



องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต



โดย
นายรุจิภาส บุญสำเร็จ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แบบ 2.1 ปริญญาตรีบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

HUMAN RESOURCE COMPETENCY STANDARD ELEMENTS OF CONCERT
BUSINESS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Doctor of Philosophy TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2022
Copyright of Silpakorn University

621230036 : การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แบบ 2.1 ปรัชญาคหกรรมศาสตร์

คำสำคัญ : ทรัพยากรมนุษย์, ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต, องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ

นาย รุจิภาส บุญสำเร็จ: องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโท(หญิง) ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล

การศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ 4) เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน และระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ 5) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์

วิธีการศึกษาข้อมูลแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) ส่วนที่ 1 วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) กลุ่มตัวอย่างคือ 1. ผู้บริหารภาครัฐและเอกชน ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อประเมินและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐและเอกชน วิเคราะห์ข้อมูลด้วย T-test และกลุ่มตัวอย่างที่ 2. พนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ องค์ประกอบเชิงยืนยัน การวิเคราะห์การถดถอย เพื่อสรุปผล และ ส่วนที่ 2 วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) ใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้บริหารภาครัฐและเอกชน จำนวน 8-12 คน วิเคราะห์ สังเคราะห์ ร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี สรุปผลการวิเคราะห์ เพื่อค้นหาประเด็นแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต มี 8 สมรรถนะที่สำคัญ ได้แก่ 1. สมรรถนะส่วนบุคคล 2. สมรรถนะเฉพาะงาน 3. สมรรถนะองค์การ 4. สมรรถนะหลัก 5. สมรรถนะในงาน 6. สมรรถนะทางการจัดการ 7. สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ 8. สมรรถนะทางด้านธุรกิจ ที่ส่งผลการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต โดยโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน พบว่า เป็นบวก ตั้งแต่ 0.74-0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทุกตัว และมีแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย ประกอบด้วย ขีดความสามารถในการแข่งขันระดับบุคคล ระดับองค์การ และระดับประเทศ

621230036 : Major TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

Keyword : Concert Business, Human Resource

MR. RUJIPAS BOONSOMRAT : HUMAN RESOURCE COMPETENCY
STANDARD ELEMENTS OF CONCERT BUSINESS THESIS ADVISOR : ASSISTANT
PROFESSOR LIEUTENANT KAEDSIRI JAROENWISAN, Ph.D.

The study of "Human Resources Competency Standard Elements of Concert Business." aimed to 1) evaluate the human resources competency standard elements 2) compare the differences in opinion levels of public and private executives regarding the human resources competency standard 3) analyze the confirmatory factor of the human resources competency standard elements 4) test the human resources competency standard elements that affect the competitiveness 5) determine guidelines for human resources competency development.

This research applied mixed methods. The first part of the study is a quantitative research method using questionnaires to collect data with two sample groups. The first sample group consists of government and private sector executives, using purposive sampling to assess and examine confirmatory factor analysis and to compare their levels of opinion. The data was analyzed using T-test statistics. The second sample group consists of operational level employees in the concert business using Probability Sampling to examine exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis Regression Analysis. In the second part of the study, a qualitative research method was used. Focus group was conducted with 8-12 government and private sector executives in the concert business.

The research findings revealed that the human resources competency standard elements of concert business consist of 8 competencies: 1) Personal Competencies 2) Job Competencies 3) Organization Competencies 4) Core Competencies 5) Functional Competencies 6) Management Competencies 7) Leadership Competencies and 8) Business Competencies, which affect the competitiveness of the concert business. The model is consistent with the empirical data, and when considering the standard component weights, it was found that the positive variables ranging from 0.74 to 0.89 were statistically significant at a level of 0.01. The guidelines for human resource competency development in the concert business, which aim to increase the competitiveness of the event industry in Thailand, consist of 1) Human Competitiveness, 2) Organizational Competitiveness, and 3) National Competitiveness

