การพัฒนาตัวบ่งชี้ของสมรรถนะด้วยองค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

The Development of Competencies Indicators Follow to Conjoint of Labour Characteristic in Supply Chain Exhibition Business

พงศธร ลิมปนเวทย์สกุล (Pongsatorn Limpanawetsakul)*
ธีระวัฒน์ จันทึก (Thirawat Chuntuk)**
พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Phitak Siriwong)***

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ 2) ศึกษาถึงคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และ 3) วิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้เชี่ยวชาญ 23 คน การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint analysis) เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ 438 คน สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการศึกษาพบว่า 1) การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การเตรียมการจัดงาน การวางแผนการจัดงาน การดำเนินการจัดงาน และการติดตามผลการจัดงาน 2) คุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณสมบัติ 3) องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ในด้านความรู้ประกอบด้วย ความรู้เรื่องการจัดงานแสดงสินค้า ความเข้าใจบทบาทขององค์การ ความรู้ด้านการจัดการความเสี่ยง ความรู้ความเข้าใจงานที่ทำ ความเข้าใจลูกค้า และข้อมูลข่าวสารของอุตสาหกรรม ในด้านทักษะประกอบด้วย การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การประสานงาน ภาษาต่างประเทศ การใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ การบริการ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ในด้านคุณสมบัติประกอบด้วย ความอดทนในการทำงาน ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ ความเสียสละ เป้าหมายในการทำงาน ความยืดหยุ่นในการทำงาน สุขภาพแข็งแรง และความมั่นใจในตัวเอง

คำสำคัญ: ตัวบ่งชี้/ สมรรถนะ/ คุณลักษณะแรงงาน/ การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

* สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: carf38@gmail.com
Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University, E-mail: carf38@gmail.com
** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Assistant Professor. Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University
*** รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Associate. Professor. Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

Abstract

The purposes of this study were : 1) to study the process organizing of exhibition 2) to study the characteristics of labor in supply chain of exhibition and 3) Conjoint analysis is characteristics of labor in supply chain of exhibition. Data collection methods document analysis, in-depth interview from expert 23 peoples Conjoint analysis data collection involved with exhibition sampling 438 people. The results of the study were as follows : 1) Exhibition include 4 steps such as Preparation work, Planning, Events, Operation and Follow-up events 2) Characteristics of labor in supply chain of exhibition include the main component is Knowledge, Skills and Qualifications. Conjoint of characteristics of labor in supply chain of exhibition in knowledge of exhibition ,Understanding the Role of the Organization, Knowledge of risk management, Cognitive tasks, Customer insight and information of exhibition in skill include Analytical thinking, Communication, Teamwork, Liaison, Foreign language, Use of technology, Creativity, Services and problem solving in qualification include Patience to work, Loyalty, Responsibility, Sacrifice, Working goal, Flexible working, Healthy and confidence in themselves.

Keyword: indicator/ competency/ characteristics of labor/ exhibition

บทนำ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เป็นการเดินทางเพื่อธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อผลประโยชน์ขององค์การ โดยองค์การเป็นผู้รับผิดชอบและกำหนดเงื่อนไขต่างๆในการเดินทาง (Davidson, 1994) อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยรวมกับประเทศที่เป็นเจ้าของการจัดงานทั้งในเรื่องของการจ้างงาน และเศรษฐกิจระดับภูมิภาคนอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้เดินทางมาเข้าร่วมด้วย (Dwyer and Forsyth, 1997) อุตสาหกรรมไมซ์คืออุตสาหกรรมขนาดใหญ่ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมองค์กร การประชุมวิชาชีพ และ การแสดงสินค้าและนิทรรศการที่มีมูลค่าหลายล้านดอลล่าในอุตสาหกรรมโลก และเป็นดัชนีสำคัญในการวัดความเจริญของเมือง (Kim, 2007) โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับประโยชน์จากอุตสาหกรรมไมซ์ไม่ได้มีแค่ผู้จัดงานเพียงอย่างเดียวแต่ยังรวมถึง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจให้บริการการท่องเที่ยว ธุรกิจสถานบันเทิง ธุรกิจบริการอาหาร ธุรกิจการสันทนาการ ธุรกิจการให้บริการสถานที่จัดงานและอีกหลายๆธุรกิจ (Goeldner and Ritchie 2012) และอุตสาหกรรมไมซ์นั้นเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้จากผลการดำเนินงานที่สูงให้กับประเทศผู้เป็นเจ้าของงาน

การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้นเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมไมซ์ (Hui-Wen, 2014) โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประกอบไปด้วย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มแรกผู้จัดงานเป็นบุคคลหรือองค์การที่ทำให้งานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเกิดขึ้นนอกจากนี้ยังต้องรับผิดชอบทางด้าน

การตลาดเพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมงาน และผู้ขายสินค้าให้มีความเหมาะสมทั้งในเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (Jung, 2005) กลุ่มที่สองผู้ออกงานเป็นผู้นำสินค้าหลากหลายชนิดมาจัดแสดงโดยมีเป้าหมายเพื่อแสดงให้ผู้ซื้อได้เยี่ยมชมและเห็นประโยชน์ของสิ้นค้านั้นรวมถึงการรับความคิดเห็นจากลูกค้า และศึกษาคู่แข่งเพื่อการพัฒนาสินค้าของตนเองให้มีความแตกต่าง และตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังนำสินค้าที่ตนเองมีมาขายภายในงานได้อีกด้วย(Whitfieldand and Webber, 2011) กลุ่มที่สามเป็นผู้เข้าเยี่ยมชมงานหรือผู้ซื้อสินค้าเข้ามาในงานเพื่อเลือกซื้อสินค้า หาประสบการณ์ หรือหาช่องทางการลงทุน (Smith and Others, 2003) โดยส่วนใหญ่แล้วงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติขนาดใหญ่ล้วนถูกจัดโดยผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) ดังนั้นผู้จัดงานมืออาชีพจึงมีความสำคัญต่อการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (พงศธร ลิมปนเวทย์สกุล และ ธีระวัฒน์ จันทึก, 2559) เพราะเป็นผู้รับผิดชอบจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทานของจัดการตั้งแต่ก่อนจัดงานจนถึงหลังสิ้นสุดงาน

การจัดการของการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการที่สำคัญมี 5 ขั้นตอน(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา,2557) ได้แก่ 1) การวางแผนว่าจัดงานแสดงสินค้าอย่างไรโดยต้องตกลงกันในเรื่องต่างๆของการจัดงานกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจกับการจัดงาน 2) ขั้นการเตรียมงาน เป็นขั้นที่จัดทำแผนโครงการนำร่องพร้อมกับการประสานงานเพื่อยืนยันผู้เข้าร่วมงาน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และสรุปรูปแบบการจัดงาน 3) ขั้นการดำเนินการสร้างเป็นขั้นตอนที่สร้างโครงสร้างทางด้านสถานที่ให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ 4) ขั้นการนำเสนอ เป็นขั้นตอนที่ดำเนินตั้งแต่เปิดงานจนปิดงาน 5) ขั้นประเมินผล เป็นขั้นที่ประเมินว่าผู้ที่มาร่วมงานนั้นมีความคิดเห็นอย่างไรกับงานที่จัดขึ้นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาการจัดงานในครั้งต่อๆไป นอกจากนี้ บทบาทของทีมการดำเนินงานจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประกอบด้วย การบริหารจัดการ การวิจัย การสื่อสารและการจัดโปรโมชั่น การลงทะเบียนและการบริการลูกค้า ระบบการขนส่ง และความสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ (International Trade Centre, 2012) โดยผู้จัดงานมืออาชีพไม่ได้ให้บริการสำหรับผู้ออกงานเท่านั่นแต่ยังรวมถึงการจัดการทั้งก่อนและหลังงานแสดงสินค้า (Smith and Others, 2003) โดยบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในส่วนต่างๆในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้นต้องมีคุณลักษณะความรู้ความสามารถที่เหมาะสม

คุณลักษณะแรงงานตามความรู้ความสามารถของแรงงานในการปฏิบัติงาน ได้แก่ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความขยันและอดทน ตรงต่อเวลา ความมีระเบียบวินัยในการทำงาน มีทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ความสามารถในการแก้ปัญหา รู้จักบริหารเวลา มีความรู้พื้นฐานในตำแหน่งงานที่ทำ มีทักษะฝีมือแรงงาน มีจิตสาธารณะ มีทักษะการแสวงหาความรู้ มีความสามารถในการวิเคราะห์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ และมีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ(สำนักงานสถิติแห่งชาติ,2557) ประกอบกับสมรรถนะของแรงงานที่ผู้ประกอบการต้องการ ได้แก่ ความเป็นผู้นำ ความคิดสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การบริหารจัดการเวลา การสื่อสาร การปรับตัวให้เข้ากับงานและองค์การ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความขยัน และสามารถทำงานเป็นทีมได้(จงจิต ฤทธิรงค์ และรีนา ต๊ะดี, 2558)เห็นได้ว่าคุณลักษณะต่างๆนั้นมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานที่ควรพัฒนาทั้งในด้านของการทำงานเป็นทีม การวิเคราะห์แก้ไขปัญหา การสื่อสาร และสิ่งต่างๆที่องค์การต้องการ (Bates, 2002) ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีประสิทธิภาพและ มีความรู้ความสามารถและความเหมาะสมกับการทำงาน

