

แนวทางการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน

ในบริบทอัยาศัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย : กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี

Event Design Guidelines' for Cultural Fun Fair in Gracious Thai Hospitality: A Case Study of Dusit Thani College Bangkok

◆ จีณัสมมา ศรีหิรัญ

หัวหน้าสาขาการจัดการนิทรรศการและการประชุม คณะการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
วิทยาลัยดุสิตธานี

Jenasama Srihirun

Head of MICE & Event Management Department, Faculty of Hotel and
Tourism Management, Dusit Thani College, E-mail: jenasama.sr@dtc.ac.th

◆ ศศิพัชร ปีติโรจน์

คณบดีคณะอุตสาหกรรมบริการนานาชาติ วิทยาลัยดุสิตธานี

Sasiphatr Pitirote

Dean, Faculty of International Hospitality Industry, Dusit Thani College

E-mail: sasiphatr.pi@dtc.ac.th

◆ กาญจนา แฮนนอน

รองอธิการบดีฝ่ายสื่อสารการตลาด และอาจารย์ประจำหลักสูตร นวัตกรรมบริการ

ในธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยดุสิตธานี

Kanjana Hannon

Vice President of Marketing Communication & Curriculum Member of Service Innovation
in Tourism and Hotel Business, Faculty of Hotel and Tourism Management

Dusit Thani College, E-mail: kanjana.ha@dtc.ac.th

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the concept of Gracious Thai hospitality 2) to prioritize classes in the domain design of EMBOK model for cultural fun fair. 3) to provide guideline for designing cultural fun fair in the context of Gracious Thai hospitality, A case study of Dusit Thani College, Bangkok. Qualitative research involving documentary analysis which was applied to obtain the data related to EMBOK model, concept of Thai Identity, Thainess and Gracious Hospitality. Qualitative data were collected from observation participations, focus group

discussions and In-depth interviews using Semi-structured interviews. A thematic analysis by offering descriptive analysis was used of this research. The finding indicated that “Gracious Thai hospitality” was A taking care of guests like a family members. Welcoming guests in traditional Thai greeting “Wai” in the “Thai smile” and said Thai hello “Sawasdee” with “humble”, “friendly”, “fun” and “helpful”. Respected seniority even though not a relative or a person known before. Always Thais said “Mai Pen Lai” it means “Don’t worry and Not Be Serious” to treat the spirit and maintain good relationships between people. Priority of classes of design domains are: Theme Design, Content Design, and Production Design respectively. The concept of Thai identity, Thainess and Gracious Hospitality was researched and applied to guideline of the event design for cultural fun fair, a creative work in designing and organizing the activities in accordance with this concept was provided such as “Thai Temple Fair”, “Come to Thai, Stays as Thais” and “Thailand's Street Food Culture”.

Keywords: Event Design, Cultural Fun Fair, Gracious Thai Hospitality

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวคิดของอัตลักษณ์ไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย 2) ลำดับความสำคัญของหน่วยย่อยในโดเมนความรู้ด้านการออกแบบ ของ EMBOK Model ในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน 3) กำหนดแนวทางในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ในบริบทอัตลักษณ์ไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ตรวจสอบข้อมูลด้วยหลักแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลจากการวิจัย โดยนำเสนอเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า “อัตลักษณ์ไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย” คือ การดูแล เอาใจใส่ แขกผู้มาเยือนเหมือนดังเป็นคนในครอบครัว การทักทายต้อนรับแขกผู้มาเยือนด้วย “การไหว้” ในกิริยาที่ “ยิ้มแย้ม แจ่มใส” และกล่าวคำว่า “สวัสดี” ด้วย “ความมีสัมมาคารวะ สุภาพ อ่อนโยน อ่อนน้อม ถ่อมตน” และ “เป็นมิตร” “รักสนุก เฮฮา” พร้อม “ให้ความช่วยเหลือ” มีการเคารพนับถือผู้อาวุโส แม้ไม่ใช่ญาติหรือคนที่รู้จักกันมาก่อน และมักกล่าวว่า “ไม่เป็นไร” ในการรักษาน้ำใจและดำรงสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างบุคคล ลำดับความสำคัญของหน่วยย่อยในการออกแบบ คือ การออกแบบธีมงาน (Theme Design) การออกแบบเนื้อหา (Content Design) และการออกแบบการผลิต (Production Design) ตามลำดับ มีการนำแนวคิดของอัตลักษณ์ไทย ความเป็นไทย และอัตลักษณ์ไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย มาศึกษาค้นคว้า วิจัย และประยุกต์ใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการสร้างสรรค์งานออกแบบ การจัดกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบ

สนุกสนาน ซึ่งได้แนวทางการออกแบบงาน ประกอบด้วย “ชิมงานวัด” “มาเมืองไทย อยู่อย่างไทย และ “วัฒนธรรมอาหารริมทางแบบไทย” เป็นต้น

คำสำคัญ : การออกแบบกิจกรรม งานอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน อธิบายไม่ตรีทั้งดงาม
ตามอย่างไทย

บทนำ

ภาพรวมธุรกิจอีเว้นท์ปี พ.ศ. 2560 นี้ มีแนวโน้มเติบโตไปในเชิงบวก โดยเฉพาะในกลุ่มงานบันเทิง เช่น คอนเสิร์ต โชว์ และนิทรรศการงานอีเว้นท์ต่าง ๆ นอกจากนี้แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอีเว้นท์ของประเทศไทยยังมีบทบาทสำคัญในตลาด CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม). และมีศักยภาพในการขยายธุรกิจอีเว้นท์ไปยังต่างประเทศ อาทิ สิงคโปร์ เป็นอย่างสูงซึ่งปัจจัยด้านเอกลักษณ์และเสน่ห์ความเป็นไทยผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ในการจัดงานอีเว้นท์ที่มีคุณภาพสูง ส่งมอบบริการชั้นเลิศ และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจอีเว้นท์ที่ยั่งยืน (Kunawong, 2017)

แนวคิดการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์ที่ประสบความสำเร็จ โดยมากมุ่งเน้นไปที่สุนทรียภาพของรูปลักษณ์ (Look) และความรู้สึก (Feel) ของตัวงานอีเว้นท์ที่ส่งผ่านถึงผู้เข้าร่วมชมงานมากกว่าวิธีการจัดงาน อีเว้นท์ โดยเฉพาะการสร้างประสบการณ์ร่วมให้ผู้เข้าชมงาน (Attendee) ได้ใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา-การมองเห็น หู-การได้ยิน จมูก-การได้กลิ่น กาย-การได้สัมผัส และลิ้น-การได้ลิ้มลองรสชาติ ที่น่าจดจำ และสร้างประสบการณ์ที่สุดแสนพิเศษให้กับผู้ร่วมงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง (Ferdinand & Kitchen, 2017)

อย่างไรก็ตาม เอกลักษณ์ และลักษณะเฉพาะเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นสำหรับการสร้างความโดดเด่นที่น่าประทับใจในงานอีเว้นท์ ดังนั้นสาระสำคัญของความเป็นไทย (Thainess) ซึ่งได้แก่ วิถีชีวิต (Way of Life) ภายใต้อิทธิพล “ความสนุก (Fun)” และ “ความไม่เป็นไร (Don't Worry & Not Be Serious)” ซึ่งเป็นทัศนคติที่แสดงออกถึงความไม่เครียด สบาย สบาย ยืดหยุ่น มีจิตใจดี และมีอภิปรัชญาไม่ตรีที่ดีต่อผู้อื่น ลักษณะนี้ทำให้วัฒนธรรมไทย วิถีชีวิตไทย และความเป็นคนไทย มีเสน่ห์ ที่ไม่เหมือนใคร และทำให้ประเทศไทยแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ (tatpr, 2015)

