือนเดิมคือมี 1) วิวัฒนาการของ อุปกรณ์ 2) Design และ creativity 3) ต้องทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆตามยุคตามสมัยถ้าแพง ขึ้นแล้วดีขึ้นเยอะเลยคุ้มค่าลูกค้ารับได้ก็รับได้ เป็นธรรมชาติของนิสัยลูกค้า คุ้มค่าใหม่ๆไม่สร้าง ขยะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมถ้าจ่ายเพิ่มอาจจะไม่ยอมจ่ายแต่ถ้าจ่ายเท่ากันแต่ System ลดขยะก็น่าจะ เลือกอันนี้ที่ดีต่อโลกมากกว่า คนรุ่นใหม่ๆก็เริ่มไม่มีใครคุ้นเคยกับการค้างคืนในห้างแล้วเพราะ همین สามีผู้เคยยัดดั่งนั้นคนรุ่นใหม่ๆก็แสวงหาสิ่งที่ยากกว่าดีกว่าขึ้นเรื่อยๆจุดดีในด้านนี้ดีต่อภาพลักษณ์ของ องค์กรด้วย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 (2566) กล่าวว่า “อนาคตไปได้ อยู่จุดแข็งด้านราคาก็ยังทำได้ดี ไม่มีอะไร แทนที่ได้ลูกเล่นต่างๆจากต่างประเทศก็มีมากขึ้นแต่ supplier ที่เมืองไทยไม่ค่อยเอาเข้ามาไม่คิดว่า

ลูกค้าจะมีการเรียกร้องอะไรใหม่ๆทำให้โครงสร้างก็น่าจะไม่ได้พัฒนาไปได้ไกลงานกราฟิกข้อมูลต่างๆ และผนังเป็น priority ที่สำคัญต่อลูกค้ามาก่อน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตอาจจะเป็นแบบโลกที่มีชิ้นส่วนเล็กลงละเอียดมากขึ้นทำให้ดีไซน์แต่ละชิ้นได้ละเอียดเราออกแบบได้ละเอียดขึ้นมีการพัฒนามากขึ้นเปลี่ยนแปลงวัสดุ อนาคตอาจมีทางเลือกมากขึ้น ปัจจุบันเรายังหุ้มสติ๊กเกอร์กันอยู่อนาคตอาจจะออกมาเป็นแบบสำเร็จรูปเลยมีสีขนาดลักษณะที่แตกต่างกันใช้ทดแทนกัน Built in แสงสว่างประมาณได้เลยอุปกรณ์เสริมน่าจะเยอะขึ้นจนเข้ามาแทนที่บุธสเปเชียลได้มากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16 (2566) กล่าวว่า “อนาคตน่าจะขึ้นอยู่กับผู้จัดงานว่าจะเห็นค่าของ sustainability ที่เป็นเทรนด์มาแรงในยุคปัจจุบัน การตลาดเกิดความต้องการใหม่ๆที่ส่งผลต่อความต้องการย่อยของผู้จัดงานหรือผู้ออกงานแสดงสินค้าแต่ในมุมมองของผู้จัดงาน ความสำคัญคือยังต้องขายพื้นที่ซ้ำๆอยู่เสมอดังนั้นจึงไม่ต้องการเพิ่มงบประมาณอย่างแน่นอน น่าจะมีข้อต่อที่หลากหลายขึ้นเพื่อใช้ทำงานร่วมกับผ้า และกระดาษได้สะดวกขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตอีก 3 ปี 5 ปีอะไรที่ใหม่อยู่ตอนนี้จะไม่ใหม่แล้วก็ต้องหาจุดขายใหม่หาอุปกรณ์อะไรที่บ้านเราไม่มีเข้ามาเสริมทำให้เกิดไอเดียมากขึ้นความต้องการน่าจะเปลี่ยนไปมีขาขึ้นขาลงเหตุการณ์สำคัญที่ผ่านมาเช่นโรคระบาด ในธุรกิจ MICE ก็มีการปรับบงขึ้นลงตามสถานการณ์ ในปัจจุบันงาน Wedding หรืองานแต่งงานไม่มีลูกค้าเลย เพราะไม่ใช่เทรนด์ของการจัดงานแต่งงานแล้วสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่มั่นคง คนก็จำกัด”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 18 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตอีก 3 ปี 5 ปีรูปแบบของสีน่าจะมีลูกเล่นมากขึ้นการซ่อนไฟหรืออุปกรณ์สำเร็จรูปได้ในตัวของมันเองอุปกรณ์เสริม Accessories มากขึ้นมีความหลากหลายแตกต่างแก้ไขปัญหาได้มากขึ้นมีฟังก์ชันที่ตีตลาดเรื่องราวในการนำเสนอคือวัสดุไม้และ

เหล็กเวลาสร้างบุธมันสื่อสารแบบแต่ System คนมักใช้ด้วยเหตุผลแรกคืองบน้อย การติดตั้งแสงไฟมากขึ้นและตกแต่งได้มากขึ้นคงต้องมีการทดลองใช้มากกว่านี้ออกแบบใหม่และทดลองเพื่อให้มี Concept ในการใช้บุธ System มากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 19 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตหากก้าวข้ามความสวยงามตัวมันไม่ได้เกิดมาเพื่อความสวยงามต้องเข้าใจในจุดนี้ เกิดมาเพื่อรองรับการใช้งานฟังก์ชัน พวก customize Standard บุธที่เฉพาะมาพรีเมียม ตัวมันเองก็สวยได้ด้วยตัวของมันเองและสวยด้วยความลงตัวการตลาดที่ทำข้อดีของมันมาใช้เต็มที่ทำได้ใช้เพียง 10-20 ปี เช่นตลาดรถยนต์ราคามากกว่า 100 ล้านบาท ประเทศเยอรมนีหรือกลุ่มประเทศในยุโรปใช้โครงสร้างชนิดนี้เยอะการ customize function ให้เกิดการใช้งานเฉพาะทางเหมาะสมในสถานการณ์ต่าง ๆ และการออกแบบชิ้นส่วนพิเศษเพื่อใช้ก่อสร้างในกรณีพิเศษ สำหรับประเทศเรานั้นเป็นกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่ 2 หรือ 3 ทำได้แค่รับเทคโนโลยีเขามาใช้หลังจาก ที่เขาใช้แล้ว 5 ปี”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 20 (2566) กล่าวว่า “จินตนาการว่าบุธมีการใช้งาน ต่อขยายที่ทำให้การทำงานสะดวกมากขึ้นตอบโจทย์มากขึ้นติดตั้งจัดแสดงงานนอกรอาคาร Outdoor ต้องแข็งแรงขึ้นกันลมกันฝนได้สามารถติดตั้งหลังคาได้ด้วยตัวของมันเองไม่ใช่ด้วยอุปกรณ์ชนิดอื่น โครงสร้างเสริมที่นำมาใช้ร่วมกับโครงสร้าง System เช่นตู้คอนเทนเนอร์ที่ยึดเข้าออกเองได้ ติดตั้งง่ายแค่ยกไปตั้งสามารถทำงานได้เลย ในอนาคตมีงาน Outdoor มากขึ้นรองรับวัตถุประสงค์แตกต่างกันได้มากขึ้น งาน Outdoor มันตอบโจทย์แล้วมีความสุขมากขึ้นไม่ใช่แค่เป็นก้อนสี่เหลี่ยมเหมือนเดิมมีความยืดหยุ่นในการออกแบบหน้าต่างแตกต่างกันออกไป งานที่เยอรมันงานมินิคอโต้โชว์พาววิลเลียนที่เป็นแต่ละประเทศโชว์รถยนต์ของประเทศตัวเองมีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้นกว่าการใช้พุดมาตรฐานที่เราคุ้นเคยออกแบบได้มากขึ้นอยู่ในพื้นที่ตัวเองการใช้งานแบบเดียวกันแต่ออกแบบแตกต่างกัน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 21 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตโครงสร้างชนิดนี้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงแน่ ๆ เนื่องจาก Trend ของ sustainability มาแน่และมากขึ้นเรื่อย ๆ การตอบโจทย์ตลาดทำได้มากขึ้นควรเพิ่มการซ่อนรอยต่อเพิ่มส่วนโค้งขนาดหลากหลายมากกว่านี้การทำงานร่วมกับวัสดุอื่น ๆ ที่มีน้ำหนักเบาจ่ายซ่อมแซมได้ติดตั้งวัสดุอื่น ๆ เช่นผ้าร่วมกันได้การเปลี่ยนแปลงน่าจะมาตามปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงแนวโน้มทิศทางการจัดงาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 22 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตคาดการณ์ว่าน่าจะได้รับนิยามมากขึ้น กระแสของความยั่งยืน Sustainability มาอย่างชัดเจนโครงสร้างชนิดนี้เอามารีไซเคิลได้ง่ายดีกว่า กระดาษดีกว่าไม้แต่โครงสร้าง System ก็พัฒนาตอบโจทย์ชัดเจน Sustainability ได้มากขึ้นการปรับใช้ในระยะเวลาการออกงานทั้งปีเพื่อตอบโจทย์ความยั่งยืน ปัจจุบันไวนิลและวัสดุสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในแต่ละงานที่ใช้แล้วก็น่าติดตามว่าจะนำกลับมาใช้ใหม่ได้ด้วยไหม”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 23 (2566) กล่าวว่า “ในอนาคตเอามาทำได้หลายๆ อย่างเช่นทำแลนด์มาร์คที่สวยขึ้นได้ที่ทำให้คนที่มี budget น้อยทำงานกับมันได้ดูดีขึ้นการเพิ่มมูลค่าของบูธให้มีราคาไปขายลูกค้าที่ต้องการได้แล้วคงประโยชน์ด้านความเร็วและราคา วัสดุลูกค้าอยากให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจะได้ใช้อีกซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งที่ดีมาก ๆ”

อนาคตของการใช้โครงสร้างบูธออลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้า สามารถอธิบายสัมภาษณ์ตามลำดับผู้ให้ข้อมูลหลัก 1-23 ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. การปรับปรุงและนวัตกรรม

1.1 รูปแบบโครงสร้าง คาดหวังว่าจะมีการพัฒนารูปแบบโครงสร้างที่หลากหลายขึ้น ทั้งในเรื่องของอุปกรณ์เสริมและวัสดุที่ใช้ในการหุ้มบูธ เช่น สติกเกอร์ลายไม้ (Mirror Flex)

1.2 การขนส่ง มีการปรับปรุงวิธีการขนส่งเพื่อให้สะดวกขึ้นในการนำไปติดตั้งในพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงต่างจังหวัด

1.3 การใช้งานระบบบูธ (BoothSystem) ในงานแสดงสินค้าอย่าง ProPack, การใช้บูธโครงสร้าง System มีมากขึ้นเมื่อเทียบกับบูธคูหามาตรฐาน

1.4 ความต้องการต่อเทคโนโลยีใหม่: อนาคตคาดหวังการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะเพิ่มขึ้นมาช่วยให้โครงสร้างและการออกแบบบูธทำได้ละเอียดและหลากหลายมากขึ้น

2. การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

2.1 การปรับตัวต่อความต้องการ ผู้จัดการและผู้ออกงานมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นในการใช้งานและการออกแบบที่มีความเฉพาะทางมากขึ้น

2.2 ความหลากหลายในการออกแบบ มีแนวโน้มว่าบูธมาตรฐานที่มีหน้าตาเหมือนกันจะลดน้อยลง และมีการใช้บูธแบบ Pavilion หรือโครงสร้างไม้แบบพิเศษมากขึ้น

