

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

Human resources development in Exhibition

พงศธร ลิมปนเวทย์สกุล (Pongsatorn Limpanawetsakul)^{*}

ธีระวัฒน์ จันทิก (Thirawat Chuntuk)^{**}

บทคัดย่อ

ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรสำคัญที่สามารถทำให้ผลการดำเนินงานขององค์การมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ การนำสมรรถนะมาใช้ในการพัฒนาทำให้เห็นช่องว่างที่สามารถพัฒนาพนักงานจากเดิมให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยบทความนี้มุ่งศึกษาถึงความหมายและองค์ประกอบของการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ และบทบาทและความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ เพื่อให้ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านทรัพยากรมนุษย์ และได้รับการยอมรับจากประเทศต่างๆว่าผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทยจัดงานได้อย่างมีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพระดับสากล เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทย

คำสำคัญ: การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

^{*}

สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: carf38@gmail.com

Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: carf38@gmail.com

^{**}

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Asst. Prof. Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

Human resources was a critical component that affect to organization operation effectively. The Professional Exhibition Organizer should focused on human resource development in the organization. The competency used in the of human resources development was increased opportunities to human resources develop in the organization for maximum efficiency. This article aims to study the definition and composition of exhibitions, character, the importance of human resource development in the organization for the Professional Exhibition Organizer created a competitive advantage In human resources and has been recognized the standards and performance internationally and contribute to achievements of the human resources development in the Thailand exhibitions organization.

Keywords: Human resources development, Professional Exhibition Organizer

บทนำ

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุม องค์กร การประชุมวิชาชีพ และ การแสดงสินค้าและนิทรรศการที่มีมูลค่าหลายล้านดอลลาร์ในอุตสาหกรรมโลก และเป็นดัชนีสำคัญในการวัดความเจริญของเมือง (Kim, 2007) ในปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมและมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557) โดยผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม MICE สำหรับไตรมาสที่ 1 และ 2 ปีงบประมาณ 2558 พบว่า มีจำนวนนักเดินทาง MICE รวม 476,079 คน สร้างรายได้ให้กับประเทศรวม 41,730 ล้านบาท โดยกิจกรรมที่มีจำนวนนักเดินทาง MICE เข้าร่วมมากที่สุด ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 141,720 คน รองลงมาเป็นการประชุมวิชาชีพ 140,059 คน การประชุมองค์กร 133,063 คน และการแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ 61,237 คน สำหรับกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้มากที่สุด ได้แก่ การประชุม องค์กร 14,939 ล้านบาท และการประชุมวิชาชีพ 13,007 ล้านบาท กิจกรรมที่สร้างรายได้น้อยที่สุด ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 8,998 ล้านบาท และการแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ 5,332 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558ก) จะเห็นได้ว่าธุรกิจ MICE สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก ประกอบกับประเทศไทยได้รับการยอมรับในระดับเอเชียว่าประเทศไทยเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สำหรับการจัดกิจกรรม MICE ทั้งในด้านการจัดประชุมการจัดแสดงสินค้าระดับนานาชาติ รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยเห็นว่าประเทศไทยมีวัฒนธรรมการให้บริการที่ดี และมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการจัดงาน MICE ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558ข)

ถึงแม้ว่าการแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้น้อยที่สุดใน 4 กลุ่มแต่ การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติก็มีความสำคัญเพราะเป็นกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอื่นๆอีกหลาย ธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557) โดยความสำคัญของการ

แสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาตินั้นสรุปได้ 5 ประการ คือ 1) การจัดแสดงสินค้าเปรียบเสมือนสถานที่ที่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ประกอบการ และเปรียบเทียบข้อมูลสินค้าระหว่างคู่แข่งได้ 2) กระตุ้นให้เกิดการทำวิจัยและพัฒนาสินค้า 3) เป็นแหล่งรายได้จากผู้ให้การสนับสนุน 4) สร้างรายได้ให้ประเทศเจ้าภาพและกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 5) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนที่เร็วขึ้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557) โดยบุคคลหรือองค์กรที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเรียกว่าผู้จัดงาน ผู้จัดงานสามารถเป็นได้ทั้งองค์กรที่เป็นเอกชนหรือองค์กรที่สังกัดสมาคมของอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยส่วนใหญ่แล้วงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติขนาดใหญ่ล้วนถูกจัดโดย Professional Exhibition Organizer (PEO) เป็นผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติมืออาชีพ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557) แต่การที่จะสามารถจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติที่ดีได้ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้นต้องมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการพัฒนาผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการจึงมีความสำคัญ โดยการพัฒนาสามารถพัฒนาได้หลายด้านได้แก่ระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กรเพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (Thomas and Christopher, 2008) โดยเฉพาะทางด้านทรัพยากรมนุษย์ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญขององค์กรเพราะคนสามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและล้มเหลวได้ (Bart, 1994)

ดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาขององค์กร (Harrison and Kessels, 2004) เพราะมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรสวนทางกับเทคโนโลยีและเครื่องมือต่างๆ ที่มีมูลค่าลดลงตามเวลาถ้าองค์กรให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์องค์กรนั้นมีแนวโน้มที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง (ศักดิ์พันธ์ ต้นวิมลรัตน์, 2557) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาคณาส่งเสริมการค้าและการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืนที่ให้ความสำคัญกับ โครงสร้างประชากร สุขภาพ การเรียนรู้ตลอดชีวิต และครอบครัว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ด้วยเหตุนี้ในบทความนี้จะมุ่งเสนอถึงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการซึ่งประกอบไปด้วย แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และองค์กรสู่ความสำเร็จต่อไป

ความหมายของอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

Davidson (1994) ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ หมายถึง การนำเสนอสินค้าหรือบริการให้กับผู้เข้าชมงานที่ได้เชื้อเชิญ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายหรือแนะนำให้กับสินค้าหรือบริการให้ผู้เข้าชมงาน โดยอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติจัดเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจอุตสาหกรรมที่ท่องเที่ยว เพราะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมากทั้งในด้านการเดินทาง อาหาร และที่พัก สอดคล้องกับความหมายที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2557) ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติไว้ หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ถูกจัดขึ้นภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด มีการจัดขึ้นเป็นประจำโดยมีบริษัทเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเป็นจำนวนมากเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยหวังที่จะขาย หรือให้ข้อมูล

เกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้นๆเพื่อส่งเสริมการขาย ซึ่งงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติส่วนใหญ่จะดึงดูดประชาชนและบุคคลทั่วไป จากความหมายที่นักทฤษฎีเสนอสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติหมายถึง การจัดแสดงสินค้าและบริการเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการให้กับผู้มาเข้าร่วมงาน มีการจัดขึ้นภายในระยะเวลาที่กำหนด และมีการจัดขึ้นเป็นประจำ

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ ประกอบไปด้วย 3 กลุ่มหลัก (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557) ได้แก่

ผู้ซื้อ (Buyer) - ผู้เข้าร่วมงาน (Visitor/Attendee) งานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ เป็นสถานที่ที่ดีที่สุดสำหรับผู้ซื้อในการที่จะชมและทดลองสินค้าและบริการหลากหลายรูปแบบเท่าที่อุตสาหกรรมนั้นๆสามารถจะ นำเสนอได้ในเวลาและสถานที่เดียวกัน

ผู้ขาย (Seller) สำหรับผู้ซื้อเอง หากในงานไม่มีผู้ขาย ผู้ซื้อก็คงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องไปร่วมงานดังกล่าว เนื่องจากผู้ซื้อไม่มีอะไรให้ชม หรือทดลองใช้ ในมุมมองของผู้ขาย หรือผู้ออกงานนั้น งานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเป็นสถานที่ที่ให้ผู้ขายสามารถนำเสนอสินค้าและบริการของตนไปแสดงให้ผู้ซื้อเห็นประโยชน์ของสินค้าและบริการนั้นๆ ว่าสามารถช่วยเหลือผู้ซื้อทั้งทางด้านตัวเงินและเวลาได้อย่างไร

ผู้จัดงาน (Organizer/PEO) - บุคคลหรือองค์กรที่ทำให้งานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเกิดขึ้น ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติสามารถเป็นได้ทั้งองค์กรที่เป็นเอกชนหรือองค์กรที่สังกัดสมาคมของอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยมีหน้าที่หลักในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้แสดงสินค้าและบริการเข้าร่วมจัดงานในขณะเดียวกันก็ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจให้กับผู้เข้าชมงาน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557) ดังนั้นผู้จัดงานจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพทุกงานในปัจจุบัน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557) โดยหน้าที่ความรับผิดชอบในฝ่ายต่างๆของผู้จัดงาน แบ่งได้ดังนี้ ฝ่ายควบคุมนิทรรศการ ฝ่ายศิลปกรรม ฝ่ายช่าง ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายสถานที่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประเมินผล ฝ่ายพิธีการ และฝ่ายประสานงาน (จันทร์ มาศสุพงศ์, 2540) โดยการกำหนดบุคลากรที่ทำงานในฝ่ายต่างๆนั้นควรที่จะเลือกคนที่เหมาะสมกับงาน (Taylor, 1991) และพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ (Scott, 1997) เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น



แผนภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2557). *วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ*.

กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน).

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) เป็นแนวคิดแบบตะวันตกที่เป็นการคิดแบบแยกส่วน คือการแยกเอาทรัพยากรมนุษย์ออกมาจากตัวมนุษย์ เป็นการคิดในมุมมองแบบเศรษฐศาสตร์คือการมองว่ามีสิ่งใดบ้างที่มนุษย์มีอยู่ที่และสามารถดึงออกมาใช้ในการผลิตได้ (จำเนียร จวงตระกูล, 2557) ทรัพยากรมนุษย์ในองค์การเป็นระบบสังคมที่มีความซับซ้อนมากที่สุดในการจัดการความสามารถในการควบคุมตนเอง และพัฒนาตนเอง โดยสามารถเลือกและกำหนดเป้าหมายในการเปลี่ยนพฤติกรรมทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญมากในการบริหารจัดการ (Feodor Mikhaylov and others, 2014)

การจัดการทรัพยากรมนุษย์สามารถกำหนดเป็นวิธีการเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการและเชื่อมโยงกันในการจ้างงาน การพัฒนา และความเป็นอยู่ของคนที่ทำงานในองค์การ (Boxall and Purcell, 2003) โดยมีผู้ให้ความหมายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ไว้ ดังนี้ Armstrong (2014) ได้ให้ความหมายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ว่า คือการใช้ประโยชน์จากหลักการบริหารจัดการในเรื่องของการใช้แรงงาน การใช้ความรู้ การใช้ความสามารถ และพฤติกรรมความมุ่งมั่นของบุคคล ที่มีการประสานงานระหว่างบุคลากรในองค์การ เพื่อให้องค์การสามารถดำเนินงานไปสู่อนาคต สอดคล้องกับ Noe and others (2003) ที่ให้ความหมายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ว่า หมายถึง นโยบายและวิธีการต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ทักษะ และผลงานของบุคลากร จากความหมายที่นักทฤษฎีเสนอสรุปได้ว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การนำหลักในการบริหารใช้กับบุคคลในองค์การเพื่อพัฒนาพฤติกรรม ทักษะ และผลงานให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์การ ดังนั้นเป้าหมายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์คือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณค่าต่อองค์การ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นแนวคิดที่สัมพันธ์กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ การพัฒนาคนซึ่งถือว่าเป็นหัวใจหรือสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดขององค์การ เพื่อเป้าหมายในการสร้างทีมและผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศขององค์การ (ธารพรพร สัตยารักษ์, 2548) โดยมีผู้ให้ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไว้ดังนี้

Yorks (2005) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ ความคิดรวบยอดต่อบทบาทขององค์กร และนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ร่วมกันผลักดันและสร้างควมมีประสิทธิภาพในงานโดยมีบุคลากรและองค์กรต่างกับบรรลยุทธศาสตร์และพันธกิจไปพร้อมๆกัน และ Swanson, And Holton (2009) นิยามการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไว้ว่า เป็นกระบวนการของการพัฒนาและปลดปล่อยพลังความรู้ความสามารถ เพื่อสร้างระบบการทำงานและกระบวนการภายใน เช่น กระบวนการกลุ่ม ระบบงาน และการทำงานของบุคลากรแต่ละคนอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ McLean & McLean (2001) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมในระยะสั้น และระยะยาวที่พัฒนาศักยภาพส่วนบุคคล องค์ความรู้พื้นฐานในการทำงาน ความเชี่ยวชาญ และความพึงพอใจทั้งในระดับบุคคล และระดับกลุ่ม เพื่อผลประโยชน์ขององค์กร จากความหมายที่นักทฤษฎีเสนอสรุปได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรทั้งในระยะสั้น และระยะยาว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันระหว่างบุคลากรและองค์กร ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีทั้งการพัฒนาโดยผ่านการเรียนรู้ทั้งในระดับบุคคลและระดับต่างๆที่อยู่ในองค์กร (Chalofsky and Lincoln, 1983)