ด้วยองค์ความรู้ด้านการจัดการกิจกรรม ที่เรียกว่า EMBOK Model (Event Management Body of Knowledge) ซึ่งประกอบไปด้วย องค์ความรู้หลักใน 3 มิติ ได้แก่ 1) โดเมนความรู้ (Domains) 2) ขั้นตอนหรือ เฟส (Phases) และ 3) กระบวนการ (Processes) โดยเฉพาะโดเมนความรู้ (Domains) ที่ประกอบไปด้วย 5 หัวข้อ กล่าวคือ 1) การบริหารจัดการ (Administration) 2) การออกแบบ (Design) 3) การตลาด (Marketing) 4) การดำเนินงาน (Operations) และ 5) ความเสี่ยง (Risk) ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากองค์กรการจัดงานอีเว้นท์ระดับนานาชาติว่าเป็นเครื่องมือในการจัดการงานอีเว้นท์ที่ยอดเยี่ยม (Goldblatt, 2014) โดยเฉพาะในการวิจัยครั้งนี้ เน้นการใช้โดเมนความรู้ (Domains) ด้านการออกแบบ (Design Domain) ซึ่งประกอบไปด้วย 7 หน่วยย่อย (Classes) ที่ต้องทำการศึกษา ได้แก่ 1) การออกแบบเนื้อหา (Content Design) 2) การออกแบบธีม (Theme Design) 3) การออกแบบโปรแกรมงาน (Program

Design) 4) การออกแบบสิ่งแวดล้อม (Environment Design) 5) การออกแบบการผลิต (Production Design) 6) การออกแบบสิ่งบันเทิง (Entertainment Design) และ 7) การออกแบบงานจัดเลี้ยง (Catering Design) ในการวิจัย (Silvers, 2007).

อย่างไรก็ตาม หากนำแนวคิดการออกแบบการจัดการงานอีเว้นท์ของ EMBOK Model มาประยุกต์ใช้กับแนวคิดความเป็นไทย และอภัยชัยไมตรีอย่างไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์ นับได้ว่าเป็นการส่งเสริม สร้างการรับรู้ และสะท้อนให้เห็นถึง อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ความเป็นไทย ที่ส่งผ่านการออกแบบการจัดกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยอภัยชัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย ให้เป็นที่รู้จักเพื่อทำนุบำรุง รักษา อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ความเป็นไทย ให้คงอยู่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมสืบต่อไป โดยใช้กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวคิดนิยามของอภัยชัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย (Gracious Thai Hospitality) 2) เพื่อลำดับความสำคัญของหน่วยย่อย (Classes) ในโดเมนความรู้ด้านการออกแบบ (Design Domain) ของ EMBOK Model ในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน และ 3) กำหนดแนวทางเบื้องต้นในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ในบริบทอภัยชัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้ความรู้ของแนวคิดโดเมน (Domains) ความรู้ด้านการออกแบบ (Design Domain) ของ EMBOK (Event Management Body of Knowledge) ในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์ในบริบทอภัยชัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ

2) เพื่อสะท้อนให้เห็นถึง อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ความเป็นไทย ที่ส่งผ่านโดยการออกแบบการจัดกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยอภัยชัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทยกรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ ให้เป็นที่รู้จักในสายตาชาวต่างชาติ

3) เพื่อทำนุบำรุง รักษา อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ความเป็นไทย ให้คงอยู่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมไทย โดยนำแนวทางการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนานในบริบทอภัยชัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย สำหรับการจัดเตรียมงานอีเว้นท์จริงในงานเลี้ยงรับรองแขกผู้มาเยือนชาวต่างชาติ ณ วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ

นิยามศัพท์

การออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์ (Event Design) หมายถึง การวางแผน การพัฒนา และการบริหารจัดการกิจกรรมงานอีเว้นท์ โดยมีปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการออกแบบงาน 2 ประเภท คือ 1) แนวคิดในการให้

ความสำคัญกับสุนทรียศาสตร์ของรูปลักษณ์ (Look) และความรู้สึก (Feel) ของกิจกรรมอีเว้นท์ และ 2) คุณลักษณะที่ดีในการจัดงานอีเว้นท์ให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จสูงสุด

กิจกรรมพิเศษ (Special Events) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้น ในโอกาสที่ไม่เป็นกิจวัตรประจำ วัตถุประสงค์ของกิจกรรมถูกจัดเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความบันเทิง เชิงวัฒนธรรม เชิงส่วนบุคคล หรือ เชิง บริษัท องค์กร เพื่อเฉลิมฉลอง สร้างความบันเทิง และสร้างประสบการณ์ร่วมกับกลุ่มคนที่มาร่วม กิจกรรม

งานอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน (Cultural Fun Fair) หมายถึง รูปแบบการตลาดที่เก่าแก่ที่สุด โดยเริ่มจากประเพณีการแสดงสินค้าและบริการ แลกเปลี่ยนสินค้าและการค้าขายระหว่างกัน ในงาน Fair โดยมากมักจัดในสถานที่ชั่วคราว ลักษณะงานเน้นความสนุกสนาน มีกิจกรรม การละเล่น เชิงประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และออกร้านขายสินค้าและบริการต่างๆ เป็นต้น

การต้อนรับแบบมีอัธยาศัยไมตรี (Gracious Hospitality) หมายถึง การต้อนรับประเภทหนึ่งซึ่ง มีเป้าหมายหลักเพื่อให้แขก หรือ ผู้มาเยือน รู้สึก และ สัมผัสถึง อัธยาศัยไมตรี ที่จริงใจ สง่างาม การได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างประณีต สามารถเข้าใจถึงความปรารถนาที่แท้จริงของแขก หรือผู้มาเยือนแต่ละคน โดยส่งมอบบริการที่ตรงใจและสามารถตอบสนองความปรารถนาของแขก หรือผู้มาเยือนนั้นได้เป็นอย่างดี

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษ (Special Events)

บลาดเดนและคณะ (Bladen, 2012) ให้คำจำกัดความคำว่า “Special Event” คือ กิจกรรมพิเศษที่ จัดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งและมีจุดมุ่งหมายให้กลุ่มคนมาพบปะกันโดยจำแนกประเภทออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) กิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและความบันเทิง (Leisure Event) 2) กิจกรรมพิเศษเฉพาะบุคคล (Personal Event) 3) กิจกรรมพิเศษด้านวัฒนธรรม (Cultural Event) และ 4) กิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับ องค์กรหรือสถาบัน (Organizational Event)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์ (Event Design)

การออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์ คือ การวางแผน การพัฒนา และการบริหารจัดการกิจกรรมงานอีเว้นท์. Adema และ Roehl (2010) เสนอปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการออกแบบที่ชื่อว่า “two-fold concept” ได้แก่ 1) แนวคิดในการให้ความสำคัญกับสุนทรียศาสตร์ของรูปลักษณ์ (Look) และความรู้สึก (Feel) ของ กิจกรรมอีเว้นท์ และ 2) คุณลักษณะที่ดีในการดำเนินการจัดงานอีเว้นท์ให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ O'Toole ที่ว่า “วัตถุประสงค์หลักของการจัดงานกิจกรรมอีเว้นท์เพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ได้มากที่สุด โดยนำเสนอ ประสบการณ์ร่วมด้านโสตประสาทสัมผัสทั้ง 5 (Multi-Sensory Experience) ผ่านการมองเห็น (Sight) ทาง สายตา ผ่านการได้ยิน (Hearing) ทางหู ผ่านการลิ้มรสชาติ (Tasted) ทางลิ้นสัมผัส ผ่านการดมกลิ่น (Smell) ทางจมูก และผ่านการสัมผัส (Touch) ทางกาย (Ferdinand & Kitchin, 2017) “The Finnish cultural

event” characteristics, touristic significance and international potential” เป็นงานเทศกาลวัฒนธรรมของชนชาติฟินแลนด์ ที่มุ่งเน้นการนำเสนอลักษณะเฉพาะ ความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในระดับสากล เพื่อจุดประสงค์ด้านการพัฒนาการตลาด (Pasanen & Hakola , 2012)