2.3 การเน้นกิจกรรมการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ ในอนาคตทางผู้ออกงานอาจลดการออกแบบและเน้นไปที่กิจกรรมทางการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้น

3. แนวโน้มเชิงพฤติกรรมและความยั่งยืน

3.1 การใช้งานที่คุ้มค่าและยั่งยืน คาดหวังว่าการใช้โครงสร้างบูธ System จะมากขึ้นเนื่องจากปัจจัยด้านความยั่งยืน

3.2 การลดการสร้างขยะ การใช้โครงสร้าง System แทนโครงสร้างไม้และเหล็กที่สร้างขยะจำนวนมาก

3.3 การพัฒนาโครงสร้างและอุปกรณ์ อาจมีการพัฒนาอุปกรณ์ใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อให้โครงสร้าง System แปลงใหม่และเหมาะสมกับความต้องการในการจัดงานต่าง ๆ

4. ความคาดหวังในอนาคต

4.1 การเปลี่ยนแปลงของส่วนประกอบ อนาคตพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงในส่วนประกอบของโครงสร้างบุธ System ที่มีความหลากหลายและสามารถปรับเปลี่ยนได้มากขึ้น

4.2 การใช้ความคิดสร้างสรรค์ การนำเสนอบุธในรูปแบบที่สร้างสรรค์มีคุณภาพที่ดีขึ้น การใช้วัสดุและการออกแบบที่มีความยืดหยุ่นและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

4.3 การพัฒนาเทคโนโลยี การนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ ในโครงสร้างบุธ System อาทิ การติดตั้งแสง LED หรือการใช้วัสดุอื่น ๆ ที่ทำให้บุธดูโดดเด่นและน่าสนใจมากขึ้น

4.3.3 แนวทางการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของโครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้า

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าสามารถเพิ่มได้จากการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเช่นหาอุปกรณ์เสริมซึ่งคูหามาตรฐานในรูปแบบเดิมขนาด 3 x 3 เมตรอาจจะขายได้ราคาน้อยกว่า 2,000 บาทแต่ปัจจุบันมีการเสริมอาทิการทำกรอบหน้าด้วยโครงสร้าง แม้กซิมา ก็สามารถขายได้มากกว่าบุธละ 3,700 บาทและมีแนวโน้มใช้งานในกลุ่มนี้มากขึ้น แต่หากใช้โครงสร้าง แม้กซิมา ทั้งหมดก็จะมีค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไปการออกแบบที่ยากขึ้นเฉพาะทาง ส่งผลให้เกิดการตัดแปลงและ กลายเป็นการคิดค่าแรงและค่าออกแบบที่ได้ผลตอบแทนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้รับเหมาโครงสร้างมาตรฐานก็ยินดีที่จะลดราคาเพื่อให้ได้งานเนื่องจากการทำงานด้วยโครงสร้างบุธ

System มีต้นทุนที่ไม่สูง ดังนั้นการลดค่าอะไรเพื่อให้ได้งานยังเป็นทางเลือกที่ได้เปรียบกว่าการเสียงานไป

ตัวอย่างบุคลากรมาตรฐานขนาด 6 x 15 จะใช้ไฟร์แมน 1 คน ช่างรายงานอาวุโส 1 คน คนงาน 10 คน ช่างอิสระ 3-4 คนแล้วแต่ปริมาณงาน มูลค่าของการใช้งานโครงสร้าง System จะได้มูลค่ามากขึ้นถ้าใช้คนน้อยลง ในกรณีเช่นการประกอบโครงสร้างจากโรงงาน ซึ่งจะลดช่างลงกว่า 60% และใช้เวลาทำงานในพื้นที่น้อยลง”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าคือการเพิ่มเติมดีไซน์และการออกแบบในโอเดียตั้งแต่ต้นและมุมมองที่มีต่อบุคลากร System และถ่ายทอดให้ผู้จัดงานและผู้ออกงานแสดงสินค้าเข้าใจ และเกิดความต้องการและประสบการณ์ใหม่ๆทำให้เอื้อประโยชน์เช่นประโยชน์ต่อผู้จัดงาน คือขายพื้นที่ได้ประโยชน์ต่อผู้ออกงานแสดงสินค้าคือนำเสนอสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยควบคุมงบประมาณในการจัดงานสำหรับผู้จัดงาน คุณภาพมาตรฐาน จะถูกพัฒนาต่อยอดเป็นคูหา Special เช่นขนาด 6 x 6 สามารถขายในราคาที่สูงขึ้นได้ถึง 150,000 บาทต่อบูธหากมีการเพิ่มดีไซน์และการออกแบบ โดยดีไซด์เนอร์เก่งขึ้นและมีประสบการณ์มากขึ้นเซลล์ที่สามารถถ่ายทอดให้ลูกค้าเข้าใจได้ราคาในปัจจุบันโครงสร้าง System ขนาด 6 x 15 อาจขายได้ถึง 270,000 บาท งานโครงสร้างอย่างเดียว จัดแบบที่ลูกค้าสั่งให้ โดยเพิ่มเติมส่วนพื้นที่เก็บของการสร้าง LED แสงสว่างกระจกโค้งผนังภายใน ซึ่งโครงสร้าง System ยังคง มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์คือใช้เวลาในการ setup น้อยสามารถรองรับงานปริมาณมาก ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้จัดวางใจได้ว่าส่วนที่ใช้โครงสร้างชนิดนี้จะไม่สร้างปัญหา รวมถึงการประกอบโครงสร้างที่โรงงาน แล้วขนไปที่พื้นที่แสดงสินค้าซึ่งถึงแม้ว่าจะต้องใช้รถขนส่งจำนวนมากขึ้นแต่จะยิ่งช่วยประหยัดเวลาการก่อสร้างหน้างานลงได้อีก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่า คิดว่าคนงานอย่างผมทำอะไรไม่ได้มากนัก แต่ทำได้แค่ service ให้บริการให้ดีที่สุด ลักษณะพื้นที่ 6 x 12 ขอคนงาน 4 คนขั้นตอนในการไหลของจะช้าที่สุดแต่ก็ยังเร็วกว่าโครงสร้างไม้หรือเหล็กอยู่ดี โครงสร้าง System ไม่มีพิษต่อสิ่งแวดล้อมไม่เหมือน PP board หรือโฟม จะมีแผ่นผนัง PVC ที่เปลี่ยนทุกงาน หรือถ้าไม่มีรอยแผล อยู่ในสภาพปกติก็จะไม่เปลี่ยน อาจจะมี การใช้ ซีลพลาสติกหุ้มกันรอยขณะขนส่งซึ่งก็ยังคงเป็นกลุ่มโครงสร้างที่ผลิตขย่น้อยกว่าโครงสร้างชนิดอื่น ๆ ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าอัพเกรดด้านดีไซน์ อุปกรณ์เสริมและเทคโนโลยีที่มากขึ้น การขายโครงสร้าง System ให้กับชาวต่างประเทศได้ราคาดีกว่า ปริมาณการใช้โครงสร้าง System ต้องงานเพิ่มขึ้นลดการใช้บุธไม้ คิดว่าการเพิ่มปริมาณ ไม่สู้การเพิ่มคุณภาพ จำนวนบุธเท่าเดิมคนเท่าเดิมแต่ขายได้ราคาดีขึ้นใช้วัสดุที่ดีขึ้นออกแบบดีขึ้น เป็นปัจจัยหลัก System เป็นโครงสร้างที่สร้างขย่นะยะในระดับหนึ่ง เนื่องจาก PVC ที่ใช้หุ้มมีการถอดทิ้งจำนวนมาก เกิดเป็นขย่นล้นวน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่า System ทำอย่างไรให้ลูกค้าอยากใช้บุธ System มากขึ้นเพิ่มดีไซน์การออกแบบนั้นวัดไม่ได้จะขายเท่าไรก็ได้เริ่มจากมีวิธิตด ที่แตกต่าง อาทิ สีสีน สดใส ความสว่าง เพิ่มการบริการการทำ Marketing promotion หรือ Business matching เป็นบริการเสริมเพื่อเพิ่มราคาในการขาย การจ่ายเงินเพิ่ม 2-3 หมื่นบาทเป็นเรื่องเล็กน้อย สุดท้ายนี้ System ยังคงทำตลาดได้มากกว่านี้อีกเยอะแนวทางการตลาดอีกมากมาย สามารถเพิ่มมูลค่าได้มาก นำเสนอรูปแบบ Package ใหม่ๆในอนาคตที่สดใสสามารถสร้างโคตีไซเนอร์ที่จะพัฒนาตัว System ได้มากกว่านี้โอเดียที่แปลกใหม่ลูกค้าอยากจะเซ็นสัญญาต่อเนืองทีละ 2 ปีทำให้ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นบางตัวได้ดีขึ้น พื้นที่เปล่าทุกวันนี้จ่ายแพงขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากปัจจัยค่าแรงเพิ่มวัสดุแพงงาน เยอะค่าเช่าแพงและคนงานน้อยลงงานแสดง เครื่องจักร 3 x 6 ตร.มคือพื้นที่ออกงานมากขึ้นมีพวก