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สำเร็จลุล่วงได้เนื่องมาจากผู้เขียนได้รับความช่วยเหลือในการให้ข้อมูล คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และกำลังใจจากบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลากรในอุตสาหกรรมคอนเสิร์ต ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม ซึ่งทำให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโท(หญิง) ดร.เกตุศิริ เจริญวิศาล ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์ ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ของผู้เขียน ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ในทุกขั้นตอน ตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้เขียนในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสมอมา

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้เขียน ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ที่รักทุกคนของผู้เขียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ ดร. ยงยุทธ แก้วอุดม อาจารย์ ดร.สุวดี บุญมาจรินทร์ อาจารย์ ดร.มนรัตน์ ใจเอื้อ อาจารย์ภาณุมาศ เกตุแก้ว และคณาจารย์สาขาวิชาการผลิตและการจัดการอีเว้นท์ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยทุกท่าน สำหรับกำลังใจและความช่วยเหลือที่มีให้เสมอมา

ขอขอบพระคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่สนับสนุนทุนการศึกษาสำหรับการศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ และมอบความสำเร็จทั้งหมดจากการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้แด่บิดา มารดา พี่สาว และนางสาวโชติกา วงศ์วิลาส เพื่อนที่เป็นผู้ช่วยส่งเสริม สนับสนุน กระตุ้น เตือน เป็นกำลังใจและแรงใจสำคัญของผู้เขียนตลอดมา จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประสบความสำเร็จได้ตามที่ตั้งใจ

นาย รุจิภาส บุญสำเร็จ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญรูปภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.3 คำถามงานวิจัย	8
1.4 สมมุติฐานการวิจัย	8
1.5 ขอบเขตการวิจัย	9
1.6 ข้อยกเว้นของงานวิจัย	10
1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	11
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.1 ทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในงานวิจัย	16
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	32
2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ	43
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขัน	74
2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	91

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมคนตรี	116
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	139
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	143
3.1 ขั้นตอนการวิจัย.....	143
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	148
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	152
3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ	154
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	159
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	160
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	168
4.1 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต.....	175
4.2 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต.....	197
4.3 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 3) เพื่อวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	211
4.4 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 4) เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	277
4.5 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 5) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต.....	301
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	326
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	326
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	343
5.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปปรับใช้.....	368

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	373
รายการอ้างอิง	374
ภาคผนวก	386
ภาคผนวก ก หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัย.....	387
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	390
ภาคผนวก ค เอกสารประกอบการประชุมกลุ่มย่อย	408
ภาคผนวก ง รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	412
ประวัติผู้เขียน	418



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 เปรียบเทียบกิจกรรมการพัฒนาบุคลากร	35
ตารางที่ 2 แสดงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่อพนักงานและองค์กร.....	37
ตารางที่ 3 สรุปการสกัดตัวแปรสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์	53
ตารางที่ 4 ขั้นตอนการวิจัยองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต	147
ตารางที่ 5 ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญในการประเมินค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหา	156
ตารางที่ 6 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	157
ตารางที่ 7 แสดงระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์	162
ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เครื่องมือคุณลักษณะของผู้สื่อความหมายผ่านบุคคลในอุตสาหกรรม คอนเสิร์ต	173
ตารางที่ 10 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	175
ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้.....	177
ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ	178
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ	179
ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้.....	180
ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ.....	180
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ	181
ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านความรู้..	182
ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านทักษะ ...	183

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ	183
ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้	184
ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ	184
ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ	185
ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้	185
ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ	186
ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ	187
ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้	188
ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางการจัดการ (Skill Competency) ด้านทักษะ	188
ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ	189
ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้	190
ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ	190
ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ	191
ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้	192
ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ	193
ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ	193
ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย และแปลผลขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) ผู้บริหาร	194