3. แนวคิดเกี่ยวกับ EMBOK Model คือ Event Management Body Of Knowledge (EMBOK)

แนวคิด EMBOK ถูกริเริ่มขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1999 โดย William O'Toole ในขณะที่ Prof. Julia Rutherford Silvers ได้ติดต่อ O'Toole เพื่อพัฒนารูปแบบ EMBOK อย่างต่อเนื่องในปี ค.ศ. 1999 จวบจน ค.ศ. 2007 โดยแนวคิด EMBOK เป็นรูปแบบการวางแผนการจัดกิจกรรมโดยผ่านทางความรู้ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ความรู้หลัก 3 มิติ ได้แก่ 1) โดเมนความรู้ (Domains) 2) ขั้นตอน (Phases) และ 3) กระบวนการ (Processes) ที่จำเป็นในการสร้าง พัฒนา การจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ โดยมีโดเมนความรู้ (Domains) 5 ประการ คือ 1) การบริหารจัดการ (Administration) 2) การออกแบบ (Design) 3) การตลาด (Marketing) 4) การดำเนินงาน (Operations) และ 5) ความเสี่ยง (Risk) (Goldblatt, 2014) โดยในงานวิจัยชิ้นนี้ได้มุ่งเน้นไปที่ โดเมนความรู้ (Domains) ที่เกี่ยวกับการออกแบบ (Design Domain) ซึ่งประกอบไปด้วย 7 หน่วยย่อย (Classes) ได้แก่ 1) การออกแบบเนื้อหา (Content Design) 2) การออกแบบธีม (Theme Design) 3) การออกแบบโปรแกรมงาน (Program Design) 4) การออกแบบสิ่งแวดล้อม (Environment Design) 5) การออกแบบการผลิต (Production Design) 6) การออกแบบสิ่งบันเทิง (Entertainment Design) และ 7) การออกแบบงานจัดเลี้ยง (Catering Design) (Silvers, 2007)

4. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ไทย (Thai Identity)

อัตลักษณ์ไทย คือ เอกลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของคนไทย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) 2) ศิลปะและวัฒนธรรมไทย (Thai Art & Culture) และ 3) สังคมและชุมชนไทย (Society & Thai Communities) (The Royal Society of Thailand, 2017) “กรอบแนวคิด ทฤษฎีและองค์ประกอบอัตลักษณ์ไทย” สะท้อนอัตลักษณ์ไทยทางด้านศาสนา สถาบันพระมหากษัตริย์ และความเป็นชาติไทย ในขณะที่คุณค่าของความเป็นไทยในสายตาของชาวต่างชาติ ถูกส่งผ่านทาง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทางศาสนาพุทธ และวิถีชีวิตความเป็นไทย (Wongtanasuporn, 2010), (Komin, 1998) (Barme, 1993) พิธีกรรมทางศาสนา มีบทบาทสำคัญกับพฤติกรรมของคนไทยที่สร้างคุณค่าและแสดงถึงบุคลิกภาพเฉพาะที่มีความอ่อนน้อมถ่อมตนในแบบอย่างความเป็นไทย (Tiranasar, 2004)

5. แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิญญาณของ "ความเป็นไทย" (Thainess)

จิตวิญญาณของ “ความเป็นไทย” คือ การผสมผสานระหว่างประเพณีดั้งเดิมและความเชื่อที่นำเสนอออกมาใน 7 ประการ กล่าวคือ 1) อาหารไทย (Thai food) 2) ศิลปะไทย (Thai Arts) 3) วิถีชีวิตไทย (Thai Way of Life) 4) สุขภาพดีแบบไทย (Thai Wellness) 5) เทศกาลงานแบบไทย (Thai Festivals) 6) ภูมิปัญญาไทย (Thai Wisdom) และ 7) ความสนุกแบบฉบับไทย (Thai Fun) โดยมีการสร้างความตระหนักรู้ซึ่งถึง “ประสบการณ์ความเป็นไทย” เชื่อมโยงกับกิจกรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย เช่น

1) มวยไทย ประกอบไปด้วย “การไหว้ครู” ซึ่งถือเป็นการเคารพครูผู้ฝึกสอน 2) ความสนุกสนานที่เป็นแบบฉบับของคนไทย ที่มีบุคลิกเฮฮา ร่าเริง และเป็นกันเอง 3) ภูมิปัญญาไทย เช่น อาหารไทย (tatpr, 2015) “Open to the new shades of Thailand” แสดงให้เห็นถึงความเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ต้อนรับแขกผู้มาเยือนจากทั่วโลก โดยส่งมอบคุณค่าประสบการณ์ท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใครตามแบบไทย” (TAT NEWS, 2017) “รอยยิ้ม” ของคนไทยทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจ (Noypayak, 2007) “รอยยิ้ม” เป็นภาษากายที่สำคัญ แสดงถึงความรู้สึกที่ดี คนไทยยิ้มง่ายกว่าคนตะวันตก (Ekman. P., 1971) จาก “Psychology of Thai People : Values and Behavior Patterns” พบว่า คนไทยมีค่านิยมหลัก 3 ประการ ได้แก่ (1) การเห็นความสำคัญของตนเองสูง (Ego Orientation) ซึ่งจะรวมถึง ความเกรงใจ การรักศักดิ์ศรี และไม่ชอบคนอื่นมาวิจารณ์ (2) การมีความกตัญญู รู้คุณ (Grateful Relationship Orientation) โดยเคารพเชื่อฟัง ผู้อาวุโส (3) การมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่ราบรื่น (Smooth Interpersonal Relationship Orientation) ซึ่งค่านิยมประการที่ 3 นี้ สะท้อนให้เห็นว่าคนไทย มีมิตรไมตรี กับคนทั่วไปและคนต่างชาติ (Komin, 1990)

6. แนวคิดเกี่ยวกับการต้อนรับแบบมีอัธยาศัยซึ่งงดงามตามอย่างไทย (Gracious Thai Hospitality)

Cambridge Dictionary ได้นิยามศัพท์ คำว่า “Gracious” คือ 1) ลักษณะพฤติกรรมที่สงบ สุภาพ และร่าเริง และ 2) มีความสะดวกสบาย สวยงาม และมีอิสระ เป็นแบบฉบับของคนมีอันจะกิน ในขณะที่ Oxford Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า “Gracious” ว่าคือ “การแสดงออกถึงความสง่างามและความสะดวกสบายในสังคมชั้นสูง” สำหรับ Longman Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า “Gracious” ไว้ว่า “ความมีสไตล์ มีราคา สะดวกสบาย มีความงดงามเหมาะสมกับผู้ที่มั่งคั่ง” ในขณะที่ความหมายของ “Hospitality” ทั้ง Cambridge Dictionary ,Oxford Dictionary และ Longman Dictionary ได้ให้คำจำกัดความที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ “เป็นการต้อนรับที่เป็นมิตรกับแขกผู้มาเยือน”