งานแสดงสินค้ามากขึ้น ผู้รับเหมาก็มีแพ็คเกจที่ที่น่าสนใจมานำเสนอเพื่อขายได้ราคาที่สูงขึ้น ผู้รับเหมา เพิ่มสัดส่วนในการจัดการไฟฟ้าไฟแสงสว่างและงานปรีนในบริษัทเดียวกัน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 (2566) กล่าวว่า “การพัฒนาการออกแบบและวัสดุแต่ก่อนเป็นสีเดียวทุกวันนี้ก็มีลูกเล่นในด้านสีการหุ้มสติกเกอร์เคลือบสีเพิ่มกราฟิกมากขึ้น การเปลี่ยน mindset ลูกค้ำมองว่าจะเปลี่ยนทำไมในเมื่อ System ก็เป็นอยู่แค่นี้ทำให้บูธ System ไม่เปลี่ยนไปจากเดิมต้องคุยกับคนที่ Vision มุมมองใหม่ๆลองเปลี่ยนธีมและการใช้งานทดลองได้มากขึ้น ดิจิทัลก็เยอะ จริงๆก็เป็นปัจจัยที่สร้างขยะเยอะรูปแบบของ sustainability ขายได้เพิ่มแต่ขยะก็จะเพิ่มตามการดิจิทัลทำให้ผนังเสียหายต้องทิ้งไปเลย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าการเพิ่มประเด็นเรื่องความยั่งยืน ลดต้นทุนให้ถูกลง ลูกค้ำชอบมากขึ้น ประหยัดเวลาในการออกแบบและคุยแยะแบบทำให้ใช้เวลาน้อยในการสร้างงาน การควบคุมงานก่อสร้างก็มีเวลาน้อยลง ความคิดสร้างสรรค์ปรับเปลี่ยนและเพิ่มขึ้นในทุกๆปี”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าดีไซน์ต้องเพิ่ม Octanorm มีหลายไซส์ 50 100 240 ทำให้มันหลากหลายการดีไซน์ก็จะมากขึ้นมาได้โดย True octanorm ให้มันดีขึ้นด้วยตัวของมันเองไม่ใช่ครอบปิดหุ้มด้วยวัสดุอื่นหรือทดแทนด้วยวัสดุทดแทนการเพิ่มมูลค่าในงานแสดงสินค้าในเชิงดีไซน์คือการสร้างความแตกต่างการสร้าง Showcase เล็กๆที่สร้างความประทับใจคนหยุดมองถ่ายรูปเกิด Visual Design ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีวัสดุและปัจจัยอื่นๆคนผลิตก็ผลิตตาม demand ทรายใดที่ยังไม่มี New innovation มาทดแทนออกการออกก็น่าจะยังไปได้อีกเป็นสิบๆปีเช่นวงการรถยนต์มี EV หรือ electricity vehicle เข้ามาแทนที่เครื่องยนต์จนเกิดความเชื่อใจ จนเทคโนโลยีที่นิ่งและตอบโจทย์ การใช้วงการโทรศัพท์มือถือเช่น 3G ไป 4G ไป 5g เปลี่ยนแปลงและสร้างมูลค่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าหากตัวบูธ System เองมีความยืดหยุ่นรองรับปริมาณการใช้งานเช่นก่อสร้างได้เร็วขึ้นอีกมีเวลาตรวจสอบเช็ค Error ได้มากขึ้นก็จะยิ่งดี การให้บริการนั้นๆอาจจะมีแอปพลิเคชันที่สื่อสารกับลูกค้าแสดงให้ดูเช่น Application ที่แสดงการเปลี่ยนสีอัตโนมัติใส่โปรแกรมตำแหน่งขนาดให้ดูได้ ทำให้ลดเวลาการตรวจสอบ โครงสร้างเมื่อก่อสร้างเสร็จแล้วให้น้อยลงงาน VIP Asia ปกติ จะคาดหวังให้ผู้รับเหมา ก่อสร้างให้ได้เร็วที่สุดเนื่องจากมีเวลามากขึ้นในการตรวจสอบงานให้ได้คุณภาพช่วยให้ผู้ออกแบบและผู้ออกงานแสดงสินค้ามีเวลาทำงานได้มากขึ้นก็จะได้ภาพรวมของงานที่ยิ่งดีขึ้น แอปพลิเคชันจะยังช่วยขายให้กับลูกค้าออนไลน์เพิ่มวอลุ่มในการขายงานผู้รับเหมาที่สามารถบริการได้แบบนี้ก็จะมีแนวโน้มว่าลูกค้าอยากจะทำงานด้วย”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าให้ตัวบูธ Standard หรือคูหามาตรฐานออกไปได้เลย ควรจะเริ่มมองที่การอัพเกรด คูหาอัพเกรดต่างๆมี Tower มีโปรแกรมหรืออยู่ในแพ็คเกจต่างๆซึ่งการสร้างแพ็คเกจนั้นอาทิเลือกสีพรมได้ เป็นต้น รหัสบูธคูหามาตรฐานดั้งเดิมคือ 60 US Dollar ต่อตารางเมตร บูธคูหามาตรฐานขนาด 3 x 3 หรือ 9 ตารางเมตรเป็นราคาตั้งต้น ถ้าเพิ่มทางเลือกก็จะขายเพิ่มได้ราคาสูงมากกว่านี้ซึ่งเป็นกำไรครั้งๆราคาขายตอนนี้ 8,000 บาทเมื่อ 10 ปีที่แล้วปัจจุบัน 16,000 - 18,000 บาทซึ่งไม่น่าจะได้มากกว่านี้แล้ว คงต้องไปเน้นโอเดียเล่นที่ลูกเล่นฟังก์ชันเสริมในยุโรป มีค่าใช้จ่ายในการจ่ายค่าเก็บขยะตามไซต์งานวุฒิสหิมที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายตรงนี้เพิ่มเติมได้น่าจะเอื้อประโยชน์ให้กับผู้จัดงาน การชำระค่าธรรมเนียม Kick Back 10% จากผู้รับเหมาเพื่อนำมาใช้ตรวจงานโครงสร้างอีกทีหนึ่ง วัสดุที่ใช้ในการทำตัวโครงสร้าง System เองคงไม่น่าจะแก้อะไรมากแต่อยากให้เจ้าของงานเพิ่มตรงส่วนบริการขายบริการเพิ่มจะดีกว่าสร้างความแตกต่างเพิ่มมูลค่าและทุก เทรนของเรื่องคาร์บอนเครดิตจะขาย International ได้เพื่อไปลดหย่อนต้นทุนได้”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่า น่าจะมาจากจุดที่สำคัญคือความยืดหยุ่น และ flexibility ในการใช้งาน ได้อย่างตอบสนอง และออกแบบรูปแบบได้หลากหลายมากขึ้นบน พื้นฐาน ของคำว่าง่ายและถูก นอกเหนือจากนี้น่าจะเป็นการเลือกประชาสัมพันธ์ให้คนมีความรู้ความ เข้าใจและเลือกใช้บูธ System มากขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าก็คือการเพิ่ม visibility ให้กับ ตัวโครงสร้างเองเพิ่มพื้นที่ขายโฆษณาเพิ่มพื้นที่ติดกราฟิการขยายพื้นที่เป็นแพ็คเกจการเพิ่มชั้นวาง หรือเอาโครงสร้าง แม็กซิมา มาผสม เช่นการเพิ่มไฟเพิ่มพื้นที่ในเรื่องของการออกแบบดีไซน์ตัวผนัง System ที่ถูกแทนที่ด้วยวัสดุของลูกค้า เพื่อนำเสนอแบรนด์ของลูกค้าได้มากขึ้น ผู้จัดการแสดงสินค้า มีปัจจัยสำคัญ 3 เรื่องคือ 1 budget profit and loss ในด้านงบประมาณกำไร และ 2 การขายพื้นที่ ทำอย่างไรให้ลูกค้าได้ประโยชน์สูงสุดในข้อ 1 และ 2 นี้ยังเป็นบทบาทที่สำคัญที่สุดที่ต้องให้น้ำหนัก 2 ข้อนี้มากตั้งแต่ลูกค้าเริ่มเซ็นสัญญาก็ควรได้ PR ประชาสัมพันธ์ทันทีที่การจัดงานเพิ่มให้ลูกค้าได้เจอ ลูกค้าของเขา ปัจจัยด้าน PR หรือประชาสัมพันธ์ก็ยกขึ้นกว่าแต่ก่อน ซึ่งแต่ก่อนใช้ไทยรัฐหรือเรื่องเล่า เข้านี้ก็พอแล้วปัจจุบันเทรนของตึกตอกก็มาการ PR มีความซับซ้อนมากขึ้นเรื่อย ๆ การออกแบบ ลูกค้า ก็ต้องการเห็นดีไซน์ใหม่ๆ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 13 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่า โครงสร้างชนิดนี้จุดเด่นคือ ประหยัดแรง ประหยัดเวลา คนทำเบาขึ้น ง่ายขึ้น ลดเวลา ลดพื้นที่การจัดเก็บ ทำงานง่ายขึ้น ก็เพิ่ม คุณค่ามาก ๆ ขึ้น คุณค่าที่เพิ่มขึ้นเช่นช่วยคนทำงาน หายเหนื่อยทำงานน้อยลง ช่วยลดราคาลูกค้าให้ น้อยลง ช่วยลดขยะลดปัญหาที่มีต่อโลก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าเพิ่มคุณค่าออกแบบทิ้งไว้ก่อนเพิ่มกราฟิก ช่วยหากโครงสร้างมันดีต่อบุโทย์อยู่แล้วตั้งแต่อดีตมา การตกแต่งเพิ่มเติมเช่นการหุ้มเสาปิดคานเพื่อ

ทำให้หน้าตาของบูธดูดีขึ้นเป็น Standard ที่ดีซึ่งในปัจจุบันใช้งานเยอะขึ้นและลูกค้าเคยชินและพัฒนาต่อไปในอนาคต”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 (2566) กล่าวว่า “ในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าหลักๆอยู่ที่การออกแบบถ้าออกแบบมาสวยเท่ากับใกล้เคียงบูธ Special ก็ยิ่งทำให้ Business ดีกว่าถูกกว่า ใช้แรงงานน้อยกว่า การใช้งานเพิ่มมากขึ้นอีกก็จะถือว่ามียุคค่ามากขึ้นในด้านคุณค่าสิ่งแวดล้อมเพิ่มคุณค่า กลุ่มงาน รมรงค์เรื่องการลดของเสียการนำกลับมาใช้ใหม่หากการผลิตและหลอมอะลูมิเนียมใหม่เท่ากับรถ พลังงานลง System ก็คงเป็นฮีโร่ในการรักษาสิ่งแวดล้อมทำได้ง่ายกว่าไปแก้ไขอุปกรณ์ใช้แล้วทิ้งใช้ System ไปเลยได้ผลมันมีประสิทธิภาพกว่า”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าการที่เราเห็น System มี คุณภาพดีอยู่ในสภาพดี ก็จะเป็นคุณค่าส่งผลว่าเจ้าของงานผู้รับเหมาดูแลดีมีความพิถีพิถันลูกค้าก็จะ ชื่นชมเกิดเป็นคุณค่าต่อลูกค้าและเจ้าของโครงสร้างเอง การเพิ่มมูลค่าราคาขายน่าจะขยับขึ้นตาม ปัจจัยของเงินค่าแรงงานอยู่แล้วแต่ไม่น่าจะไปเกินตลาดได้มากนัก คุณค่า ในอีกแง่หนึ่งคือการที่เรา เข้าใจคุณค่าในตัวของมันเอง ทั้งข้อดีและข้อด้อยของโครงสร้าง System เรารับมันเองได้ไหม เราหา กินกับมันเราเก็บรักษามันด้วยความรัก ไม่ต้องเสียตังค์เพื่อซื้อใหม่คนที่ทำงานกับ System ก็ได้ทำไร งานได้กำไรคนงานก็ได้โบนัสไม่ต้องเสียตังค์มากขึ้น มี mindset ที่รู้จักการทะนุถนอมก่อสร้างผลงาน ออกมาเหมือนงานศิลปะแรงงานฝีมือมีทักษะที่จะเรียนรู้เกิดเป็นความชำนาญและความภาคภูมิใจของ ช่าง และรวมถึงรายได้หรือโบนัสที่เป็นรูปธรรมตอบแทนปลายปีการฝึกฝนตนเองให้กับช่างเพื่อ เก่งขึ้นก็ถือเป็นคุณค่าแบบหนึ่ง ลูกค้าที่รับรู้ว่าเราเห็นคุณค่าของมันลูกค้าก็รับรู้คุณค่าของโครงสร้าง เช่นกัน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17 (2566) กล่าวว่า “ในมุมมองการเพิ่มมูลค่าอุปกรณ์ System ก่อนข้างจะมาตรฐานต้องใส่ไอเดีย ต้อง creative การออกแบบเพิ่มเข้าไป กรณีตัวอย่างคือเพิ่มวัสดุที่แตกต่างเช่น เอาเชือกพัน เอาไอเดียงานกราฟมาผสมก็จะขายได้ราคามากขึ้น การเพิ่มคุณค่าต้องเริ่มต้นจากลูกค้า เห็นคุณค่าก่อนเขาออกงานได้อย่างสบายใจมากขึ้น ในเรื่องงบประมาณดีไซน์ก็ว่ากันไปแต่ควบคุมงบประมาณได้แน่นอนในด้านสังคมคือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม Reuseable ลดขยะโยงกับทุกเครื่องได้หมดสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านคนงานคนงานบางคนไม่เคยทำงานกับ System มาก่อน System เป็นเหมือนเป็นโครงสร้างแรกพื้นฐานที่ดีไซเนอร์ทำงานด้วยทำให้คิดงานแสดงสินค้าได้อย่างเป็นระบบ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 18 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มคุณค่าเพิ่มด้วยการรักษาสิ่งแวดล้อมสร้างอนาคต 2 ประหยัดเงินไปทำอย่างอื่นที่คุ้มค่ากว่าแปลกใหม่กว่า แม็กซิมา มาใส่หนังแล้วเรียง ปิดครอบด้วยวัสดุอื่น 3 การออกแบบหนัง แม็กซิมา สูงได้ถึง 4 เมตรเป็นเรื่องปกติซึ่งดูแกรนด์มากๆ 4 ทำอย่างไรให้พนักงานแสดงสินค้ารู้สึกถึงคุณค่าของ System เพราะผู้รับเหมาและดีไซเนอร์มักไม่ชูประเด็นเรื่องนี้ขึ้นมา 5 แบบบางชนิดมักจบด้วย System เองเช่นการกั้นผนังการกำหนดพื้นที่ การเสริมไฟ LED ลงไปในช่องร่องของ System ปัจจุบันถ้าสมมติวางเรียงกัน ไม้และ System ลูกค้าจะมองเว็บแรกเขาก็ต้องให้คุณค่ากับบูธไม้ที่ลงทุนมากกว่าตัว System