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ทั้งนี้ทรัพยากรมนุษย์ที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ทักษะสมรรถนะ ความสามารถ มีคุณค่า และมีความชำนาญ จนกลายเป็นทุนมนุษย์ขององค์การ การพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีสมรรถนะก็เท่ากับช่วยให้พนักงานมีความไฝ่รู้ มีความเป็นผู้นำ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้องค์การอยู่รอดและเติบโตยั่งยืนตลอดไป โดยทุนมนุษย์สร้างได้จากการส่งเสริมให้มนุษย์ในองค์การมีมูลค่าเพิ่ม มีความสามารถเพิ่มโดยการฝึกอบรมจนเชี่ยวชาญ เกิดทักษะความชำนาญ เกิดการเรียนรู้ตลอดเวลา เกิดการใช้ประโยชน์จากทุนมนุษย์เป็นตัวช่วยการสร้างการจัดการความรู้ในองค์การ เกิดการแลกเปลี่ยนถ่ายโอนความรู้ กลายเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ เป็นความสำเร็จที่องค์การจะสร้างทุนมนุษย์ไปแข่งขันกับองค์การอื่น (ประไพทิพย์ ลือพงษ์, 2555) ประกอบกับนายจ้างนั้นต้องการผลกำไรสูงสุดจากการลงทุนในทุนมนุษย์ (Iftikhar and Others, 2010) เพราะการลงทุนที่ดีที่สุดคือการลงทุนในมนุษย์ (Nerdrum, 2001) โดยบทบาทของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ความสำคัญการวางแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของงานทั้งระดับของทักษะ และจำนวนทรัพยากรที่ต้องการ (Kenneth and Others, 2006) ในปัจจุบันองค์การต่างๆหลายองค์การได้นำสมรรถนะเข้ามาใช้ในพัฒนาทรัพยากรในองค์การ เพราะช่วยให้ผลงานของบุคลากรตรงตามความต้องการขององค์การ (บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ, 2555)

สมรรถนะในตัวบุคคลนั้นจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การและยังสามารถใช้สมรรรถนะในการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรได้ เพราะเมื่อนำสมรรถนะมาใช้ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยการกำหนดว่าสมรรถนะเป็นคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่มาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ โดยสมรรถนะเป็นสิ่งที่ใช้ในการทำนายผลการปฏิบัติงาน หรือสามารถใช้ในการประเมินเพื่อจ่ายค่าตอบแทนก็ได้ (Binning & Barrett, 1989) โดยสมรรถนะนั้นเป็นตัวกำหนดคุณสมบัติในการคัดเลือกผู้ที่เข้ามาทำงานในองค์การ ทั้งนี้องค์การต้องคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมกับงาน เหมาะสมกับองค์การ และมีคุณธรรมเข้ามาทำงานในองค์การ ส่งผลให้บุคลากรที่เข้ามาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554) นอกจากนี้สมรรถนะยังใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินเพื่อใช้ในการพัฒนาบุคลากรทำให้รู้ว่าตนเองนั้นต้องพัฒนาสมรรถนะในด้านต่างๆอย่างไร นอกจากนี้เกนฑ์ที่ใช้ต้องมีความยุติธรรม และโปร่งใส (ประเวศน์ มหารัตน์สกุล, 2556) แสดงให้เห็นว่าสมรรถนะเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับกำหนดคุณสมบัติของทรัพยากรมนุษย์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าต้องการ

ด้วยเหตุผลและความสำคัญข้างต้นการพัฒนาตัวบ่งชี้ของสมรรถนะของแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการจึงมีความสำคัญที่ช่วยให้สามารถพัฒนาบุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในปัจจุบันและอนาคต ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาตัวบ่งชี้ของสมรรถนะด้วยองค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เพื่อให้สถาบันการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณลักษณะต่างๆของนักศึกษาให้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ ทักษะ และความสามารถ ตั้งแต่การสรรหาและคัดเลือก การพัฒนาบุคลากร และการธำรงรักษาบุคลากรไว้ในองค์การ เพื่อให้บุคลากรใช้เป็นแนวทางใน

การพัฒนาตัวเอง สำรวจตัวเองให้มีความรู้ ทักษะ ความสามารถที่เหมาะสมกับการทำงาน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการได้เตรียมการพัฒนาบุคลากรเพื่อเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาถึงกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ
2. ศึกษาถึงคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ
3. วิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

วิธีการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยเรื่องการพัฒนาตัวบ่งชี้ของสมรรถนะด้วยองค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน เริ่มจาก ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเอกสารเพื่อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานแสดงสินค้าทั้งในเรื่องของทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวคำถาม และนำแนวคำถามที่ได้มาเก็บข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญ ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามแล้วนำไปเก็บข้อมูลกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ขั้นตอนที่ 1 วิจัยเอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ผู้ออกงานแสดงสินค้า นักวิชาการ และหน่วยงานที่ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ จำนวน 23 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวคำถาม เครื่องบันทึกเสียง สมุดจดบันทึก

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า (Denzin, 1970) โดยผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการหลายฝ่ายเพื่อนำข้อมูลที่ได้มายืนยันความถูกต้องของข้อมูล นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบจากวิธีการวิธีการเก็บข้อมูลที่แตกต่างกันในรูปแบบของ การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกต

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเริ่มจากการถอดเทปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบกับข้อมูลที่ได้จดบันทึก นำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงและจัดกลุ่มของข้อมูลให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อสร้างแบบสอบถามในการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

กลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม คือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ จำนวน 438 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมเริ่มจากนำแบบสอบถามที่ได้มาเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาตัวบ่งชี้ของสมรรถนะด้วยองค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) วิจัยเอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึก 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม โดยมีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

จากการศึกษาพบว่าการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้นประกอบไปด้วย 3 ฝ่ายหลัก ได้แก่ ผู้จัดงานแสดงสินค้า ผู้ออกงานแสดงสินค้า และผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ยังมีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานแสดงสิ้นค้าอีก ได้แก่ ผู้รับเหมาขนส่งสินค้ามืออาชีพ ผู้รับเหมาจัดบูทแสดงสินค้า ผู้รับเหมาจัดการด้านโครงสร้างสถานที่แสดงสินค้า เจ้าของสถานที่จัดงานแสดงสินค้า ทั้งนี้ผู้จัดงานแสดงสินค้านั้นเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในทุกกระบวนการของการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ โดยกระบวนการดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย การเตรียมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การวางแผนการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการติดตามผลการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

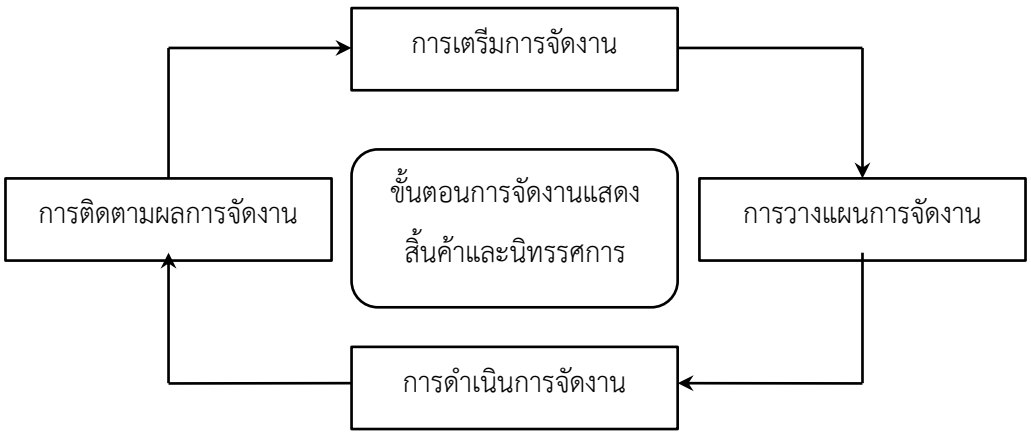
การจัดงานแสดงสินค้าในแต่ละครั้งนั้นเริ่มจากการเตรียมการในการจัดงานแสดงสินค้าโดยศึกษาข้อมูลต่างๆที่ส่งผลต่อการจัดงานแสดงสินค้า ในเรื่องของสภาพของเศษฐกิจ เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและโอกาสความสำเร็จในการจัดงาน เรื่องความต้องการของผู้ออกงานแสดงสินค้าและความต้องการของผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า เพื่อจับคู่ความต้องการระหว่างผู้ออกงานแสดงสินค้า และผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าให้มีความเหมาะสมกัน เรื่องของหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้า เพื่อให้สามารถติดต่อขอความสนับสนุนจากหน่วยงานได้ตรงวัตถุประสงค์ของการจัดงาน เมื่อศึกษาข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ในขั้นของการเตรียมการนั้นผู้จัดงานมีการจัดประชุมระหว่างผู้จัดงาน หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน และตัวแทนของกลุ่มอุตสาหกรรมเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาหาแนวโน้มในการวางแผนการจัดงาน