อย่างไรก็ตาม “Gracious Hospitality” อาจแปลได้ว่า อัธยาศัยไมตรีแบบปราณีตและสง่างาม เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการงานบริการและการต้อนรับซึ่งมีเป้าหมายสูงสุดเพื่อให้แขกหรือผู้มาเยือนได้สัมผัสถึงบริการที่เต็มเปี่ยมไปด้วยการดูแลเอาใจใส่อย่างปราณีต เข้าใจถึงความรู้สึกและความปรารถนาที่แท้จริงของแขกหรือผู้มาเยือนอย่างแท้จริง ตามอย่างที่เขาแต่ละท่านต้องการ การส่งมอบบริการที่สุภาพพิเศษเหนือความคาดหวังที่เต็มไปด้วยอัธยาศัยไมตรีแบบปราณีตและสง่างาม มีเอกลักษณ์เฉพาะ และไม่เคยพบที่ใดมาก่อน (quora.com, 2016)

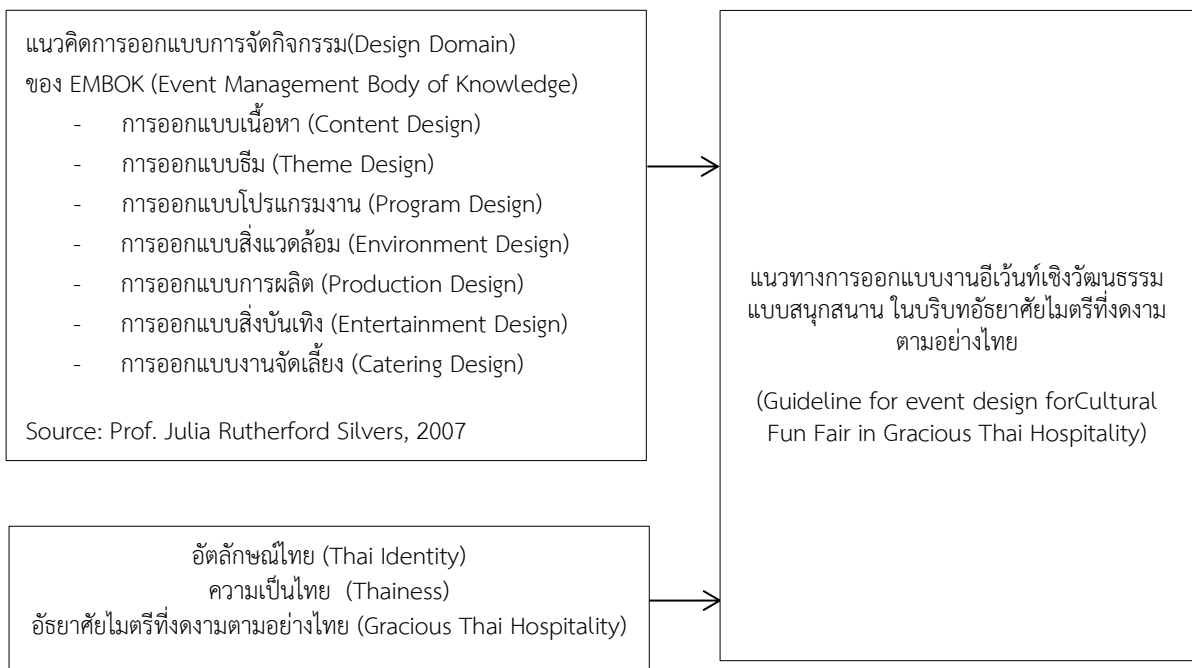
“Proud of our Thai Heritage, Uniquely Delivering Gracious Hospitality to The World” สื่อความหมายถึง “ภูมิใจในความเป็นไทย และมอบบริการจากใจอันงดงาม สร้างความประทับใจทั่วโลก” คือ วิสัยทัศน์ของศุภจี สุธรรมพันธุ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) ที่ตั้งใจทำให้คนไทยภูมิใจในความเป็นไทย ด้วยอัธยาศัยไมตรีซึ่งงดงามในการให้บริการที่ประทับใจแบบไทย (Thansettakij NEWS, 2017). “A Gracious Greeting in Thailand” หรือ “การทักทายซึ่งงดงามตามแบบอย่างไทย” คือ “การไหว้” นับเป็นการทักทายตามแบบประเพณีดั้งเดิมของชนชาติไทย ที่แสดงออกถึงความสุภาพและให้ความเคารพนับถือต่อทุกคน “การไหว้” พร้อมรอยยิ้มพิมพ์ใจตามแบบอย่างไทย

(Thai Smile) (Hua Hin Today NEWS, 2016) “การรับรู้คุณค่าประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักร นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรชื่นชมคนไทยในควมมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ยินดีช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ประนีประนอม มีความเป็นมิตร และเต็มไปด้วยรอยยิ้ม” (Noypayak, 2007)

7. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและอัตลักษณ์ไทย (Design and Thai Identity)

อัตลักษณ์และการออกแบบไทยพิจารณาได้จากมุมมองของนักออกแบบ ผู้ชมงานออกแบบ และจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยมที่ได้จากการออกแบบและเอกลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญ (Nartkosar, 2013) จากงานวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ไทยในภาพยนตร์ของเชิด ทรงศรี” ประกอบไปด้วย 1. ยึดถือพุทธศาสนาเป็นศูนย์รวมจิตใจ และมีค่านิยมเรื่องความกตัญญู 2. เน้นภาพอัตลักษณ์ไทยแบบดั้งเดิม เช่น สถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายมีความเป็นไทย (Phantpool, 2012) คณะกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ ศึกษาและรวบรวมข้อมูลของสัญลักษณ์ประจำชาติไทย ระบุว่า “ศาลาไทย” เป็นงานสถาปัตยกรรมไทยที่เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความมีไมตรีจิตและความปรารถนาดีอย่างจริงใจต่อผู้มาเยี่ยมเยือน (managernews, 2005)

กรอบแนวคิด จากการศึกษาเอกสาร ผู้วิจัยได้เสนอรายละเอียดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษาในกลุ่มนักศึกษาวิทยาลัยดุสิตธานี ที่ลงทะเบียนเรียน ในช่วงภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2560 ในระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2560 กลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกนักศึกษาที่ซึ่งขณะการประกวดโครงการออกแบบแนวคิดการจัดงานกิจกรรมพิเศษ

ในบริบทอัตลักษณ์ความเป็นไทย เป็นจำนวน 48 คน ในการวิจัยมีการรวบรวมข้อมูล จากการสังเกตการณ์ (Observation Participation) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interviews) ตามแนวคิด การออกแบบการจัดกิจกรรม EMBOK Model (Event Management Body of Knowledge) นอกจากนี้ ยังมีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ตรวจสอบข้อมูลด้วยหลัก แนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำเสนอเชิงพรรณนา และทำการสรุปแนวคิดเพื่อตอบ โจทย์วัตถุประสงค์ของการวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับแนวคิด EMBOK Model สำหรับแนวทางการออกแบบ กิจกรรมอีเวนต์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนานในบริบทอัยาศัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ โดยมีการวิเคราะห์เนื้อหาได้สรุปการค้นพบจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อประเมินและเสนอรูปแบบ EMBOK Model กับ อัตลักษณ์ไทย (Thai Identity) ความเป็นไทย (Thainess) และอัยาศัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย (Gracious Thai Hospitality) โดยสะท้อน เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยตามหลักวิจัยเชิงคุณภาพ