ทำอย่างไรให้บูธ System ขายได้แพงขึ้น 1 เพิ่มขนาดขายแพงขึ้นได้จากแพคเกจ จาก 2.5 เมตรก็สูงขึ้นเป็น 4 เมตร 2 ทำห้องประชุมขาย แม็กซิมา แพงกว่า Octanorm เพราะดูแกรนด์กว่า 3 เพิ่มลูกเล่น คานโค้งเพิ่มการ decoration ในบูธคูหามาตรฐาน 4 เช่นงาน VIP ขายแพงกว่าเพราะเป็นตลาด International ขายได้แพงกว่างานโลโก้อย่างเมทัลเหล็ก”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 19 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่า 1 ก้าวข้ามชื่อบูธสำเร็จรูป ค้นหาว่าด้วยตัวของมันเองมันทำอะไรได้อีกสามารถรวมเพิ่มอินทิเกรตกับสิ่งอื่นๆในการเพิ่มคุณค่า ประโยชน์ใช้สอยในด้านต่าง ๆ การใช้งานเดิมทำอย่างไรให้ถูกลงควรจะเป็นทิศทางในอนาคตของตลาด ทำให้ผู้ออกการแสดงสินค้าที่มาตัวเปล่า พนักงานขายเซลล์ที่มาพร้อมแค่สินค้ามาถึงบูธ คาดการณ์ได้ว่ามาถึงบูธแล้วจะพบกับอะไรก็สามารถมีการเตรียมตัวได้ถูกต้องในทุกๆประเทศมันไม่ควรจะเปลี่ยน เพราะนี่คือตัวตนของมันวัสดุอื่นเช่นเหล็กอลูมิเนียมเป็นแค่ส่วนประกอบคุณค่าของโครงสร้างชนิดนี้ คือคุณประโยชน์ที่มันทำงานได้บูธ 3 x 3 หน้าตาแบบนี้จึงไม่ควรเสียตัวตนของคุณค่านี้ถ้าลักษณะของงานแปรเปลี่ยนตัวมันก็พัฒนาร่วมกันไปในอนาคตตัวมันบวกเทคโนโลยีสิ่งใหม่ๆก็จะกลายเป็น IOT internet of Things ทำงานร่วมกับกระแสไฟฟ้าและอุปกรณ์ชนิดอื่นๆสั่งงานควบคุมทั้งบูธทั้งงานได้จากมือถือเป็นต้น เสริมปกติเดินไฟเป็นดวงๆแต่เมื่อติดตั้งกับโครงสร้างชนิดแล้วนี้แล้วสามารถสั่งงานผ่านคอมพิวเตอร์ได้ System ก็จะมีความสามารถที่มากขึ้นได้เป็นจินตนาการ”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 20 (2566) กล่าวว่า “คุณค่าของการแสดงสินค้านั้นมีได้หลายปัจจัย ผู้ที่ออกงาน ประสบความสำเร็จ เป็นจุดประสงค์หลัก แล้วแต่หัวข้อที่เขาต้องการโครงสร้างบูธมาตรฐานจัดงานให้คนสองคนมาเจอกันบริษัทจัดงานให้คนขายรถได้มาพบกับคนที่อยากซื้อรถตอบโจทย์ Concept ของงาน ผู้จัดงานจะต้องมองเห็นภาพพวกนี้ทั้งหมดและมีความเข้าใจในการดำเนินงาน บูธมาตรฐานช่วยให้ผู้จัดบรรลุลจุดประสงค์นี้ พื้นที่ในการพบปะพูดคุยกันมีฟังก์ชันพื้นฐานพื้นที่ที่มีบรรยากาศที่ดีแสงไฟโตะความสว่างที่ดีทำให้การเจรจาธุรกิจประสบความสำเร็จ การจัดงานขายของอาทิงงานที่มีวนิคหรืออังกฤษที่ใช้เป็นขนาดใหญ่หรือเมืองคาน ใช้บูธมาตรฐานแบบเดียวกันแต่ดีไซน์ลักษณะแตกต่างกันออกไปตามการใช้งาน”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 21 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าของมันจะมีมูลค่าต้องมีหน้าตาที่ดีกว่าเดิมต้องทำอะไรได้มากขึ้นกว่าเดิม ดูซับซ้อนมากขึ้นดูสวยขึ้นก็จะเพิ่มมูลค่าได้ควรทำอะไรได้สวย

มากขึ้นมีลูกเล่นมากขึ้นกล่องไฟเนียบๆติดตั้งไฟได้ง่ายซ่อนไฟได้ง่ายการทำผนัง panel หรืองาน Built in เพิ่มความเนียบทำให้โครงสร้างชนิดนี้จะมีมูลค่ามากขึ้นเพิ่มจอไฟแสงสว่าง การที่เพิ่มมูลค่าถ้ามันสวยทำแล้วดีมันก็มีคุณค่าในตัวของมันเองขอให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าตัวมันเองมีคุณสมบัติที่ลดขยะวัสดุต่าง ๆ และติดตั้งได้ไวเป็นทุนเดิมที่ติดอยู่แล้ว”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 22 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าด้วย Concept ที่ลักษณะคล้ายกับเลโก้ ตัวต่อกล่องนิ่งถ้าต่อได้ 2 แบบก็จะมีความสามารถจำกัดแต่ถ้าเลโก้กล่องนิ่งต่อได้ 7 แบบก็จะมีมูลค่ามากขึ้น ปรับเปลี่ยนรูปแบบการออกแบบได้ดี ส่วนในเรื่องของคุณค่าอยู่ใน Concept ที่เราจะขาย มีข้อดีของโครงสร้างชนิดนี้ตั้งต้นเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ถ้าเน้นขาย Content ก็จะลดความเหลื่อมล้ำระหว่างบูธใหญ่และเล็ก การนำกลับมาใช้ใหม่การรักษาความยั่งยืนในการใช้ก็เป็นข้อดีที่โครงสร้างชนิดนี้มีคุณค่าในตัวอยู่แล้วแค่มันไม่สวยจะทำให้มันสวยขึ้นได้ใหม่และตอบโจทย์การใช้งานมากขึ้นได้ใหม่”

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 23 (2566) กล่าวว่า “การเพิ่มมูลค่าเปลี่ยนแปลงแผ่น 2.4 x 1 เมตร ทดแทนด้วยแผ่นเทียบที่ทำจากวัสดุชนิดอื่นเพื่อลดความเป็น System จนเกินไปการทำตู้โชว์สวยๆอัพเกรดให้ขายได้แพงขึ้นการทำโต๊ะนั่งและแลนด์มาร์คที่ออกแบบ creative ได้ การเพิ่มคุณค่า ด้วยความที่มันใช้ซ้ำได้ไม่ต้องทิ้งเหมือนไม้และวัสดุอื่น ๆ ทำให้อนุรักษ์ธรรมชาติได้ดีกว่าความสะดวกและรวดเร็วที่เป็นจุดแข็งการควบคุมงบประมาณประจำปีด้าน Marketing โชนไหนที่ใช้ budget ไม่เยอะก็มักจะลงตัวเมื่อใช้ System ทำห้องสต็อกและทำส่วนตกแต่ง”

การเพิ่มมูลค่าของโครงสร้างบูธสำเร็จรูปในงานแสดงสินค้าเป็นกระบวนการที่หลากหลาย

สามารถอธิบายบทสัมภาษณ์ตามลำดับผู้ให้ข้อมูลหลัก 1-23 ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1.1 โครงสร้างบุธสำเร็จรูปนั้นมีหลายวิธี โดยเฉพาะการเพิ่มอุปกรณ์เสริมและการออกแบบที่เฉพาะเจาะจง อาทิ การใช้โครงสร้างแม็กซีม่า และ การใช้ LED แสงสว่าง รวมถึงการสร้างบุธที่มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้า

1.2 การใช้โครงสร้างแม็กซีม่าสำหรับกรอบหน้าบุธ เช่น บุธสำหรับแสดงสินค้าเทคโนโลยีที่ต้องการความทันสมัยและมีสไตล์ การใช้โครงสร้างแม็กซีม่า ซึ่งมีลักษณะที่ทันสมัยและแข็งแรง สามารถช่วยให้บุธดูโดดเด่น และเพิ่มความน่าสนใจของผู้ที่ผ่านไปมา

1.3 การเพิ่มพื้นที่เก็บของในบุธ บุธสำหรับแสดงสินค้าที่มีหลายชิ้นและต้องการพื้นที่จัดเก็บที่มากขึ้น การออกแบบพื้นที่เก็บของที่ซ่อนอยู่ในโครงสร้างบุธ ไม่เพียงแต่ช่วยให้บุธดูเรียบร้อย แต่ยังทำให้สามารถเก็บสินค้าหรือวัสดุอุปกรณ์ที่ไม่ต้องการให้เห็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 การใช้ LED แสงสว่างในบุธ บุธสำหรับงานแสดงศิลปะหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการการส่องสว่างที่เน้นและโดดเด่น การใช้ LED แสงสว่างที่สามารถปรับเปลี่ยนสีและความสว่างช่วยให้ผลิตภัณฑ์หรือผลงานศิลปะได้รับการแสดงออกอย่างเต็มที่

1.5 การสร้างบุธที่มีความยืดหยุ่น บุธสำหรับงานแสดงสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง เช่น งานแสดงสินค้าที่มีการจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ ในแต่ละวัน การออกแบบบุธที่สามารถปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลงโครงสร้างได้อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละวัน.