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย และแปลผลชี้ความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ผู้บริหาร	196
ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies).....	197
ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้.....	198
ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ.....	198
ตารางที่ 40 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ	199
ตารางที่ 41 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies).....	199
ตารางที่ 42 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้.....	199
ตารางที่ 43 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ.....	200
ตารางที่ 44 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ	200
ตารางที่ 45 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies)	201
ตารางที่ 46 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านความรู้.....	201
ตารางที่ 47 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านทักษะ.....	201
ตารางที่ 48 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ	202

ตารางที่ 49 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies).....	202
ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้.....	203
ตารางที่ 51 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ.....	203
ตารางที่ 52 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ	203
ตารางที่ 53 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)	204
ตารางที่ 54 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้.....	204
ตารางที่ 55 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ	205
ตารางที่ 56 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ.....	205
ตารางที่ 57 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency)	205
ตารางที่ 58 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้.....	206
ตารางที่ 59 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ	206
ตารางที่ 60 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ.....	207
ตารางที่ 61 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)	207

ตารางที่ 62 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้	207
ตารางที่ 63 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ	208
ตารางที่ 64 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ	208
ตารางที่ 65 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency).....	208
ตารางที่ 66 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้.....	209
ตารางที่ 67 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ.....	209
ตารางที่ 68 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ	210
ตารางที่ 69 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	210
ตารางที่ 70 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency).....	210
ตารางที่ 71 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)	211
ตารางที่ 72 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin	212
ตารางที่ 73 จำนวนองค์ประกอบ ค่าร้อยละไอเกน ของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies).....	212
ตารางที่ 74 คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแม็กซ์ (Varimax Method).....	213

ตารางที่ 75 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin	215
ตารางที่ 76 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies).....	215
ตารางที่ 77 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)	216
ตารางที่ 78 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin	218
ตารางที่ 79 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)	218
ตารางที่ 80 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)	219
ตารางที่ 81 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin	221
ตารางที่ 82 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies)	221
ตารางที่ 83 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)	222
ตารางที่ 84 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin	223
ตารางที่ 85 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมและค่าร้อยละของความแปรปรวน ในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies).....	224

ตารางที่ 86 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน
คอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุม
ฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method).....225

ตารางที่ 87 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin226

ตารางที่ 88 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความ
แปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน
ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)....227

ตารางที่ 89 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน
คอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ภายหลังจากการ
หมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)227

ตารางที่ 90 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin229

ตารางที่ 91 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความ
แปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน
ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)230

ตารางที่ 92 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน
คอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ภายหลังจากการหมุน
แกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)230

ตารางที่ 93 การวิเคราะห์ค่า Kaiser-Meyer-Olkin.....232

ตารางที่ 94 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความ
แปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน
ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)233

ตารางที่ 95 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน
คอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุม
ฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method).....233

ตารางที่ 96 การวิเคราะห์ค่า Kaiser-Meyer-Olkin.....235

ตารางที่ 97 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	236
ตารางที่ 98 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)	236
ตารางที่ 99 สรุปค่าดัชนีที่ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์	239
ตารางที่ 100 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies).....	242
ตารางที่ 101 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies).....	246
ตารางที่ 102 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies).....	248
ตารางที่ 103 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะหลัก (Core Competencies).....	251
ตารางที่ 104 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies).....	254
ตารางที่ 105 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)	257
ตารางที่ 106 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)	260
ตารางที่ 107 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies).....	263
ตารางที่ 108 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	266

ตารางที่ 109 ผลการวิเคราะห์ห้วงศ์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการสร้างการพัฒนา สมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย	270
ตารางที่ 110 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	277
ตารางที่ 111 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้.....	279
ตารางที่ 112 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ.....	280
ตารางที่ 113 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ	281
ตารางที่ 114 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้.....	282
ตารางที่ 115 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ.....	282
ตารางที่ 116 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ	283
ตารางที่ 117 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้	284
ตารางที่ 118 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ .	284
ตารางที่ 119 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้าน คุณลักษณะ	285
ตารางที่ 120 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้	286
ตารางที่ 121 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ	286
ตารางที่ 122 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ	287
ตารางที่ 123 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้.....	287
ตารางที่ 124 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ.....	288
ตารางที่ 125 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ	289
ตารางที่ 126 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้าน ความรู้.....	289