ตารางที่ 1: การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

เครื่องมือในการวิจัย (Research Tools)	กลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)	บุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)
การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	4 คน	ตัวแทนกลุ่ม ผู้ที่ชนะการประกวดการออกแบบฯ
สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)	6 กลุ่ม ๆ ละ 8 คน รวม 48 คน	กลุ่มของ ผู้ที่ชนะการประกวดการออกแบบฯ
การสังเกตการณ์ (Observation Participation)	7 คน	ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ด้านอุตสาหกรรมบริการและงานอีเวนต์

สรุปผลการวิจัย

1. ความหมาย ของคำว่า “อัยาศัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย” (Gracious Thai Hospitality)

การดูแล เอาใจใส่ (Careful) แยกผู้มาเยือนเหมือนดังเป็นคนในครอบครัว ถามสารทุกข์สุขดิบ นำข้าว ปลาอาหารและเครื่องดื่มมาต้อนรับ เถกเช่นสุภาษิตคำพังเพยไทยที่กล่าวไว้ว่า “ใครมาถึงเรือนชาน ต้อง ต้อนรับ การทักทาย ต้อนรับแขกผู้มาเยือน โดย “การไหว้” (Traditional Thai Greeting “Wai”) และกล่าว น้ำเสียงที่สดใส ทักทาย เป็นภาษาไทยตามประเพณีว่า “สวัสดี” (Sawadee - Thai Greeting Word) การแสดงออกถึง “ความเป็นมิตร” และ “มีความเป็นกันเอง” (Friendly) พร้อมให้การต้อนรับ โดยไม่มีกำแพง เรื่อง เชื้อชาติ หรือ ศาสนา และวัฒนธรรม พร้อมให้ความช่วยเหลือ (Helpful) ด้วยน้ำใจจริง มีน้ำใจ โดยไม่คิดว่าจะต้องได้อะไรตอบแทนกลับคืนมา การยิ้มแย้ม (Thai Smile) แจ่มใส ในสีหน้า แววตา และริมฝีปาก อย่างเปิดเผย และจริงใจ รักสนุก เฮฮา มีอารมณ์แจ่มใส รื่นรมย์ สบาย ๆ การมีสัมมาคารวะ

สุภาพ (Polite) อ่อนโยน (Gentle) อ่อนน้อม ถ่อมตน (Humble) มีกริยามารยาทที่งดงามน่าประทับใจ ที่แสดงออกใน สีสหน้า ท่าทาง และกิริยา โดยเฉพาะการ “ไป มา ลา ไหว้” และการพูดจาที่มีหางเสียงตอบรับการสนทนา ที่ผู้ชายพูดว่า “ครับ” ผู้หญิงพูดว่า “ค่ะ” มีการเคารพนับถือผู้อาวุโส (Seniority) เน้นการเคารพนับถือผู้ใหญ่ ที่มีอายุมากกว่า และเรียกคนทุกคน ว่า “พี่ ป้า น้า อา ปู่ ย่า ตา ยาย” แม้ไม่ใช่ญาติหรือคนที่รู้จักกันมาก่อน “ไม่เป็นไร” คือ คำพูดที่คนไทยโดยมากมักใช้พูดเพื่อ ปลอบใจผู้อื่น แสดงถึงความเข้าใจ เข้าใจ บ่งบอกถึงการให้อภัย มีความยืดหยุ่น เข้าใจว่าสิ่งที่เกิดขึ้นแก้ไขได้ ไม่มีปัญหาอะไร มีความ “เกรงใจ” ระวังเวลาจะไปขอความช่วยเหลือใคร หรือจะรบกวนคนอื่น จะรักษาและถนอมน้ำใจผู้อื่นเสมอ เพื่อรักษาสัมพันธภาพอันดีระหว่างบุคคล

อย่างไรก็ตาม การไหว้ อย่างไทย ก็มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนชาติใด คือ การไหว้แบบไทยมีการไหว้แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ 1) การไหว้แบบคนเสมอกัน หรือ รับไหว้ คือ ไหว้ระดับอก 2) การไหว้ ผู้ใหญ่ ผู้ที่อายุมากกว่า คือ การไหว้ นิ้วชี้แตะปลายจมูก และ 3) การไหว้สิ่งเคารพบูชา เช่น พระสงฆ์ หรือ พระพุทธรูป คือ การไหว้โดยที่นิ้วชี้แตะหางคิ้ว เป็นต้น

2. ลำดับความสำคัญของหน่วยย่อย (Classes) ในโดเมนความรู้ด้านการออกแบบ (Design Domain) ของ EMBOK Model ในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนานในบริบท อัยาศัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย: กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ

พบว่า ให้ความสำคัญกับ การออกแบบธีม (Theme Design) เป็นลำดับแรก และ การออกแบบเนื้อหา (Content Design) การออกแบบการผลิต(Production Design)การออกแบบสิ่งบันเทิง (Entertainment Design) การออกแบบสิ่งแวดล้อม (Environment Design) การออกแบบงานจัดเลี้ยง(Catering Design) และ การออกแบบโปรแกรมงาน (Program Design) ตามลำดับ ซึ่งการออกแบบธีม (Theme Design) การออกแบบเนื้อหา (Content Design) และการออกแบบการผลิต (Production Design) มักเป็นแนวคิด การออกแบบที่กลุ่มตัวอย่างโดยมากใช้ในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์ไปพร้อมๆกัน เนื่องจากเป็นแก่นสาระหลักในการวางกรอบแนวคิดในการออกแบบที่ต้องชัดเจนและตรงประเด็นสำหรับการวางแผนการจัดงาน กิจกรรม

ตารางที่ 2 ลำดับความสำคัญ ของโดเมนการออกแบบ (Design Domain) ที่ใช้ในการการออกแบบสร้างสรรค์
การจัดงานอีเว้นท์ในมุมมองของกลุ่มตัวอย่าง

EMBOK (Event Management Body of Knowledge)	ลำดับความสำคัญ ของโดเมนการออกแบบ (Design Domain) ที่ใช้ในการการออกแบบสร้างสรรค์การจัดงานอีเว้นท์			
Design Domain 7 Classes (โดเมนการออกแบบการจัดกิจกรรม 7 ข้อ)	กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 1	กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 2	กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 3	กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 4
1. การออกแบบเนื้อหา (Content Design)	1	2	2	2
2. การออกแบบธีม (Theme Design)	2	1	1	1
3. การออกแบบโปรแกรมงาน(Program Design)	3	7	7	7
4. การออกแบบสิ่งแวดล้อม (Environment Design)	7	4	5	5
5. การออกแบบการผลิต (Production Design)	4	3	3	3
6. การออกแบบสิ่งบันเทิง (Entertainment Design)	5	6	4	4
7. การออกแบบงานจัดเลี้ยง (Catering Design)	6	5	6	6

3. แนวทางเบื้องต้นในการออกแบบงานกิจกรรมอีเว้นท์ ที่เกิดจาก ความสัมพันธ์ของ EMBOK Model ที่ใช้โดเมนการออกแบบ (Design Domain) กับแนวคิดอหยาตัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย (Gracious Thai Hospitality) กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ ได้ผลจากการวิจัย ดังนี้

การออกแบบเนื้อหา (Content Design) สาระของการจัดสถานที่งานอีเว้นท์และชุดการจัดแสดง นิทรรศการโชว์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทยเชิงวัฒนธรรมอย่างสนุกสนาน คือ ศาลาไทย แคร่ที่นั่งไม้ไผ่ เวทีมวยไทย และ รถสามล้อเครื่อง (Tuk Tuk) ตามลำดับ