2. การปรับปรุงความสามารถในการทำงานของบุธ

การปรับปรุงความสามารถในการทำงานของบุธเพื่อลดจำนวนคนงานที่จำเป็นสำหรับการติดตั้งและรื้อถอนนั้นสามารถทำได้ผ่านการใช้วิธีการและเทคโนโลยีต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การประกอบโครงสร้างที่โรงงาน การผลิตและประกอบส่วนประกอบหลักของบูธในโรงงานก่อนการจัดส่งถึงสถานที่จัดงาน นี้ช่วยลดเวลาและความซับซ้อนในการติดตั้งในที่จัดงาน เช่น โครงสร้างหลักของบูธสามารถประกอบเป็นชิ้นส่วนใหญ่ที่โรงงาน แล้วจัดส่งมายังสถานที่จัดงานในรูปแบบที่พร้อมติดตั้งได้ทันที

2.2 การใช้เทคโนโลยีที่ช่วยลดการใช้แรงงาน การใช้ระบบการต่อส่วนประกอบที่เรียบง่าย และไม่ต้องใช้เครื่องมือพิเศษ อาทิ ระบบการคลิกหรือการล็อกที่ออกแบบมาเพื่อการติดตั้งที่รวดเร็วและง่ายดาย ระบบนี้ช่วยให้สามารถประกอบและรื้อถอนบูธได้โดยไม่ต้องใช้แรงงานมาก

2.3 การใช้วัสดุที่เบาและแข็งแรง การเลือกใช้วัสดุอย่างอลูมิเนียมหรือพลาสติกที่มีน้ำหนักเบาแต่มีความแข็งแรงสูง ช่วยให้การขนย้ายและการติดตั้งบูธเป็นไปอย่างง่ายดายและรวดเร็วขึ้น เนื่องจากไม่ต้องใช้แรงงานมากในการขนย้ายและติดตั้ง

2.4 การออกแบบที่เน้นความสะดวกในการติดตั้ง การออกแบบบูธที่ให้ความสำคัญกับความง่ายในการประกอบ โดยการออกแบบชิ้นส่วนให้มีรูปแบบที่เข้ากันได้ง่าย และมีคำแนะนำที่ชัดเจนในการประกอบ ส่งผลให้ลดเวลาและความยุ่งยากในการติดตั้ง

3. การเพิ่มประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชมงาน

การเพิ่มประสบการณ์และการมีส่วนร่วมในงานแสดงสินค้าผ่านการใช้ดีไซน์และเทคโนโลยีทันสมัยนั้น มีหลายวิธีที่สามารถดำเนินการได้ดังนี้

3.1 การใช้เทคโนโลยีแสดงผลสื่อที่น่าสนใจ การติดตั้งจอ LED ขนาดใหญ่หรือหน้าจอโปรเจคเตอร์ที่แสดงภาพวิดีโอ 3D หรือ Augmented Reality เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ช่วยให้ผู้เยี่ยมชมมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาและเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้า การบริการได้ในรูปแบบที่น่าสนใจและมีส่วนร่วมมากขึ้น

3.2 การใช้แอปพลิเคชันและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การพัฒนาแอปพลิเคชันที่เชื่อมโยงกับบูธ ซึ่งอาจมีฟังก์ชัน เช่น สแกน QR code เพื่อรับข้อมูลเพิ่มเติม สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ หรือเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นที่บูธ ช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมของผู้เยี่ยมชม

3.3 การใช้แสงและเสียงเพื่อสร้างบรรยากาศ การออกแบบแสงไฟและระบบเสียงที่ปรับเปลี่ยนได้ตามธีมของงานหรือเพื่อเน้นย้ำผลิตภัณฑ์ เช่น การใช้ไฟ LED สีต่าง ๆ เพื่อสร้างบรรยากาศที่ตรงกับคอนเซปต์ของผลิตภัณฑ์

3.4 การใช้เทคโนโลยีสัมผัสและโต้ตอบ การติดตั้งจอสัมผัสที่ผู้เยี่ยมชมสามารถโต้ตอบเพื่อสำรวจผลิตภัณฑ์หรือรับข้อมูลเพิ่มเติม หรือการใช้เทคโนโลยี (Virtual Reality) เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมสัมผัสประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและเข้าถึงได้มากขึ้น

3.5 การสร้างประสบการณ์ที่ปรับเปลี่ยนได้ การออกแบบบูธที่มีความยืดหยุ่น เช่น การเปลี่ยนเป็นพื้นที่นั่งเล่น ห้องประชุม หรือโซนสาธิตผลิตภัณฑ์ได้ ช่วยให้บูธตอบสนองต่อความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การลดต้นทุนและเพิ่มความยั่งยืน

งานแสดงสินค้าสามารถทำได้ผ่านการใช้โครงสร้างที่สามารถรีไซเคิลและนำกลับมาใช้ใหม่ได้
ดังนี้

4.1 การใช้วัสดุรีไซเคิล และยั่งยืน เช่น การใช้แผ่นอลูมิเนียม พลาสติกที่รีไซเคิลได้ หรือวัสดุผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติที่มีความยั่งยืน โดยไม่จากแหล่งที่มีการจัดการป่าอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างบูธที่สามารถถูกรื้อและนำกลับมาใช้ใหม่ได้หลายครั้ง ลดความต้องการใช้วัสดุใหม่และลดปริมาณขยะ

4.2 การออกแบบโครงสร้างที่มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ เช่น การออกแบบบุชด้วย

โครงสร้างที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย เช่น โครงสร้างแบบ Modular สามารถต่อและถอดออกได้ตามความต้องการ ช่วยให้โครงสร้างเหล่านี้สามารถนำไปใช้ในงานต่าง ๆ และปรับเปลี่ยนได้ตามฉิมของแต่ละงาน

4.3 การใช้งานระบบโครงสร้างที่มีความทนทานและยั่งยืน เช่น การเลือกใช้ระบบโครงสร้างที่

ทำจากวัสดุทนทาน เช่น โครงสร้างอลูมิเนียมที่สามารถใช้ซ้ำได้หลายครั้งโดยไม่สูญเสียคุณภาพ ช่วยลดความจำเป็นในการซื้อวัสดุใหม่และลดต้นทุนระยะยาว เป็นต้น

4.4 การนำเทคโนโลยีเข้าช่วยลดการใช้งานแรงงานและวัสดุ อาทิ การใช้เทคโนโลยีการ

ออกแบบดิจิทัลและการผลิตด้วยเครื่องจักรที่ช่วยให้การผลิตมีความแม่นยำและลดการสูญเสียวัสดุ นอกจากนี้ยังช่วยลดการใช้แรงงานในการติดตั้งและรื้อถอน

5. การเพิ่มมูลค่าผ่านการบริการเสริม

ในธุรกิจงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการสามารถทำได้โดยการเสนอบริการเสริมที่ช่วยเสริมความสำเร็จและความมีประสิทธิภาพของผู้เข้าร่วมงาน ดังนี้

5.1 การจัดการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะเป็นการเสนอบริการทางการตลาดที่เป็นเฉพาะเจาะจง อาทิ การสร้างแคมเปญโฆษณาเพื่อเพิ่มการรับรู้และความน่าสนใจในบูธ หรือผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้โซเชียลมีเดีย การตลาดออนไลน์ หรือการจัดทำสื่อโฆษณาในงานเพื่อดึงดูดผู้เข้าชมมายังบูธของลูกค้า

5.2 การเสนอบริการจับคู่ธุรกิจ ช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถหาพันธมิตรทางธุรกิจหรือลูกค้าที่เหมาะสมได้ง่ายขึ้น รวมถึงการจัดการนัดหมายล่วงหน้า การจัดสัมมนาหรือเวิร์กช็อปที่เฉพาะเจาะจงตามอุตสาหกรรม หรือการให้บริการเป็นสื่อกลางในการเจรจาการค้า

5.3 การจัดหาและการบริหารจัดการพื้นที่โฆษณา ไม่ว่าจะเป็น การเสนอพื้นที่โฆษณาในบริเวณงานแสดงสินค้า อาทิ สื่อโฆษณาบนจอ LED ขนาดใหญ่ ป้ายโฆษณา หรือพื้นที่สื่อโฆษณาในแอปพลิเคชัน หรือผ่านเว็บไซต์ของงานแสดงสินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการเห็นและรับรู้ของผู้เข้าชมงาน

5.4 การให้คำปรึกษาและการสนับสนุนด้านการออกแบบบูธ เช่น การเสนอบริการที่ปรึกษาเพื่อช่วยออกแบบบูธให้สะท้อนตัวตนและข้อความที่ลูกค้าต้องการสื่อสาร อาจรวมถึงการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี วัสดุ การตกแต่งเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และความสะอาดตาของบูธ

6 การพัฒนาการออกแบบและวัสดุ

การพัฒนาการออกแบบและวัสดุสำหรับโครงสร้างบูธสำเร็จรูปเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มความน่าสนใจและมูลค่าของบูธในภาคอุตสาหกรรมการแสดงสินค้า ดังนี้

6.1 การใช้สีและการตกแต่ง ให้เกิดความโดดเด่นและการออกแบบที่สะอาดตาผู้เข้าชมงานได้ การใช้สีที่ตรงกับแบรนด์หรือสีที่สื่อถึงความเป็นมืออาชีพสามารถสร้างความประทับใจแรกที่ดีได้

6.2 การหุ้มสติ๊กเกอร์และการเพิ่มกราฟิก ตกแต่งบูธช่วยเน้นย้ำข้อความหรือแนวคิดที่ผู้จัดแสดงต้องการสื่อสาร อาทิ การใช้สติ๊กเกอร์กราฟิกสีสดใสหรือภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนบนผนังบูธ

6.3 การออกแบบที่ยืดหยุ่นและหลากหลาย สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า เช่น การออกแบบที่สามารถเปลี่ยนแปลงขนาดหรือรูปแบบได้ตามความจำเป็น หรือการใช้วัสดุที่สามารถปรับแต่งได้ง่าย เช่น พาร์ทิชันที่เคลื่อนที่ได้หรือชั้นวางที่สามารถเพิ่มหรือลดได้ เป็นต้น

6.4 การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น จอ LED ระบบเสียงและแสงที่ทันสมัย การแสดงผลดิจิทัล เป็นต้น เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่เข้าถึงและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าชมมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล และอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาระบบบุธอลูมิเนียมาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาบริบทและสถานการณ์ของการใช้บุธอลูมิเนียมาตรฐานในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ โดยเฉพาะความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลักผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการอภิปรายเกี่ยวกับกระบวนการเลือกใช้และแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้กับการใช้งานบุธอย่างมีประสิทธิภาพ

5.1 สรุปผลการวิจัย

สรุปการใช้งานโครงสร้างบุธอลูมิเนียมาตรฐานในอดีต

1. ด้านวัสดุและการออกแบบ ในอดีตบุธที่ใช้ในงานแสดงสินค้ามักทำจากไม้อัดหนาประมาณ 6 มิลลิเมตร การออกแบบของบุธเหล่านี้มีขอบเขตที่จำกัด ส่วนใหญ่เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมพื้นฐานและมีความเฉพาะเจาะจงในการใช้งาน อาทิ บุธที่ถูกติดตั้งสำหรับบริษัทเครื่องจักรมักต้องอาศัยโครงสร้างไม้อัดที่มีต้นทุนการผลิตสูงและต้องใช้เวลาในการจัดเตรียม ตามรายละเอียดของภาพดังนี้

2. ด้านการก่อสร้างและติดตั้ง การสร้างบุธในอดีตต้องใช้เวลาการเตรียมงานที่ยาวนาน อาทิ การติดตั้ง 100 บุธอาจต้องใช้เวลาเกินกว่าครึ่งเดือน นอกจากนี้ ยังต้องการแรงงานจำนวนมาก รวมทั้งมีขั้นตอนการทาสีที่ต้องรอให้สีแห้งก่อนจึงสามารถใช้งานได้ ซึ่งทำให้กระบวนการติดตั้งยุ่งยากและล่าช้า

3. ผู้รับเหมาและการจัดงาน ผู้รับเหมาในอุตสาหกรรมนี้มีจำนวนจำกัดในอดีต โดยมีเพียงไม่กี่บริษัทที่ให้บริการ สิ่งนี้สะท้อนถึงการผูกขาดในตลาดและความจำกัดในด้านการเลือกผู้รับเหมาสำหรับการจัดงานแสดงสินค้า

4. การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างบุธ โครงสร้างบุธแบบดั้งเดิมไปสู่การใช้บุธอภุมิเนียมมาตรฐานในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่แสดงถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการออกแบบเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในความต้องการและความคาดหวังของผู้จัดงานแสดงสินค้าและผู้เข้าชมงาน