ในปัจจุบันองค์กรต่างๆหลายองค์กรได้นำ สมรรถนะ (Competency) เข้ามาใช้ในพัฒนาทรัพยากรในองค์กร เพราะช่วยให้ผลงานของบุคลากรตรงตามความต้องการขององค์กร (บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ, 2555) โดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของสมรรถนะไว้ดังนี้ David C. McClelland (1970) ได้ให้คำจำกัดความของสมรรถนะว่า หมายถึง คุณลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในตัวบุคคลที่สามารถทำให้สร้างผลการปฏิบัติงานได้สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับNaveed and others (2013) กล่าวว่า สมรรถนะ คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) ความสามารถ (Abilities) คุณค่า (Values) และความสนใจ (Interests) ที่รวมอยู่ในตัวคน โดยสามารถแบ่งสมรรถนะออกได้เป็น 3 ประเภท (อาภรณ์ ภูววิทยพันธุ์, 2555) ได้แก่ ความสามารถหลัก ความสามารถในด้านการบริหาร ความสามารถเฉพาะงาน จากความหมายของสมรรถนะจะเห็นได้ว่าเป็นการดึงเอาความสามารถที่ซ่อนอยู่ในตัวบุคคลออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ดังนั้นสมรรถนะจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

บทบาทการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมืออาชีพ

ในการพัฒนาสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ในผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการบุคคลที่มีส่วนร่วมหลัก (อาภรณ์ ภูววิทยพันธุ์, 2555) ได้แก่ ผู้บริการระดับสูง หัวหน้าหน่วยงาน พนักงาน และฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

ระดับผู้บริหารระดับสูงต้องกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กร (สุกัญญา รัชมีธรรมโชติ, 2548) โดยมีหน้าที่ในการพิจารณาการนำสมรรถนะมาใช้โรการบริหารองค์กร และพัฒนาบุคลากรอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยการกำหนดเป็นนโยบายให้ทุกคนในองค์กรเห็นความสำคัญ และนำไปใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยจะต้องสื่อสารให้พนักงานรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งกระตุ้น ผลักดัน ติดตาม ให้รางวัลทั้งในรูปของตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน (อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และ ธีระวัฒน์ จันทิก, 2558) และให้คำปรึกษาในการนำสมรรถนะมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร

ระดับหัวหน้าหน่วยงานเป็นระดับที่องค์กรคาดหวังให้สามารถสอนงานให้พนักงานได้ เป็นระดับที่มีความรู้และทักษะ และความชำนาญเป็นอย่างดี (สุกัญญา รัชมีธรรมโชติ, 2548) ทำหน้าที่ให้กำหนัด

สมรรถนะของตำแหน่งงานและนำไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมต่างๆของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่นการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน เป็นต้น

ระดับพนักงานเป็นระดับที่องค์การคาดหวังให้มีความเชี่ยวชาญในงานที่ตนเองรับผิดชอบ (สุกัญญา รัตมิตร์มโชติ, 2548) ต้องให้การยอมรับการนำสมรรถนะมาใช้ในการสร้างผลงาน ต้องเข้าใจว่าสมรรถนะไม่ได้นำมาใช้เพื่อจับผิดการทำงานของพนักงาน และร่วมมือกับฝ่ายต่างๆในการนำสมรรถนะมาใช้ในการพัฒนาการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ต้องทำหน้าที่ในการวางแผนการนำสมรรถนะมาใช้โดยศึกษาจากระบบองค์การอื่นๆเพื่อนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์การของตนเอง และต้องสื่อสารให้พนักงานทุกคนเข้าใจถึงแนวคิด รูปแบบ และความสำคัญ โดยการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและให้คำปรึกษาแนะนำกับผู้บริหารและพนักงานในการนำสมรรถนะมาประยุกต์ใช้ในองค์การ นอกจากนี้ตัวพนักงานเองยังต้องให้ความร่วมมือโดยการพัฒนาตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับสมรรถนะที่องค์การต้องการ

ความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมืออาชีพ

TCEB ได้กำหนดทิศทางการดำเนินงานตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติปี 2555-2559 ผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การดึงดูดงาน (WIN) ด้วยการประมูลสิทธิ์และการดึงดูดงานเข้าประเทศ กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ และกลยุทธ์การพัฒนา (Develop) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดย 1 ในยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ การพัฒนาเมืองแห่ง MICE ในการรองรับการเป็นผู้นำการจัดงาน MICE ในภูมิภาค (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) จะเห็นได้ว่าการเป็นผู้นำการจัดงานเป็นเป้าหมายที่สำคัญ การจัดงานที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีผู้จัดงานที่มีประสิทธิภาพ และบุคลากรในองค์กรก็ต้องมีความชำนาญ ดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในจึงมีความสำคัญ ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดงานแสดงสินค้าในทั้ง 3 ด้าน (Porter, 1980) ได้แก่ เป็นผู้นำด้านต้นทุน เป็นผู้นำด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเน้นที่ลูกค้า โดยถ้าสามารถพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพจะทำให้องค์กรได้เปรียบในเรื่องของทุนมนุษย์เพราะคนถือเป็นทุนอย่างหนึ่งขององค์กร และคนที่มีความสามารถมากกว่าคนทั่วไปจะสามารถสร้างความแตกต่างให้แก่องค์กรได้อีกด้วย