การออกแบบธีมงาน (Theme Design) คือการสร้างสรรค้ธีมนงานโดยใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการสื่อความหมายตามแนวคิดอัตลักษณ์ไทยและจิตวิญญาณความเป็นไทย โดยส่งผ่านอหยาตัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย ซึ่งได้แนวคิดการออกแบบธีมนงานจัดกิจกรรม อาทิ “ธีมนงานวัด” “มาเมืองไทย อยู่อย่างไทย” “วัฒนธรรมอาหารริมทางแบบไทย” เป็นต้น

การออกแบบโปรแกรมงาน (Program Design) มีโปรแกรมพิธีการเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนา คือ เปิดงานโดยขบวนกลองยาวและแห่ต้นกล้วย เชิญชวนแขกมาร่วม รำวง ทำบุญทอดกฐิน

การออกแบบสิ่งแวดล้อม (Environment Design) มีการใช้วัสดุอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มาจาก ธรรมชาติ เช่น ใบตอง ตะไคร้หอมกันยุง พวงมาลัย ไม้ไผ่ เสื่อกก เพื่อสร้างบรรยากาศสิ่งแวดล้อมให้เป็นวิถีชีวิตแบบไทยที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีการแต่งกายแบบไทย โดย ผ้าไหมไทย สไบ โจงกระเบน ผ้าถุง เสื้อคอกระเช้า เสื้อม่อฮ่อม เสื้อสภาพแวดล้อมการแต่งกายที่อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมการแต่งกายแบบไทย

การออกแบบการผลิต (Production Design) มีการตกแต่งสถานที่เชื่อมโยงกับค่านิยมหลัก ความเป็นไทยเรื่อง ศิลปะและภูมิปัญญาไทย โดยใช้ธงราวงานวัด ขบวนกลองยาว ม่านดอกกรัก ดอกไม้ เครื่องแขวนไทย ผักผลไม้แกะสลัก และรูปทรงเจดีย์ งานวัดไทย

การออกแบบสิ่งบันเทิง (Entertainment Design) เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับธีมงานและภาพรวมของการจัดงานอีเวนต์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ได้แก่ มวยไทย ไหว้ครู การแข่งกระดี่บลาวกระทบไม้ งานบุญแห่ต้นกฐิน การนวดไทย ชุ้มเกมปาโป่งงานวัด ส้มตำลีลา สอนการรับประทานเมี่ยง

การออกแบบงานจัดเลี้ยง (Catering Design) 1) “ขนมไทย” แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมประจำชาติไทยคือ ความละเอียดอ่อนประณีตในการเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการทำ ที่พิถีพิถัน รสชาติอร่อยหอมหวาน สีสันสวยงาม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน 2) “น้ำดื่มผสมน้ำยาอุทัยทิพย์” ที่ได้จากสมุนไพรและเกสรดอกไม้หลากชนิดที่มีสรรพคุณทางยา 3) “การเลี้ยงขันโตก” เป็นประเพณีสำคัญของชาวเหนือที่นิยมปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่โบราณ จุดประสงค์เพื่อต้องการแสดงออกถึงน้ำใจในการต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองรวมทั้งให้เกียรติผู้มาเยือน 4) “เมี่ยง” เป็นอาหารว่างในอดีต ทุกบ้านจะมีเมี่ยงไว้เป็นของกิน และใช้ต้อนรับแขกหรือญาติที่มาเยี่ยมเยือน 5) “ข้าวเกรียบว่าว” แผ่นข้าวสีชาวนวลอย่างให้เหลืองพองกรอบ ใช้วิธีการปิ้งไฉวเป็นขนมของว่าง มีมากในงานวัด เป็นเอกลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของขนมไทยชนิดหนึ่ง

โดยสรุปการนำแนวคิดอัตลักษณ์ไทย ความเป็นไทย และอัตลักษณ์มิติที่งดงามตามอย่างไทย มาศึกษาค้นคว้า วิจัย วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประยุกต์ใช้ในการออกแบบโดยใช้โดเมนความรู้ด้านการออกแบบ ของ EMBOK Model ก่อให้เกิดแนวทางเบื้องต้นในการสร้างสรรค์การออกแบบงานสำหรับการจัดกิจกรรมอีเวนต์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ในบริบทอัตลักษณ์มิติที่งดงามตามอย่างไทย คือ “ธีมงานวัด” ซึ่งสะท้อนถึงอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ความเป็นไทย ทางด้านการตกแต่งสถานที่ การจัดกิจกรรมบันเทิง การจัดโปรแกรมพิธี การจัดการสิ่งแวดล้อม และการจัดอาหารและเครื่องดื่มในงานจัดเลี้ยงให้สอดคล้องและเข้ากับธีมของกิจกรรมงานอีเวนต์

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของ EMBOK Model ที่ใช้โดเมนการออกแบบ (Design Domain) กับแนวคิดอภัยชัยไมตรี
ที่งดงามตามอย่างไทย(Gracious Thai Hospitality) กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ

EMBOK : Design Domain 7 Classes (โดเมนการออกแบบจัดกิจกรรม 7 ข้อ)	อภัยชัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย (Gracious Thai Hospitality)		
	การสัมภาษณ์เชิงลึก	สนทนากลุ่ม	การสังเกตการณ์
การออกแบบเนื้อหา (Content Design)	- ศาลาไทย - แคร่ที่นั่งไม้ไผ่ - การไหว้ - ผ้าซิ่น ผ้าถุง โจงกาเบน - รถตุ๊กตุ๊ก (TukTuk) - ยัมสยาม - สนุกสนาน รื่นเริง	- ผ้าขาวม้า - ทักทายกล่าว “สวัสดี” - เคารพผู้อาวุโส - ไป มา ลา ไหว้ - ชิงช้าสวรรค์ - ใส่ใจ มีน้ำใจ เป็นมิตร - เวทีมวยไทย	- รอยยิ้ม เป็นมิตร - ไหว้ 3 ระดับ - ไม่เป็นไร เกรงใจ - พี่ ป้า น้า อา เคารพและเรียกทุกคนตั้งญาติ - อ่อนน้อมถ่อมตน - เจดีย์ ลานวัด
การออกแบบธีม (Theme Design)	- งานวัด - มาเมืองไทย - อยู่อย่างไทย - อาหารริมทาง	- สปา กับสมุนไพรไทย - อักบ้าน...อีสานบ้านเฮ้า - ของเล่นไทย	- เน้นอารมณ์ ความรู้สึก เป็นมิตรสนุกสนาน - สบายๆ - สื่อเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย
การออกแบบโปรแกรมงาน (Program Design)	- เปิดงานโดยขบวนกลองยาวและแห่ต้นกฐิน	- เชิญชวนแขกมาร่วม รำวง ทำบุญทอดกฐิน	- รูปแบบพิธีการต้อนรับแบบไทย
การออกแบบสิ่งแวดล้อม (Environment Design)	- ใบตอง - ตะไคร้หอมกันยุง - แคร่ที่นั่งไม้ไผ่	- พวงมาลัย - ไม้ไผ่ - เสื่อกก	- สร้างบรรยากาศสิ่งแวดล้อมให้เป็นวิถีชีวิตไทยแท้
การออกแบบการผลิต (Production Design)	- ธรรมาฐานวัด - ขบวนกลองยาว	- ม่านดอกกรัก - ผักผลไม้แกะสลัก	- เจดีย์ งานวัดไทย - เครื่องแขวนไทย
การออกแบบสิ่งบันเทิง (Entertainment Design)	- มวยไทย ไหว้ครู - การแข่งกระต๊อบ - การฟัดข้าวโสร้ - ลาวกระทบไม้ - การนวดไทย	- งานบุญแห่ต้นกฐิน - สัมตำลีลา - การแสดงโขน รำวง - ลูกประคบสมุนไพร - ชุมนเกมปาโป่ง	- การละเล่นไทย - โชว์วัฒนธรรมความเป็นไทย - สอนการรับ ประทานเมี่ยง
การออกแบบงานจัดเลี้ยง(Catering Design)	- ขนมไทย - เมี่ยง - ชันโตก - อาหารริมทาง - ผัดไทย - ข้าวเหนียวมะม่วง	- ข้าวเกรียบว่าว - น้ำสมยาอุทัยทิพย์ - กาแฟโบราณ ชาชัก - กระจ่างสารทกกล้วยไข่ - สัมตำ ไก่ย่าง - ขนมเบื้อง ขนมครก	- อาหารริมทาง - อาหารเฉพาะถิ่น - เครื่องดื่มน้ำสมุนไพรไทย