สรุปการใช้งานโครงสร้างบุธอภุมิเนียมมาตรฐานปัจจุบัน

1. ด้านการพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยี คือ โครงสร้างของระบบได้รับการปรับปรุงจากไม้อัดเป็นวัสดุที่ทันสมัยอย่าง PVC และวัสดุอื่น ๆ ที่เสริมความแข็งแรง ลดต้นทุน ทำให้กระบวนการติดตั้งเร็วขึ้น เช่น บุธที่ใช้วัสดุผสมผสาน สามารถติดตั้งได้ภายในระยะเวลาสั้นๆ ช่วยให้การจัดงานมีความคล่องตัวมากขึ้น

2. ด้านการออกแบบที่มีหลากหลายและทันสมัย การออกแบบบุธมีการพัฒนามาจากการออกแบบที่จำกัดในอดีตเป็นการออกแบบที่หลากหลายและยืดหยุ่น โดยใช้โครงสร้างพิเศษ เช่น โครงสร้างโค้ง ซึ่งเพิ่มความสวยงามและโดดเด่นให้กับบุธ เป็นต้น

3. การลดความยุ่งยากในการจัดงาน การใช้โครงสร้างของระบบ (System) ช่วยลดความซับซ้อนในการติดตั้งและรื้อถอน ทำให้การจัดงานมีความรวดเร็วและง่ายดาย นอกจากนี้ยังช่วยลดความจำเป็นในการใช้แรงงานจำนวนมาก

4. ด้านความคงที่ของการออกแบบ แม้โครงสร้างของระบบจะมีการพัฒนามากยิ่งขึ้น ยังมีข้อเสนอว่าการออกแบบยังคงมีข้อจำกัดและไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความน่าสนใจและความหลากหลายของบุธ

5. ด้านการรับรู้และการใช้งานโดยลูกค้า มีการกล่าวถึงว่า ภาพลักษณ์เป็นบุรุษราคาถูกในบางกรณี ซึ่งอาจมีผลต่อการรับรู้และการใช้งานจริงโดยลูกค้าเป็นอย่างมาก

6. การพัฒนาเหล่านี้ไม่เพียงช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพของการจัดงานแสดงสินค้า แต่ยังส่งผลต่อการรับรู้และการใช้งานของผู้จัดงานและผู้เข้าชมงาน นอกจากนี้ยังมีความต้องการให้มีการพัฒนาต่อยอดในด้านการออกแบบและการสร้างภาพลักษณ์ของบูธอย่างต่อเนื่อง

สรุปข้อดีและจุดเด่นในการใช้โครงสร้างบูธอลูมิเนียมมาตรฐานจัดงานแสดงสินค้า

ภาพรวมการใช้โครงสร้างบูธอลูมิเนียมมาตรฐานในการจัดงานแสดงสินค้าได้เปลี่ยนแปลงและพัฒนาวิธีการจัดงานอย่างมากในช่วงเวลาที่ผ่านมามีด้วยคุณสมบัติพิเศษหลายประการ ทำให้บูธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นที่นิยม และได้รับการยอมรับในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า โดยมีข้อดีและจุดเด่นดังนี้

1. การเตรียมงานและติดตั้งอย่างรวดเร็ว โครงสร้างนี้ลดเวลาเตรียมงานลงอย่างมาก อาทิ บูธสำหรับงานแสดงสินค้าขนาดเล็กสามารถติดตั้งได้ภายในเวลาไม่ถึง 1 ชั่วโมง ช่วยให้การจัดงานมีความคล่องตัวและสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วความสามารถในการ
2. ปรับเปลี่ยนและซ่อมแซม โครงสร้างนี้มีความยืดหยุ่นสูงในการปรับเปลี่ยนและซ่อมแซมสามารถปรับแต่งให้เข้ากับความต้องการและรูปแบบการจัดงานที่แตกต่างกันได้อย่างง่ายดาย
3. ต้นทุนการผลิตและการดำเนินงานที่ต่ำ การใช้วัสดุและกระบวนการที่ลดต้นทุนการผลิตและดำเนินงาน ทำให้สามารถควบคุมงบประมาณได้ดีขึ้น และทำให้การจัดงานมีความคุ้มค่ามากขึ้น
4. ความปลอดภัยและความยั่งยืน คือ การไม่ต้องใช้สีหรือทินเนอร์ที่เป็นอันตราย ช่วยลดความเสี่ยงในการทำงาน และสนับสนุนความยั่งยืนในการจัดงาน รวมทั้งยังช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5. การออกแบบที่ยืดหยุ่นและการปรับเปลี่ยนได้หลากหลาย คือ โครงสร้างชนิดนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า ทำให้เหมาะกับการจัดงานที่มีความต้องการเฉพาะ สามารถสร้างบุธที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ตอบโจทย์ทั้งด้านการตลาด และการสื่อสารตรา

6. การใช้โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า โดยเฉพาะในการเพิ่มประสิทธิภาพ ความยืดหยุ่น และการควบคุมต้นทุน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีทั้งสำหรับผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

6.1 งานแสดงสินค้านานาชาติ ในงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ บุธที่สร้างจากโครงสร้างบุธอลูมิเนียมช่วยให้สามารถติดตั้งและถอดถอนได้รวดเร็ว ช่วยให้ผู้จัดงานสามารถจัดบุธได้ทันเวลาและมีภาพลักษณ์ที่ดี

6.2 การใช้งานในสถานที่ที่มีข้อจำกัดเรื่องมลภาวะ เช่น การจัดงานในห้างสรรพสินค้าหรือโรงพยาบาล ที่โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมีข้อได้เปรียบเรื่องการไม่สร้างฝุ่นและมลภาวะ

6.3 โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการจัดงานแสดงสินค้า ด้วยความสามารถในการติดตั้งและถอดถอนที่รวดเร็ว ความสามารถในการปรับเปลี่ยนได้ง่าย และต้นทุนที่ต่ำ นอกจากนี้ยังมีความปลอดภัยสูง ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้เป็นทางเลือกที่นิยมในหลาย ๆ งานแสดงสินค้าทั่วโลก นอกจากนี้ การใช้โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้านั้นแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่หลากหลาย ตั้งแต่ความสะดวกในการติดตั้งไปจนถึงความยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ยังมีความไม่แน่นอนเกี่ยวกับอายุการใช้งานและความทนทาน รวมถึงความเหมาะสมในการใช้งานสำหรับงานขนาดใหญ่ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต้องพิจารณาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาต่อไปในอนาคต

สรุปข้อดีของการใช้โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานจัดงานแสดงสินค้า

ข้อจำกัดในการรับน้ำหนักและการออกแบบ โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานมักมีขีดจำกัดในการรับน้ำหนัก อาจไม่เพียงพอสำหรับการจัดแสดงสินค้าหนักหรือขนาดใหญ่ การออกแบบของโครงสร้างบุธอลูมิเนียมมักจำกัดอยู่ในรูปแบบที่ค่อนข้างเดิม ๆ และอาจไม่สามารถสร้างสรรค์รูปทรงหรือลวดลายที่แปลกใหม่และน่าสนใจได้

2. ข้อจำกัดด้านความปลอดภัยและความทนทาน การรับน้ำหนักเกินพิกัดหรือการติดตั้งที่ไม่เหมาะสมอาจทำให้โครงสร้างเสี่ยงต่อการล้ม รวมทั้งยังขาดความปลอดภัยในงานแสดงสินค้า การใช้กระจกหรือวัสดุอื่น ๆ เพิ่มเติม อาจทำให้โครงสร้างมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น เช่น การต้องใช้ตะขอเสริมหรือการออกแบบที่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ

3. ข้อจำกัดเกี่ยวกับขนาดและการปรับแต่ง คือ โครงสร้างมีขนาดและรูปแบบที่ตายตัว จำกัดความสามารถในการปรับแต่งตามความต้องการของงาน

4. การสร้างโครงสร้างที่มีความซับซ้อนหรือไม่ปกติ เช่น โคงหรือวงกลม อาจต้องใช้วิธีการจัดสร้างที่ซับซ้อนและมีต้นทุนสูง

5. ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการตลาด คือ โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมักถูกมองว่าไม่ทันสมัยหรือมีความหยาบที่จำกัด ซึ่งอาจไม่เหมาะกับงานแสดงสินค้าที่ต้องการภาพลักษณ์เฉพาะ สำหรับงานที่ต้องการภาพลักษณ์ที่เฉพาะเจาะจงหรือแตกต่าง โครงสร้างนี้อาจไม่ตอบโจทย์

6. ปัญหาด้านการบำรุงรักษาและการใช้งาน คือ การจัดเก็บและบำรุงรักษาโครงสร้างต้องใช้ความระมัดระวังเพื่อป้องกันการเสื่อมสภาพ ทำให้มีความทนทานน้อยลง รวมถึงการใช้งานระยะยาวอาจทำให้โครงสร้างเสื่อมสภาพ ลดความน่าเชื่อถือและความสวยงาม

7. การพิจารณาข้อจำกัดเหล่านี้จะช่วยให้ผู้จัดงานสามารถวางแผนและดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของทั้งผู้จัดงานและผู้เข้าชมงานได้อย่างเหมาะสม

การพิจารณาข้อจำกัดเหล่านี้จะช่วยให้ผู้จัดงานสามารถวางแผนและดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของทั้งผู้จัดงานและผู้เข้าชมงานได้อย่างเหมาะสม

สรุปกระบวนการเลือกใช้ระบบบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน

การเลือกใช้ระบบบุธอลูมิเนียมมาตรฐานในการจัดงานแสดงสินค้าต้องพิจารณาหลายปัจจัย เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด กระบวนการเสริมที่ต้องพิจารณาก่อนใช้งานจริงประกอบด้วย

1. การปรับปรุงระยะของโครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน คือ การปรับปรุงระยะของโครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าและงานแสดงสินค้าต่าง ๆ รวมถึง การเพิ่มความยาวของเสาหรือบาร์โครงสร้าง เช่น การเพิ่มความยาวของเสาอลูมิเนียมช่วยให้สามารถสร้างบุธที่มีขนาดใหญ่ขึ้นหรือมีความสูงมากขึ้น ซึ่งจะตอบสนองได้ดีกับงานแสดงสินค้าที่ต้องการพื้นที่แสดงผลงานในรูปแบบที่ใหญ่ การผสมผสานวัสดุเพื่อเพิ่มความหลากหลาย การผสมผสานวัสดุต่าง ๆ เช่น การใช้แผ่นไม้หรือกระจกเพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ให้กับโครงสร้างบุธ ช่วยให้บุธมีลักษณะที่ไม่เหมือนใครและดึงดูดความสนใจ

2. การลดเวลาในการติดตั้ง คือ บุธอลูมิเนียมสำหรับงานแสดงสินค้าเป็นกระบวนการที่ต้องพิจารณาหลายด้าน ตั้งแต่การออกแบบไปจนถึงการจัดการทีมงาน ต่อไปนี้ คือ วิธีการต่าง ๆ ช่วยลด

เวลาในการติดตั้ง ได้แก่ การใช้ซอฟต์แวร์ออกแบบที่ทันสมัยเพื่อจำลองและทดสอบกระบวนการติดตั้งก่อนการดำเนินงานจริง เครื่องมือประกอบอัตโนมัติ การรีวิวและปรับปรุงกระบวนการติดตั้งหลังจากแต่ละงาน เพื่อหาจุดที่สามารถปรับปรุงและเร่งกระบวนการติดตั้งในอนาคต เป็นต้น