หลังจากขั้นตอนของการเตรียมการในการจัดงานแสดงสินค้าสินค้านั้นเป็นขั้นตอนของการวางแผนจัดงานแสดงสินค้า ในขั้นตอนนี้เป็นการกำหนดงบประมาณในการจัดงานแสดงสิ้นค้าทั้งในส่วนของผู้จัดงาน และในส่วนที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานในส่วนต่างๆว่าในการดำเนินงานส่วนไหนใช้งบประมานเท่าไหร่ และใช้วิธีการใด เมื่อได้งบประมานมาแล้วผู้จัดงานต้องกำหนดระยะเวลาในการจัดงานแสดงสินค้า และหน้าที่ความรับผิดชอบในส่วนต่างๆของการจัดงานเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ประกอบกับติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในส่วนต่างๆของการจัดงานแสดงสินค้า ทั้งด้านสถานที่ในการจัดงานเพื่อกำหนดขนาดพื้นที่ในการจัดงานและออกแบบแผนผังของงานได้ เมื่อได้แผนผังของงานแล้วต้องประสานงานกับผู้รับเหมางานออกแบบสถานที่ในการจัดงานเพื่อให้เข้าใจผังของงานและสร้างสถานที่การจัดงานได้ตามแผนผัง นอกจากนี้ผู้จัดงานต้องประสานงานกับผู้รับเหมาในการขนส่งสินค้าสำหรับงานแสดงสินค้าโดยเฉพาะเนื่องจากการจัดงานแสดงสินค้าเป็นงานที่มีระยะเวลาการเริ่มและสิ้นสุดงานที่ชัดเจนทำให้ผู้รับผิดชอบในการขนส่งต้องมีความรับผิดชอบที่สูง ทั้งนี้ผู้จัดงานแสดงสินค้าต้องออกแบบโครงร่ายของการดำเนินงานจัดงานแสดงสินค้า และประสานงานกับวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้ภายในงานเพื่อดึงดูดผู้เข้าชม

งานให้มีความสนใจเข้าร่วมงานและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้น นอกจากนี้ผู้จัดงานยังต้องวางแผนวิธีการประสานงานกับผู้ออกงานที่มีความประสงค์มาออกบูทในงานแสดงสินค้าเพื่อกำหนดช่องทางในการติดต่อประสานงานกับผู้ออกงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับวางแผนการเตรียมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าชมงานทราบถึงการจัดงานแสดงสินค้าและสนใจมาเข้าชมงาน เพื่อกำหนดช่องทางในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนการวางแผนการจัดงานแสดงสินค้าแล้วผู้จัดงานเริ่มขั้นตอนของการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ฝ่ายต่างๆที่ได้รับมอบหมายควมรับผิดชอบในส่วนต่างๆปฏิบัติงานตามแผนที่ได้วางไว้ ในขั้นตอนของการดำเนินงานนี้เป็นช่วงที่รับการประสานงานจากผู้ออกบูทที่มีความประสงค์เข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อทราบจำนวนและตำแหน่งของบูทแสดงสินค้า ประกอบกับโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าชมงานทราบถึงการจัดงานแสดงสินค้าและสนใจมาเข้าชมงาน และเมื่อใกล้ถึงวันงานฝ่ายที่รับผิดชอบเรื่องสถานที่ต้องดูแลความเรียบร้อยในด้านต่างๆของสถานที่จัดงาน ประกอบกับการขนส่งสินค้าเข้ามาในงานอย่างเป็นระบบ และในช่วงของงานแสดงสินค้านั้นผู้จัดงานมีเจ้าหน้าที่ดูแลในส่วนต่างๆของงาน ทั้งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลผู้เข้าร่วมงาน เจ้าหน้าที่รับลงทะเบียนเข้าร่วมงาน และเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยและความเรียบร้อยภายในงาน เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเก็บข้อมูลความต้องการของผู้ออกงาน และผู้เข้าชมงานเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและแก้ไขปัญหาระหว่างการจัดงาน

หลังจากสิ้นสุดการจัดงานแสดงสินค้าแล้วนั้นผู้จัดงานต้องเก็บข้อมูลจากผู้ออกงานแสดงสินค้าถึงความประสงค์ที่เข้าร่วมงานในครั้งต่อไป หรือข้อเสนอแนะภาพรวมในการจัดงานครั้งนี้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการจัดงานครั้งต่อไป ทั้งในเรื่องของความพึงพอใจโดยรวม แผนผังของสถานที่จัดงาน ความเหมาะสมของช่วงเวลาในการจัดงาน การให้บริการของพนักงานฝ่ายต่างๆ รวมถึงสิ่งที่ต้องการให้พัฒนาในการจัดงานครั้งต่อไป นอกจากนี้ผู้จัดงานยังต้องติดต่อกับผู้ออกงานแสดงสินค้าเพื่อสอบถามข้อมูลจากผลที่ได้รับจากการออกงานแสดงสินค้าว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจต่อผู้ออกงาน สามารถแสดงขั้นตอนกระบวนการจัดงานได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

2. คุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

จากการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประกอบไปด้วย สามารถสื่อสารได้หลายภาษา มีบุคลิกภาพที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีทักษะการเจรจาต่อรอง มีความรับผิดชอบ ใฝ่เรียนรู้ มีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

คุณลักษณะของแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ		
สามารถสื่อสารได้หลายภาษา	มีบุคลิกภาพที่ดี	มีความคิดสร้างสรรค์
มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	มีทักษะการเจรจาต่อรอง	มีความรับผิดชอบ
ใฝ่เรียนรู้	มีความรู้เรื่อง การจัดงานแสดงสินค้า	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ตารางที่ 1 แสดงคุณลักษณะของแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

จากตารางบุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องสามารถสื่อสารได้หลายภาษา เนื่องจากการทำงานในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้นเป็นธุรกิจที่ต้องมีการติดต่อกับบริษัทที่อยู่ต่างประเทศเพื่อให้เข้าร่วมงานอยู่ตลอดเวลาทำให้ภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งสำคัญสำหรับบุคลากรในธุรกิจนี้ ประกอบกับบุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องมีบุคลิกภาพที่ดี เนื่องจากบุคลิกภาพของบุคลากรนั้นส่งผลต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์การ บุคลากรต้องแต่งกายให้มีความน่าเชื่อถือ และปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับตำแหน่งงาน นอกจากนี้บุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องมีความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากการคิดริเริ่มจัดงานแสดงสินค้านั้นต้องมีการระดมความคิดเพื่อวางแผนการจัดงานแสดงสินค้าที่เกิดขึ้น ความคิดสร้างสรรค์นั้นทำให้งานที่จัดขึ้นมีความโดดเด่นและแตกต่าง สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ และสิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือบุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หากบุคลากรมีเป้าหมายและแรงจูงใจในการทำงานทำให้บุคลากรนั้นสามารถปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ทั้งนี้บุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองเพื่อให้การเจรจาทางธุรกิจเกิดประโยชน์กับองค์การมากที่สุด และสามารถโน้มน้าวให้คู่สนทนาคล้อยตามได้

นอกจากคุณลักษณะข้างต้นแล้วบุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องมีความรับผิดชอบในงานและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพราะการที่งานแสดงสินค้านั้นมีประสิทธิภาพได้ต้องเกิดจากความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องดังนั้นการที่บุคลากรต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนจึงมีความสำคัญ ประกอบกับบุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องใฝ่เรียนรู้เนื่องจากในปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทำให้ทำให้ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าต้องมีการปรับตัวตลอดเวลาเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ดังนั้นพนักงานจึงต้องมีการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้บุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องมีความรู้เรื่องการจัดงานแสดง

สินค้า เพราะความรู้เรื่องการจัดงานแสดงสินค้าของบุคลากรทำให้การงานจัดแสดงสินค้ามีคุณภาพมากขึ้นจากการที่บุคลากรรู้รายละเอียดของการจัดงานแสดงสินค้านั้นเป็นอย่างดีส่งผลให้สามารถลดข้อผิดพลาดของงาน สามารถแก้ไขปัญหา และพัฒนางานให้ดีขึ้นได้ และคุณลักษณะสำคัญอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ คือ ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เนื่องจากสิ่งสำคัญในการดำเนินงานจัดงานแสดงสินค้านั้นคือการประสานงานกับทุกๆฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มนุษยสัมพันธ์ที่ดีของบุคลากรทำให้บรรยากาศของการประสานงานนั้นมีความราบรื่น และผู้ประสานงานด้วยรู้สึกสบายใจ

3. องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ในการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณสมบัติ โดยผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความรู้ประกอบด้วย ความรู้ด้านการจัดงานแสดงสินค้า ความรู้ด้านการจัดการความเสี่ยง ความรู้เกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ขององค์การ รู้ด้านความต้องการของลูกค้า มีความรู้และเข้าใจงานที่ทำ และความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารของอุตสาหกรรม 2) ด้านทักษะประกอบด้วย ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการประสานงาน ทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี ทักษะความคิดสร้างสรรค์ ทักษะการบริการ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 3) ด้านคุณสมบัติประกอบด้วย มีความอดทนในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ มีความเสียสละ มีเป้าหมายในการทำงาน มีความยืดหยุ่นในการทำงาน มีสุขภาพแข็งแรง และมีความมั่นใจในตัวเอง