อภิปรายผล

1. แนวคิดโดเมนความรู้ด้านการออกแบบ (Design Domain) ของ EMBOK Model กับแนวคิดการออกแบบงานอีเว้นท์กับอัตลักษณ์ไทย กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดเมนความรู้ด้านการออกแบบ (Design Domain) ของ EMBOK Model ถือว่าเป็นเครื่องมือในการจัดการออกแบบงานอีเว้นท์ที่ทรงพลังและมีประสิทธิภาพสูงและส่งผลให้การจัดงานอีเว้นท์ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีเยี่ยม (Goldblatt, 2014) หากแต่การออกแบบกิจกรรมงานอีเว้นท์ ตามแนวคิด “Two-fold conceptual event design” ของ Adema และ Roehl ที่มุ่งเน้นสุนทรียศาสตร์ของรูปลักษณ์ (Look) และความรู้สึก (Feel) ของงานอีเว้นท์เชื่อมโยงกับคุณภาพและความสำเร็จของงาน ก็เป็นแนวทางและวิธีการเดียวกันกับ O'Tele เน้นย้ำในการสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงานอีเว้นท์ และผู้ที่เกี่ยวข้องให้ได้รับประโยชน์สูงสุดในแนวคิดการออกแบบการจัดกิจกรรมอีเว้นท์ (Ferdinand & Kitchin, 2017)

จากแผนกลยุทธ์ “Value for Experience” ที่เน้น “ประสบการณ์ในภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยที่ไม่เหมือนใคร” เพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำ โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านวัฒนธรรมไทย ประสบการณ์ และวิถีชีวิตความเป็นไทย (TAT NEWS, 2017) ซึ่งสอดคล้องกับ อัตลักษณ์ไทย 3 ประการ ของสำนักงานราชบัณฑิตยสภา ที่ระบุถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และสังคมชุมชนไทย (The Royal Society of Thailand, 2017) และสัมพันธ์กับงานเทศกาลวัฒนธรรมของชนชาติฟินแลนด์ (Pasanen & Hakola, 2012) ที่มุ่งนำเสนอลักษณะเฉพาะ ความสำเร็จของการท่องเที่ยว และชนชาติฟินแลนด์ ก็สัมพันธ์กันกับ อัตลักษณ์ไทยที่พบและสะท้อนให้เห็นตัวตนของภาพยนตร์ของเชิด ทรงศรี คือ ยึดถือพุทธศาสนาเป็นศูนย์รวมจิตใจ ค่านิยมความกตัญญู และเน้นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย (Phantpool, 2012)

แนวคิดอัตลักษณ์ไทย ความเป็นไทย และอัตยาศัยไมตรีซึ่งดงามตามอย่างไทย สอดคล้องสัมพันธ์กับการออกแบบโดยใช้โดเมนความรู้ด้านการออกแบบ (Design Domain) ของ EMBOK Model (Silvers, 2007) ก่อให้เกิดแนวทางเบื้องต้นในการสร้างสรรค์งาน การออกแบบ การจัดการกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ในบริบทอัตยาศัยไมตรีซึ่งดงามตามอย่างไทย คือ “ชิมงานวัด” รวมทั้งยังสะท้อนถึงอัตลักษณ์เอกลักษณ์ ความเป็นไทย ทางด้านการตกแต่งสถานที่ การจัดการกิจกรรมบันเทิง การจัดโปรแกรมพิธี การจัดการสิ่งแวดล้อม และการจัดอาหารและเครื่องดื่มในงานจัดเลี้ยงให้สอดคล้องและเข้ากับธีมของกิจกรรมงานอีเว้นท์

2. แนวคิดความเป็นไทย อัตลักษณ์ไทย จิตวิญญาณความเป็นไทย กับแนวคิดอัตยาศัยไมตรีซึ่งดงามตามอย่างไทย กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

“กรอบแนวคิดทฤษฎีและองค์ประกอบของอัตลักษณ์ไทย” ที่ปรากฏใน “ความเป็นไทย” ในมุมมองของการสะท้อนอัตลักษณ์ไทย คือ ศาสนา สถาบันพระมหากษัตริย์ และชาติไทย กับ คุณค่าของความเป็นไทย ในสายตาของชาวต่างชาติ นั้น ได้รับการสื่อสารผ่าน ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านศาสนาพุทธ (Wongtanasuporn, 2010), (Komin, 1998) (Barme, 1993) สอดคล้องต้องกันกับบทความวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

และการศึกษาศิลปะในประเทศไทย” ที่กล่าวถึง การดำรงชีวิตที่มีส่วนร่วมกับ พิธีกรรมทางศาสนา มีบทบาทสำคัญกับพฤติกรรมของคนไทยที่สร้างคุณค่าและแสดงถึงบุคลิกภาพเฉพาะที่มีความอ่อนน้อมถ่อมตนในแบบอย่างความเป็นไทย (Tiranasar, 2004)

จิตวิญญาณของ “ความเป็นไทย” ที่นำเสนอและส่งผ่านประสบการณ์ออกมาใน อาหารไทย ศิลปะไทย วิถีชีวิตไทย สุขภาพดีแบบไทย เทศกาลงานประเพณีแบบไทย ภูมิปัญญาไทย และความสุขแบบไทย (tatpr, 2015) ตรงกับ วิสัยทัศน์ของศุภจี สุธรรมพันธุ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) ที่ตั้งใจทำให้คนไทย “ภูมิใจในความเป็นไทย และมอบบริการจากใจอันงดงาม สร้างความประทับใจทั่วโลก (Thansettakij NEWS, 2017) และสอดคล้องสัมพันธ์กันกับความหมายของ “Gracious Hospitality” คือ อภัยภัยไมตรีแบบปราณีตและสง่างาม ซึ่งมีเป้าหมายสูงสุดเพื่อทำให้แขกหรือผู้มาเยือนได้สัมผัสถึงบริการที่เต็มเปี่ยมไปด้วยการดูแลเอาใจใส่ อย่างปราณีต เข้าใจถึงความรู้สึกและความปรารถนาที่แท้จริงของแขกหรือผู้มาเยือนอย่างแท้จริง การส่งมอบบริการที่สุุดพิเศษเหนือความคาดหวังที่เต็มไปด้วยอภัยภัยไมตรีแบบปราณีตและสง่างาม มีเอกลักษณ์เฉพาะ และไม่เคยพบที่ไหนมาก่อน (quora.com, 2016)