3. การพัฒนาทีมงานและการฝึกอบรม คือ การพัฒนาทีมงานและการฝึกอบรมเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการเลือกใช้ระบบบูรณาการมาตรฐาน เพื่อให้การติดตั้งและการจัดงานมีประสิทธิภาพ รายละเอียดและตัวอย่างของกระบวนการนี้ ได้แก่

3.1 การฝึกอบรมทักษะเฉพาะ ผ่านการอบรมทักษะเฉพาะตัวเช่น การตัด การประกอบ และการจัดวางโครงสร้างอลูมิเนียมอย่างมีคุณภาพ เป็นต้น การสร้างโปรแกรมอบรมสำหรับการประกอบบูธที่มีความซับซ้อน อาทิ โดยเฉพาะบูธที่มีโครงสร้างพิเศษหรือบูธแบบกำหนดเอง

3.2 การเรียนรู้เทคนิคใหม่ ๆ เพื่อช่างได้เรียนรู้วิธีการใช้เครื่องมือและเทคนิคใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตั้ง การอบรมการใช้เทคโนโลยีการตัดด้วยเลเซอร์เพื่อสร้างชิ้นส่วนที่มีความแม่นยำสูง

3.3 การพัฒนาความรู้ด้านความปลอดภัย อบรมด้านมาตรฐานความปลอดภัย เช่น การใช้เครื่องมืออย่างปลอดภัยและการป้องกันอุบัติเหตุในที่ทำงาน อบรมเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลและการปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยง เป็นต้น

3.5 การฝึกฝนทักษะการแก้ไขปัญหา เพื่อก่อให้เกิดการตอบสนองต่อปัญหา และความท้าทายที่เกิดขึ้นระหว่างการติดตั้ง จำลองสถานการณ์ที่บูธมีปัญหา เช่น ชิ้นส่วนที่ไม่เข้ากัน และการฝึกวิธีการหาวิธีแก้ไขอย่างรวดเร็ว

3.6 การสร้างการรับรู้ และความรับผิดชอบ ส่งเสริมความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมในโครงการ มอบหมายงานพิเศษและการกำหนดผู้รับผิดชอบดูแลโครงสร้างในแต่ละส่วนของบูธ

การพัฒนาทีมช่างและการฝึกอบรมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มคุณภาพและความเชื่อถือของโครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐาน ช่วยให้การติดตั้งมีประสิทธิภาพสูงสุดและลดความเสี่ยงของการเกิดความเสียหาย

4. การจัดการปัญหาด้านความปลอดภัยเข้มงวดในขั้นตอนการติดตั้ง เช่น การตรวจสอบความแข็งแรงของข้อต่อและการใช้แผ่นป้องกัน โดยใช้เพื่อลดความเสี่ยงจากการตก หรือลื่นของโครงสร้าง การติดตั้งระบบป้องกันเพิ่มเติมในงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ที่มีการใช้โครงสร้างหนักหรือรูปทรงซับซ้อน รวมทั้งการใช้เทคนิคการติดตั้งที่เหมาะสมและการตรวจสอบอย่างละเอียดโดยช่างผู้มีความชำนาญ เพื่อให้แน่ใจว่าโครงสร้างได้รับการติดตั้งอย่างถูกต้องและมั่นคง การใช้เทคนิคการประกอบที่เฉพาะเจาะจงสำหรับการติดตั้งโครงสร้างทรงโค้งหรือทรงวงกลม การติดตั้งเซ็นเซอร์ตรวจจับการสั่นสะเทือนหรือการเคลื่อนไหวบนโครงสร้างที่สูงเพื่อเตือนให้ทราบถึงความเสี่ยงของการลื่นหรือความไม่มั่นคง

5. การสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ใช้และผู้ให้บริการ โครงสร้างบุธอลูมิเนียมมาตรฐานเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ทั้งสองฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี รวมถึงการสื่อสารอย่างชัดเจนตรงประเด็นระหว่างผู้ใช้และผู้ให้บริการช่วยให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจความต้องการ ความคาดหวังของกันและกัน เช่นการจัดประชุมร่วมกับลูกค้าก่อนการติดตั้งบุธเพื่อหารือเกี่ยวกับการออกแบบ ความต้องการด้านฟังก์ชัน และปัจจัยด้านความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากนี้ การให้คำแนะนำและข้อเสนอผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำและข้อเสนอที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า อาทิ การแนะนำวัสดุใหม่หรือการออกแบบที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เพื่อเพิ่มความโดดเด่นและความทันสมัยให้กับบุธ ตลอดจนการอัปเดตการออกแบบและการใช้วัสดุใหม่ๆ เช่น การนำเข้าวัสดุที่มีคุณสมบัติพิเศษ วัสดุที่มีน้ำหนักเบาแต่มีความแข็งแรงสูง หรือการใช้การพิมพ์สามมิติเพื่อสร้างองค์ประกอบตกแต่งที่

เฉพาะเจาะจงการพัฒนาโครงสร้างระบบบูธ (Booth System) ที่มีความทันสมัยและหลากหลายมากขึ้น เป็นต้น ตลอดจนการใช้โครงสร้างแม่พิมพ์ที่มีความแข็งแรงและขนาดใหญ่กว่าเดิม

สรุปมุมมองของผู้จัดงาน

การใช้โครงสร้างบูธออลูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้ามีประโยชน์มากทั้งในด้านความสะดวกสบาย ประหยัดงบประมาณ และความมั่นคงและปลอดภัย

1. โครงสร้างบูธออลูมิเนียมช่วยให้สามารถติดตั้งและถอนได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาไม่ถึงหนึ่งวัน ช่วยลดเวลาในการเตรียมงานและขนส่ง ช่วยให้การจัดงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และลดความยุ่งยากในการจัดการโลจิสติกส์ เช่น การขนย้ายวัสดุ
2. โครงสร้างนี้ช่วยลดต้นทุนในการจัดตั้งบูธ ทำให้เงินงบประมาณสามารถนำไปใช้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดได้ ช่วยให้เจ้าของงานสามารถจัดสรรงบประมาณไปในส่วนที่สำคัญอื่นๆ ได้มากขึ้น และเพิ่มคุณภาพของงาน
3. โครงสร้างบูธออลูมิเนียมที่มีการติดตั้งอย่างมั่นคง และมีมาตรการความปลอดภัย ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับทั้งผู้จัด และผู้เข้าชมงานว่างานจะจัดขึ้นได้อย่างปลอดภัย และมีคุณภาพ

สรุปมุมมองของผู้จัดงานแสดงสินค้า

การใช้โครงสร้างบูธออลูมิเนียมมาตรฐานนั้นได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้จัดงานในงานแสดงสินค้าด้วยหลากหลายเหตุผล ดังนี้

1. ผู้ปฏิบัติงานสามารถปรับเปลี่ยนหน้าตาบุธได้อย่างอิสระเพื่อสร้างความโดดเด่นและเฉพาะตัวให้กับแบรนด์ของตน โดยใช้โครงสร้างอลูมิเนียมที่สามารถปรับแต่งได้ง่าย ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถสร้างบุธที่สะท้อนค่านิยมและความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์

2. ผู้ปฏิบัติงานที่มีงบประมาณจำกัดพบว่าการใช้โครงสร้างอลูมิเนียมเป็นทางเลือกที่คุ้มค่า ทั้งในเรื่องของต้นทุนและความสะดวกในการติดตั้ง เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถจัดสรรงบประมาณไปยังด้านอื่น ๆ เช่น การตลาดหรือการสร้างสรรค์สินค้า เป็นต้น

3. ผู้ปฏิบัติงานที่ต้องการการออกแบบที่เฉพาะเจาะจงอาจพบว่า โครงสร้างอลูมิเนียมมีข้อจำกัด และต้องค้นหาทางเลือกอื่นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการออกแบบที่สูง ช่วยเสริมความตระหนักในเรื่องการเลือกโครงสร้างบุธที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละงานมุมมองของลูกค้า

โครงสร้าง System ในงานแสดงสินค้ามีความสำคัญและได้รับการยอมรับในหลายมิติ แต่ละกลุ่มมีความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ความสะดวกในการติดตั้ง ความปลอดภัย ความคุ้มค่าในงบประมาณ ไปจนถึงความต้องการด้านการออกแบบที่เฉพาะเจาะจง การใช้โครงสร้างนี้จึงต้องพิจารณาถึงความต้องการที่หลากหลายและหาทางออกที่สามารถรองรับความต้องการของทุกฝ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปมุมมองของผู้เยี่ยมชมบุธ

1. มุมมองโดยรวมแสดงให้เห็นว่าผู้เยี่ยมชมสนใจในเนื้อหาและสินค้าที่จัดแสดงมากกว่า โครงสร้างของบุธเอง. บุธที่มีการออกแบบพิเศษอาจดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจได้มากกว่า

2. บางกลุ่มมีความสนใจในความสร้างสรรค์และภาพลักษณ์ของบุธ โดยเฉพาะบุธที่สามารถนำเสนอความโดดเด่นเฉพาะตัวหรือภาพลักษณ์แบรนด์ได้ชัดเจน

มุมมองโดยรวมแสดงให้เห็นว่าผู้เยี่ยมชมสนใจในเนื้อหาและสินค้าที่จัดแสดงมากกว่า โครงสร้างของบูธเอง บูธที่มีการออกแบบพิเศษอาจดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจได้มากกว่า บางกลุ่มมีความสนใจในโครงสร้างสรรค์และภาพลักษณ์ของบูธ โดยเฉพาะบูธที่สามารถนำเสนอความโดดเด่นเฉพาะตัวหรือภาพลักษณ์แบรนด์ได้ชัดเจน

สรุปอนาคตของการใช้โครงสร้างบูธอูมิเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้า

1. การปรับปรุงและนวัตกรรม

- 1.1 รูปแบบโครงสร้าง คาดหวังว่าจะมีการพัฒนารูปแบบโครงสร้างที่หลากหลายขึ้น ทั้งในเรื่องของอุปกรณ์เสริมและวัสดุที่ใช้ในการหุ้มบูธ เช่น สติกเกอร์ลายไม้ (Mirror Flex)
- 1.2 การขนส่ง มีการปรับปรุงวิธีการขนส่งเพื่อให้สะดวกขึ้นในการนำไปติดตั้งในพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงต่างจังหวัด
- 1.3 การใช้งานระบบบูธ (BoothSystem) ในงานแสดงสินค้าอย่าง ProPack, การใช้บูธโครงสร้าง System มีมากขึ้นเมื่อเทียบกับบูธคูหามาตรฐาน
- 1.4 ความต้องการต่อเทคโนโลยีใหม่: อนาคตคาดหวังการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะเพิ่มขึ้นมาช่วยให้โครงสร้างและการออกแบบบูธทำได้ละเอียดและหลากหลายมากขึ้น

2. การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

- 2.1 การปรับตัวต่อความต้องการ ผู้จัดงานและผู้ออกงานมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นในการใช้งานและการออกแบบที่มีความเฉพาะทางมากขึ้น
- 2.2 ความหลากหลายในการออกแบบ มีแนวโน้มว่าบูธมาตรฐานที่มีหน้าตาเหมือนกันจะลดน้อยลง และมีการใช้บูธแบบ Pavilion หรือโครงสร้างไม้แบบพิเศษมากขึ้น
- 2.3 การเน้นกิจกรรมการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์ ในอนาคตทางผู้ออกงานอาจลดการออกแบบและเน้นไปที่กิจกรรมทางการตลาดและสื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้น

3. แนวโน้มเชิงพฤติกรรมและความยั่งยืน

3.1 การใช้งานที่คุ้มค่าและยั่งยืน คาดหวังว่าการใช้โครงสร้างบุธ System จะมีมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยด้านความยั่งยืน