อภิปรายผลการวิจัย

ในเรื่องกระบวนการดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าจากการศึกษาพบว่าประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย การเตรียมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การวางแผนการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการติดตามผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการจัดการโครงการที่ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดความมุ่งหมาย การวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการวัดผลตามลำดับ (วุฒินันท์ ชุมภู, 2559) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Turner (2016) ได้เสนอกระบวนการจัดการโครงการว่าเริ่มตั้งแต่การกำหนดโครงการ การเริ่มโครงการ การควบคุมโครงการ การแก้ไขปัญหาความไม่ต่อเนื่องของโครงการ การปิดโครง และการอนุมัติโครงการตามลำดับ โดยหลังจากการเริ่มโครงการจนถึงปิดโครงการต้องมีการประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆอย่างต่อเนื่อง

ในเรื่องของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการจากการศึกษาพบว่าคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประกอบไปด้วย สามารถสื่อสารได้หลายภาษา มีบุคลิกภาพที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีทักษะการเจรจาต่อรอง มีความรับผิดชอบ ใฝ่เรียนรู้ มีความรู้เรื่องการจัดงานแสดงสินค้า มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สอดคล้องกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) เสนอเรื่องคุณลักษณะแรงงานตามความรู้ความสามารถของแรงงานในการปฏิบัติงานในเรื่อง การมีจิตสาธารณะ มีทักษะการแสวงหาความรู้ มีความสามารถในการวิเคราะห์ มีความคิด

ริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ และมีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fadilah and Others (2016) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะหลักของพนักงานและความเป็นเลิศขององค์การ: การวิเคราะห์การสื่อความหมาย ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะหลักสำคัญที่จำเป็นต่อพนักงานมี 4 สมรรถนะ คือ สมรรถนะในการทำงาน สมรรถนะด้านการสื่อสาร สมรรถนะด้านภาวะผู้นำ และสมรรถนะด้านความรู้ความเข้าใจ ประกอบกับ Hui-Wen (2014) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างรูปแบบสมรรถนะเพื่อมืออาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับนานาชาติ: วิธีการวิเคราะห์ตามลำดับขั้น ผลการศึกษาพบว่า ในจำนวนสามสมรรถนะหลักสมรรถนะด้านความเชี่ยวชาญไมซ์มืออาชีพมีความสำคัญที่สุด ประกอบด้วย ความรู้ความเชี่ยวชาญพื้นฐาน ทักษะการทำงานด้านไมซ์ และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อันดับต่อมาคือสมรรถนะด้านการสื่อสาร ประกอบด้วย หลักไวยากรณ์ การใช้ภาษาในการสื่อการ เทคนิคการสื่อสาร ความหลากหลายของภาษา และการวางแผนกลยุทธ์ อันดับสุดท้ายคือสมรรถนะด้านวัฒนธรรมที่แตกต่าง ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ และทัศนะคติ

ในเรื่องขององค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณสมบัติ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสมรรถนะของ Spencer and Spencer (1993) ได้เปรียบเทียบคุณลักษณะเสมือนกับภูเขาน้ำแข็ง โดยสรุปว่าคุณลักษณะของบุคคลนั้นมีส่วนที่ลอยอยู่เหนือน้ำที่สามารถสังเกตได้ง่าย ได้แก่ ความรู้ ได้แก่ความรู้ และทักษะต่างๆ และส่วนที่จมอยู่ใต้น้ำเป็นส่วนที่มีปริมาณมากกว่าเป็นส่วนที่ไม่อาจสังเกตได้ชัดเจนและวัดได้ยากกว่า เป็นส่วนที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลมากกว่า ประกอบกับScott (1997) ที่ให้คำจำกัดความไว้ว่า คือกลุ่มของความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ที่เชื่อมโยงกันและส่งผลกระทบต่องานหลักในตำแหน่งงาน นอกจากนี้ McClelland (1973) ได้แบ่งองค์ประกอบของสมรรถนะอองเป็น 5 ส่วน คือ ด้านความรู้ คือ ความรู้เฉพาะในเรื่องที่ต้องรู้ เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ ด้านทักษะ คือ สิ่งที่ต้องการให้ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทักษะเกิดขึ้นมาจากพื้นฐานทางความรู้ และสามารถปฏิบัติได้อย่างชำนาญด้านความคิดส่วนตัวคือ เจตคติ ค่านิยม และความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนเอง หรือสิ่งที่คนอื่นเชื่อว่าเป็นตนเอง ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลนั้น เช่น คุณลักษณะความเป็นผู้นำ ความน่าเชื่อถือ เป็นต้น ด้านแรงจูงใจ เจตคติเป็นแรงจูงใจหรือแรงขับภายในทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย หรือมุ่งสู่ความสำเร็จ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการควรมีคุณลักษณะหลายอย่างที่เหมาะสม ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในองค์การให้มีคุณลักษณะตามที่องค์การต้องการ นอกจากนี้สถาบันการศึกษาที่มีสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการควรมีการร่วมมือกับผู้จัดงานแสดงสินค้าเพื่อให้สามารถพัฒนาแรงงานได้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการสร้างคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการเพื่อใช้สร้างชุดคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการใน

การศึกษาครั้งต่อไปควรนำคุณลักษณะที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างสมรรถนะของแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

จงจิต ฤทธิรงค์ และรีนา ต๊ะดี. (2558). “ข้อท้าทายในการผลิตแรงงานฝีมือไทย เพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.” ความหลากหลายทางประชากรและสังคมในประเทศไทย ณ ปี 2558. 129-147. อารี จำปากลาย, ปัทมา ว่าพัฒนวงศ์ และกาญจนา ตั้งชลทิพย์, บรรณาธิการ. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554). การคัดเลือกบุคคลตามแนวความคิด “ความเหมาะสมระหว่างบุคคล-งาน-องค์การ-จริยธรรม”. การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 12.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). ธุรกิจไมซ์. นนทบุรี: หจก.เฟริ์นข้าหลวง พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2556). การจัดการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.

บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ. (2555). “ยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคตะวันตกเพื่อการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน.” ดุษฎีนิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.ประไพทิพย์ ลือพงษ์. (2555). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีสมรรถนะความสามารถในการแข่งขัน. วารสารนักบริหาร. ปีที่ 32 ฉบับที่ 4 หน้า 103-108.

พงศธร ลิมปนเวทย์สกุล และ ธีระวัฒน์ จันทึก. (2559). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ. Veridian E-Journal. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 หน้า 1327-1335.

วุฒินันท์ ชุมภู. (2559). เรียนลัดการบริหารโครงการ. กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). สำรวจความต้องการแรงงานของสถานประกอบการ พ.ศ. 2556. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

ภาษาต่างประเทศ

Bates, R. A. (2002). *Human resource development objectives*. human resource and their development. Vol1.

Binning, J., & Barrett, G. (1989). Validity of Personnel Decisions: A Conceptual Analysis of the Inferential and Evidential Bases. Journal of Applied Psychology, 74(3), 478-494.

Davidson, R. (1994). Business Travel. London: Pitman.

Denzin, N. (1970). Strategies of multiple triangulation. *The research act in sociology: A theoretical introduction to sociological method*, *297*, 313.

Dwyer, L., and Forsyth, P. (1997). Impacts and benefits of MICE tourism: a framework for analysis. Tourism Economics. 3(1), 21-38.

Fadilah, p., and Others. (2016). EMPLOYEE CORE COMPETENCIES AND ORGANISATIONAL EXCELLENCE: AN INTERPRETATIVE ANALYSIS. Australian Journal of Business and Economic Studies, Vol. 2, No. 1. Pp. 45-55.

Goeldner, C. R., and Ritchie, B. J. R. (2012).Tourism: Principles, practices, philosophies (12th ed.). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Hui-Wen Vivian Tang. (2014). Constructing a competence model for international professionals in the MICE industry: An analytic hierarchy process approach. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education 15 P 34–49.

Iftikhar, H. S, and Others, (2010). Structure of Technical Education and Vocational Training in Pakistan. Journal of Technical Education and Training , 63-75.

International Trade Centre. (2012). Basics for Organizing Trade Fairs A Guide for Developing Countries. Geneve: Palais des Nations.

Jung, M., (2005). Determinants of Service Exhibition Quality as Perceived by Attendees. Journal of Convention and Event Tourism. 7 (3), 85-98.

Kenneth, B., and Other. (2006). A Comparative Study of Strategic HRD Approaches for Workforce Planning in the Tourism Industry . Minnesota.

Kim, B. S. (2007). The motives and forms of alliances in the trade fair industry: With a focus on German trade fair organizes. Journal of Korea Trade, 11(3), 1-24.

Mc Clelland, D.C. (1973). Testing for competence rather than for" intelligence.".*American psychologist*, *28* (1), 1.

Nerdrum, L., (2001). Intellectual Capital: a human capital perspective. Journal of Intellectual Capital , 127-135.

Scoot B. Parry. (1997). Evaluating the impact of Training. American Society for Training and Development: Alexandria, Virginia.

Smith, T. M., and Others. (2003). The effect of successful trade show attendance on future show interest: exploring Japanese attendee perspectives of domestic and offshore international events. Journal of Business and Industrial Marketing, 18 (4/5), 403–418.

Spencer, L. M. & Spencer, S. M. (1993). Competence at work New York: Wiley.

Turner, R. (2016). *Gower handbook of project management*. Routledge.

Whitfield, J. and Webber, D. J. (2011) Which exhibition attributes create repeat visitation? International Journal of Hospitality Management, 30 (2). pp. 439-447.