“รอยยิ้ม” เป็นภาษาร่างกายที่สำคัญ ถ่ายทอดถึงความรู้สึกที่ดี คนไทยยิ้มง่ายกว่าคนตะวันตก (Ekman. P., 1971) สัมพันธ์กับ ประเทศไทยได้รับสมญานามว่า “Land of Smiles” สอดคล้องกับ ผลสำรวจการรับรู้คุณค่าประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักร 540 ตัวอย่าง ระบุว่า ชื่นชม “รอยยิ้ม” ความมีอภัยภัยไมตรีของคนไทย (Noypayak, 2007)

“การไหว้” นับเป็นการทักทายตามแบบประเพณีดั้งเดิมของชนชาติไทย ที่แสดงออกถึงความสุภาพ และให้ความเคารพนับถือต่อทุกคน (Hua Hin Today NEWS, 2016) รวมทั้ง “การไหว้ครู” ของมวยไทย ถือเป็นการเคารพครูผู้ฝึกสอน (tatpr, 2015) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย “Psychology of Thai People : Values and Behavior Patterns” ที่พบว่าคนไทยมีค่านิยมทางสังคมหลัก ด้านความกตัญญู รู้คุณ เคารพ เชื่อฟังผู้อาวุโส และรักความสุขสนาน รักอิสระ สอดคล้องกับ “ความเป็นไทย” ด้านความสุภาพแบบไทย ที่เน้น ความเฮฮา ร่าเริง และเป็นกันเอง (Komin, 1990)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

วิจัยนี้เป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับบุคคลที่สนใจในเรื่องการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์ โดยเฉพาะอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ในบริบทอภัยภัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย โดยมีการนำแนวคิด โดเมนความรู้ (Domains) ด้านการออกแบบ (Design Domain) ของ EMBOK (Event Management Body of Knowledge) มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์การจัดกิจกรรมงานอีเว้นท์ให้มีประสิทธิภาพและน่าประทับใจ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาจากเพียงแค่สถานที่การจัดงานที่เดียวซึ่งเป็นการศึกษาในลักษณะของกรณีศึกษา (Case Study) ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาจากหลายสถานที่หรือเปรียบเทียบหลายรูปแบบโดยใช้แนวคิดการออกแบบ EMBOKกับการออกแบบในแต่ละแนวคิดการสร้างสรรค์การออกแบบเพื่อให้ผลการวิจัยสามารถอ้างอิงไปยังประชากรกลุ่มที่กว้างขึ้น และการวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยสามารถนำโดเมนความรู้ (Domain) ด้านอื่นๆของ EMBOK (Event Management Body of Knowledge) มาประยุกต์ใช้ในการเตรียมจัดการงานอีเวนต์ในลักษณะอื่นๆได้ต่อไป

References:

- Bladen, C., Kennel, J., Abson, E., & E., & Wilde, N. (2012). *Event Management: An introduction*. Oxon: Routledge.
- Ekman. P., & F. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology* , 124-129.
- Goldblatt J. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration 7th Edition*. Wiley.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. London: McGraw-Hill.
- Hua Hin Today NEWS. (2016, May 30). *A Gracious Greeting in Thailand*. Retrieved from huahintoday.com: <http://www.huahintoday.com/local-news/gracious-greeting-thailand/>
- Julia Rutherford Silvers. (2007). Analysis of the International EMBOK Model as a Classification System. *Paper presented at the 2007 Las Vegas International Hospitality & Convention Summit* .
- Katja Pasanen & Eva-Maria Hakola. (2012). The Finnish Cultural Events: Characteristics, touristic significance and international potential. *Centre for Tourism Studies, University of Eastern Finland*.
- Komin S. (1998). *The world view through Thai value systems In A. Pongsapich (Ed.), (1998) Traditional and changing Thai world view (pp. 207-229)*. Bangkok. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Komin, S. (1990). *Psychology of the Thai people: values and behavioral patterns* . Bangkok, Thailand : Research Center, National Institute of Development Administration.
- Kunawong, S. (2017). The business event : reduced the risk and increase revenue. *acnews*, p. http://www.acnews.net/detailnews.php?news_id=N256016006.

- managernews. (2005, March 4). *Story in Thailand: National Symbols of Thailand*. Retrieved October 15, 2017, from www.manager.co.th:
www.manager.co.th/Dhamma/viewnews.aspx?NewsID=9480000031590
- Nartkosar, S. (2013). "A Reflection of Thai identity on decoration garden products". *Silapakorn University*, 67.
- Nicole Ferdinand & Paul J. Kitchin. (2017). Event Design and Event Management. In *Event Mangement : An International Apparch*. London: SAGE Publications Ltd.
- Noypayak, W. (2007). *Value Dimensions of Thailand as Perceived by UK Tourists*. Retrieved October 15, 2017, from www.tatjournal.com.
- Phantpool, E. (2012). *Thai Identity in Cherd Songsri's films* . Bangkok, Thailand: Chulalongkorn University.
- quora.com. (2016, July 11). Retrieved from quora.com: <https://www.quora.com/What-is-gracious-hospitality>
- S., Barme. (1993). *Luang Wichit Wathakan and the creation of a Thai identity*. Singapore: Singoutheast Asia Studies.
- TAT NEWS. (2017, Oct 25). *TAT previews "Open to the New Shades of Thailand" concept at ITB Asia 2017"*. Retrieved from tatnews.org: <https://www.tatnews.org/tat-previews-open-new-shades-thailand-concept-itb-asia-2017/>
- tatpr. (2015). *2015 Discover Thaness Campaign*. Retrieved from www.tatpr.org/.../Fact%20Sheet_2015%20Discover%20Thainess%20Fin
- Thansettakij NEWS. (2017, October 20 - 22). *Proudly Thai Identity - Thai Brand - Dusit International*. Retrieved from thansettakij.com: www.thansettakij.com/content/181346
- The Royal Society of Thailand. (2017). *Dictionary: Thai Identity*. Retrieved October 25, 2017, from www.royin.go.th/dictionary: www.royin.go.th
- The Royal Society of Thailand. (n.d.). www.royin.go.th/dictionary. Retrieved October 25, 2017, from www.royin.go.th/dictionary
- Tiranasar, A. (2004). Cultural Identity and Art Education in Thailand. *Chulalongkorn University*.
- Wongtanasuporn, P. (2010). "Theoretical framework and components for embedding Thai identity , p.67. in *A Design Strategy for Thai Village-based Manufacturer*". Swinburne University of Technology, Victoria, Australia.



Jenasama Srihirun got a Master of Business Administration in Hospitality and Tourism Management from Stamford International University Thailand – a member of Laureate International Universities, USA. Also qualified a specialist of CEM - Certified Exhibition Management by International Association of Exhibitions and Events (IAEE), USA. Currently, working as Head of MICE & Events Management Department at Dusit Thani College, Bangkok.



Sasiphatr Pitirote holds a Master of Commerce in Hospitality & Tourism Management from Macquarie University, Australia. A Qualified Learning Facilitator Certified by EHL - Ecole Hotelier de Lausaane, Switzerland. The former Head of Hotel and Resort Department and currently the Dean of Faculty of International Hospitality Industry at Dusit Thani College, Bangkok



Kanjana Hannon graduated from Surrey University, UK and holding a Master of Science in Tourism Marketing, Also Qualified Learning Facilitator Certified by EHL – Ecole Hotelier de Lausaane, Switzerland. The former as Dean of Faculty of International Hospitality Industry. Currently, working as Vice President of Marketing Communication and Curriculum Member of Service Innovation in Tourism and Hotel Business at Dusit Thani College, Bangkok.