3.2 การลดการสร้างขยะ การใช้โครงสร้าง System แทนโครงสร้างไม้และเหล็กที่สร้างขยะจำนวนมาก

3.3 การพัฒนาโครงสร้างและอุปกรณ์ อาจมีการพัฒนาอุปกรณ์ใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อให้โครงสร้าง System แปรลกใหม่และเหมาะสมกับความต้องการในการจัดงานต่าง ๆ

4. ความคาดหวังในอนาคต

4.1 การเปลี่ยนแปลงของส่วนประกอบ อนาคตพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงในส่วนประกอบของโครงสร้างบุธ System ที่มีความหลากหลายและสามารถปรับเปลี่ยนได้มากขึ้น

4.2 การใช้ความคิดสร้างสรรค์ การนำเสนอบุธในรูปแบบที่สร้างสรรค์มีคุณภาพที่ดีขึ้น การใช้วัสดุและการออกแบบที่มีความยืดหยุ่นและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า

4.3 การพัฒนาเทคโนโลยี การนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ ในโครงสร้างบุธ System อาทิ การติดตั้งแสง LED หรือการใช้วัสดุอื่น ๆ ที่ทำให้บุธดูโดดเด่นและน่าสนใจมากขึ้น

5.2 อภิปราย

การวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎี UTAUT2 ในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวก ความพยายาม แรงจูงใจทางอารมณ์ และอิทธิพลทางสังคมมีผลอย่างมากต่อการยอมรับ และการใช้งานเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า

การเตรียมงานและติดตั้งอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี UTAUT2 ในด้านของเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) ซึ่งเน้นถึงความสำคัญของทรัพยากรและการ

สนับสนุนที่จำเป็นในการนำเทคโนโลยีมาใช้ ความสามารถในการปรับเปลี่ยนและซ่อมแซม การปรับแต่งที่ง่ายและความทนทานของโครงสร้างซึ่งสอดคล้องกับ Susan A Brown and Viswanath Venkatesh (2005) ที่ศึกษาเรื่องทฤษฎีแรงจูงใจทางอารมณ์ (Hedonic Motivation) ใน UTAUT2 ซึ่งกล่าวว่า ความพึงพอใจและความสะดวกในการใช้งานเทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับ และการใช้เทคโนโลยี

ต้นทุนการผลิตและการดำเนินงานที่ต่ำ สนับสนุนทฤษฎีมูลค่า (Price Value) ใน UTAUT2 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการลงทุนมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

ปัญหาด้านการบำรุงรักษาและการใช้งาน ข้อจำกัดเหล่านี้สามารถเชื่อมโยงไปยัง ความคาดหวังของความพยายาม (Effort Expectancy) ในทฤษฎี UTAUT2 ซึ่งเน้นว่าความยากง่ายในการใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับและการใช้งาน

การปรับตัวในตลาดและภาพลักษณ์ของแบรนด์ ประเด็นเหล่านี้สามารถเชื่อมโยงไปถึง อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ใน UTAUT2 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Susan A Brown and Viswanath Venkatesh (2005) กล่าวว่า บรรทัดฐานทางสังคมและการรับรู้ทางสังคมมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

ข้อจำกัดในการรับน้ำหนักและการออกแบบ ทฤษฎี UTAUT2 ให้ความสำคัญกับเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) ที่หมายถึงการมีทรัพยากรและการสนับสนุนที่จำเป็นในการนำเทคโนโลยีมาใช้ อย่างไรก็ตาม หากโครงสร้างบุริมมีข้อจำกัดในการรับน้ำหนักหรือการออกแบบที่จำกัด อาจขัดแย้งกับเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก เนื่องจากทำให้การใช้งานมีข้อจำกัด และต้องอาศัยการดัดแปลงหรือเสริมเติมเพิ่มเติม ซึ่งอาจไม่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Susan A Brown and Viswanath Venkatesh (2005)

ปัญหาด้านความปลอดภัยและความทนทาน ปัญหาเหล่านี้อาจขัดแย้งกับ ความคาดหวังของความพยายาม (Effort Expectancy) ในทฤษฎี UTAUT2 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Susan A

Brown and Viswanath Venkatesh (2005) กล่าวว่า ความง่ายและความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับและการใช้งาน หากผู้ใช้ต้องเผชิญกับปัญหาความปลอดภัยหรือความทนทานที่ไม่เพียงพอ อาจทำให้ความพยายามในการใช้งานเพิ่มขึ้น และอาจลดความปรารถนาในการใช้เทคโนโลยีนี้

ปัญหาด้านการบำรุงรักษาและการใช้งาน ข้อจำกัดเหล่านี้อาจขัดแย้งกับทฤษฎี "นิสัย" (Habit) ใน UTAUT2 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Moez Limayem et al. (2007) กล่าวว่า พฤติกรรมที่เกิดจากความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี หากโครงสร้างบุรุษต้องการการบำรุงรักษาที่มากหรือมีปัญหาในการใช้งานที่ต่อเนื่อง อาจทำให้ผู้ใช้มีความไม่พึงพอใจ และอาจไม่สามารถพัฒนานิสัยในการใช้งานเทคโนโลยีนี้ได้

ภาพลักษณ์ที่ไม่ตอบโจทยและความนิยมในตลาด ปัญหาเหล่านี้อาจขัดแย้งกับ "อิทธิพลทางสังคม" (Social Influence) ในทฤษฎี UTAUT2 ที่ระบุว่าบรรทัดฐานทางสังคมและการรับรู้ทางสังคมมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Susan A Brown and Viswanath Venkatesh (2005) หากโครงสร้างบุรุษไม่สามารถสื่อสารภาพลักษณ์แบรนด์ได้ดี หรือมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดึงดูดในตลาด อาจทำให้ผู้ใช้ไม่เต็มใจที่จะนำเทคโนโลยีนี้ไปใช้

ดังนั้น ข้อจำกัดต่าง ๆ ของการใช้โครงสร้างบุรุษมีเนียมมาตรฐานในงานแสดงสินค้าอาจขัดแย้งกับหลักการบางประการในทฤษฎี UTAUT2 โดยเฉพาะในด้านของการอำนวยความสะดวก ความพยายามในการใช้งาน นิสัย และอิทธิพลทางสังคม

การใช้งานโครงสร้างบุรุษมีเนียมมาตรฐานส่วนใหญ่สอดคล้องกับการศึกษาของ Susan A Brown and Viswanath Venkatesh (2005) กล่าวว่า แนวคิดใน UTAUT2 ในเรื่องของ Performance Expectancy Effort Expectancy และ Social Influence อย่างไรก็ตามมีข้อขัดแย้งในเรื่องของ Facilitating Conditions Price Value และ Habit ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ทำทลายในการยอมรับและใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ

5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. การวิจัยควรมีการศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดแสดงสินค้าในท้องถิ่นต่างจังหวัด นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างบูธอูมิเนียมมาตรฐานกับโครงสร้างอื่น ๆ เช่น ไม้หรือเหล็ก จะช่วยให้เข้าใจข้อดีและข้อเสียของแต่ละวัสดุได้ดีขึ้น
3. การวิจัยควรสำรวจการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การใช้งาน VR/AR หรือเทคโนโลยีสมาร์ตในบูธอูมิเนียมเพื่อเพิ่มประสบการณ์ผู้เข้าชมและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ
4. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้และลูกค้า เพื่อเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บูธอูมิเนียม รวมถึงการสำรวจวิธีการที่บูธสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้
5. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้า ผู้ใช้งาน และทัศนคติของผู้ใช้งานระบบบูธอูมิเนียมมาตรฐาน และการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าชมงาน



รายการอ้างอิง

- Colin Butler, Yahia Bassiouni, Mohamed EL-Adly, & Achmad Widjaja. (2007). Revamping the value chain in exhibition facilities: the case of the Dubai exhibition industry. *Facilities*, 25(11/12), 419-436.
- Thailand Exhibition. (2023). การจัดงานแสดงสินค้าตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน. <https://www.thailandexhibition.com/talk/detail/?id=60b98dd6e717a#:~:text=%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B9%81%E0%B8%AA%E0%B8%94%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B9%89%E>
- Triumfo International GmbH. (2021). ADVANTAGES OF MODULAR SYSTEM BASED OCTANORM STANDS. <https://www.triumfo.de/advantages-of-modular-system-based-octanorm-stands/>
- Algernon Graves. (1907). *The Society of Artists of Great Britain, 1760-1791; The Free Society of Artists, 1761-1783: A Complete Dictionary of Contributors and Their Work from the Foundation of the Societies to 1791*. G. Bell and sons.
- Matthew Hargraves. (2005). 'Candidates for fame': the Society of Artists of Great Britain, 1760-1791. Yale University Press.
- Xin Jin, Karin Weber, & Thomas Bauer. (2012). Relationship quality between exhibitors and organizers: A perspective from Mainland China's exhibition industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1222-1234.
- Wayne W Lamorte. (2022). The Binomial Distribution: A Probability Model for a Discrete Outcome. In: Boston University School of Public Health. Available at: [https://sphweb](https://sphweb....)
- Grzegorz Leszczynski, & Marek Zielinski. (2011). The Role of Trade Fairs in Sales: Trends and Research Propositions. Global Sales Science Conference, University of Bocconi, Mediolan,

Seul Ki Lim, Min Jung Park, Jae Cheong Lim, Jong Choon Kim, Ho Jae Han, Gye-Yeop Kim, Benjamin F Cravatt, Chang Hoon Woo, Seung Jin Ma, & Kyung Cheol Yoon. (2012). Hyperglycemia induces apoptosis via CB1 activation through the decrease of FAAH 1 in retinal pigment epithelial cells. *Journal of cellular physiology*, 227(2), 569-577.

Bangkok Post. (2018). The growth and rise of Thailand's exhibition industry" (Press release). <https://boothdesignideas.com/product/grand-view-products-10x10-trade-show-booth/>

Bangkok International Motor Show. (2023). ตารางการจัดงาน Bangkok International motor show. <https://www.motorshow.in.th/>

Event & Exhibition Market Size. (2024). Event and Exhibition Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029). <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/event-and-exhibition-market>

Thaigov. (2565). กรม เศรษฐกิจ! มาตรการภาษี ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 2 เท่า สนับสนุนการจัดสัมมนา นิทรรศการ งานแสดงสินค้า ภายในประเทศ ถึงสิ้นปีนี้. <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/56953>

Wang Xinsheng. (2021). *Exhibition Design Engineering Manual*. Cambridge Scholars Publishing.

Yahoo. (2022). financeExhibition industry in Thailand posts strong rebound. https://finance.yahoo.com/news/exhibition-industry-thailand-posts-strong-060700339.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLnNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAJzN8tbmuqAwMF0zDWy_gTEX6z-8bChUNmNsf7anFf_M1wkNb6lgzZqs4LNZ9d87XlgiiGj6cdBmxOClGv1oY9

กิตติ ภัคดีวัฒนกุล และทวีศักดิ์ กาญจน สุวรรณ. (2547). *คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.

เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). *Event Marketing*. กรุงเทพฯธุรกิจ.

แสงสุริยา วรหัตถ์คำ. (2551). *การจัดแสดงและนิทรรศการ*. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

หนังสือพิมพ์เชียงใหม่. (2565). รถโรงหน้กัันแรก ตระเวนฉาย 4 อำเภอที่เชียงใหม่.

<https://www.chiangmainews.co.th/social/2812989/>





ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

มนต์ชนะ สัตย์ธำรงเหียร

วุฒิการศึกษา

สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ สาขาสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