สรุป

ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สามารถทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพราะผลการดำเนินงานขององค์กรก็จะพัฒนามากขึ้น โดยทุกภาคส่วนขององค์กรต้องให้ความร่วมมือในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อการพัฒนาเป็นไปได้อย่างราบรื่น และการนำสมรรถนะมาใช้ในการพัฒนาทำให้เห็นช่องว่างที่สามารถพัฒนาพนักงานจากเดิมให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศมีความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านทรัพยากรมนุษย์ และได้รับการยอมรับจากประเทศต่างๆว่าผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทยจัดงานได้อย่างมีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพระดับสากล

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- จันทร์มา มาศสุพงศ์. (2540). **หลักนิเทศการ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2557). “การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในประเทศเกาหลีใต้”. **Journal of Hrintelligence** ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 หน้า 84-101.
- ธารพรพร สัตยารักษ์. (2548). **Human Resources Management หลักการและมุมมองจากมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินต์ติ้ง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). **ธุรกิจไมซ์**. นนทบุรี: หจก.เฟรนด์ชาลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ. (2555). “ยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคตะวันตกเพื่อการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน.” วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศักดิ์พันธ์ ต้นนิมลรัตน์. (2557). “การบริหารทรัพยากรมนุษย์ทางการศึกษา แนวคิด ทฤษฎีและบทบัญญัติทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง.” **Veridian E-Journal** ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 หน้า 845-862.
- สุกัญญา รัชมีธรรมโชติ. (2548). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency BASED LEARNING**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- อาภรณ์ ภูววิทยพันธ์. (2555). **Competency-based training road map (TRM)**. กรุงเทพฯ: เอชอาร์ เซ็นเตอร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555-2559**. สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2557). **วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- _____. (2558ก). **MICE Review 2015**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- _____. (2558ข). **อุตสาหกรรมไมซ์ในอาเซียน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2558). “การบริหารจัดการคนเก่งเชิงกลยุทธ์: ปัจจัยสำคัญสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน.” **Veridian E-Journal** ปีที่ 8, ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม): 1096-1112.

ภาษาต่างประเทศ

- Armstrong, M. (2014). **Armstrong's handbook of human resource management practice**. 13th Edition. Ashford Colour press Ltd: UK.
- Bart Victor and Carroll Stephens. (1994). “The Dark Side of the New Organizational Forms: An Editorial Essay.” **Organization science** Vol.5, No.4 November: 479.

- Boxall, P F and Purcell, J. (2003). **Strategy and Human Resource Management**. Palgrave Macmillan: Basingstoke.
- Chalofsky, N.E., & Lincoln, C.I. (1983). **Up the HRD ladder: A guide for professional growth**. Addison-Wesley Publishing Company: Reading, MA.
- Davidson,R. (1994). **Business Travel**. Addison Wesley Longman: London.
- Feodor Mikhaylov and others. (2014). "Current tendencies of the development of service of human resources management." **Procedia - Social and Behavioral Sciences** Vol.150: 330 – 335.
- Harrison, R., and Kessels, J. (2004). **Human Resource Development in a Knowledge Economy: An Organization View**. PALGRAVE MACMILLAN: NY.
- McClelland, D. C. (1973). "Testing for competence rather than for" intelligence." **American psychologist**, 28(1), 1.
- McLean, G. N., & McLean, L. (2001). "If we can't define HRD in one country, how can we define it in an international context." **Human Resource Development International** 4, 3: 313-326.
- Naveed Saif and others. (2013). "Competency based Job Analysis." **International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences**. Vol.3, No.1, January 2013. P. 105-111.
- Noe, R. and others. (2003). **Human resource management: gaining a competitive advantage**. 4th ed. Boston: McGraw Hill.
- Porter, M.E. (1980). **Competitive Strategy**. Free Press: New York.
- Scoot B. Parry. (1997). **Evaluating the impact of Training**. American Society for Training and Development: Alexandria, Virginia.
- Swanson, R. A. & Holton, E. F. (2009). **Foundations of Human Resource Development**. 2nd Edition. Berrett-Koehler: San Francisco.
- Taylor, F.W. (1991). **The Principles of Scientific Management**. Harper Bros: NY.
- Thomas G. Cummings & Christopher G. Worley. (2008). **Organization Development and Change**. 9th Edition. South-Western Cengage Learning: USA.
- Yorks, L. (2005). **Strategic human resource development**. South Western Thomson: Mason, OH.