ตารางที่ 127 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ.....	290
ตารางที่ 128 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ	291
ตารางที่ 129 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้.....	292
ตารางที่ 130 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ	292
ตารางที่ 131 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ	293
ตารางที่ 132 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้.....	294
ตารางที่ 133 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ	295
ตารางที่ 134 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ	295
ตารางที่ 135 ค่าเฉลี่ย และแปลผลขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency).....	296
ตารางที่ 136 ค่าเฉลี่ย และแปลผลขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)	297
ตารางที่ 137 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน	298
ตารางที่ 138 แสดงค่าแปรปรวนมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	299
ตารางที่ 139 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	299

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงระดับของผู้บริหาร.....	20
ภาพที่ 2 แสดงทักษะที่จำเป็นของผู้บริหารหรือผู้จัดการในระดับต่างๆ	23
ภาพที่ 3 แสดงรูปลักษณะปัจจัยเชิงสถานการณ์.....	28
ภาพที่ 4 ปัจจัยในการทำงานของคนกับผลผลิต	36
ภาพที่ 5 Iceberg Model ของสมรรถนะ	48
ภาพที่ 6 สมรรถนะเป็นส่วนประกอบที่เกิดขึ้นมาจากความรู้ ทักษะ เจตคติ	49
ภาพที่ 7 Performance Management System	57
ภาพที่ 8 ความหมายของขีดความสามารถที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม ผลงาน และผลลัพธ์	78
ภาพที่ 9 ระดับของการเสริมสร้างขีดความสามารถ.....	79
ภาพที่ 10 แสดงความหมายของขีดความสามารถตามแนวคิดของเดวิด ซี.แมคเคลเลน	83
ภาพที่ 11 ขอบข่ายการพัฒนาขีดความสามารถ	86
ภาพที่ 12 มูลค่าเศรษฐกิจอุตสาหกรรมดนตรี.....	121
ภาพที่ 13 การเติบโตทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมดนตรี.....	122
ภาพที่ 14 สัดส่วนการใช้บริการมิวสิกสตรีมมิงในประเทศไทยปี 2018	128
ภาพที่ 15 สัดส่วนการใช้บริการมิวสิกสตรีมมิงทั่วโลกในครึ่งปีแรก 2018	128
ภาพที่ 16 สัดส่วนการการฟังเพลงผ่านระบบออนไลน์ในประเทศไทยปี 2017.....	128
ภาพที่ 17 ประเทศผู้นำการแสดงดนตรีสด.....	129
ภาพที่ 18 กรอบความคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework).....	140
ภาพที่ 19 กรอบแนวคิดการวิจัย	141
ภาพที่ 20 เปรียบเทียบมาตรฐานเดิมและมาตรฐานใหม่	142

ภาพที่ 21 การออกแบบการศึกษาของคํ่าประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน	144
ภาพที่ 22 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies).....	242
ภาพที่ 23 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies).....	245
ภาพที่ 24 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)	248
ภาพที่ 25 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะหลัก (Core Competencies).....	251
ภาพที่ 26 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies).....	254
ภาพที่ 27 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency).....	257
ภาพที่ 28 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency).....	260
ภาพที่ 29 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะทางด้านการธุรกิจ (Business Competency).....	263
ภาพที่ 30 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต.....	266
ภาพที่ 31 ผลการวิเคราะห์หํ่าองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย	269
ภาพที่ 32 แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	325

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ย่อมาจากคำว่า การจัดการประชุมขององค์กร (Meetings) การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) และการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) ปัจจุบันมีมูลค่าตลาดถึง 1.3 หมื่นล้านบาท อุตสาหกรรมไมซ์ได้รับการยอมรับในฐานะกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประเทศ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่าง ๆ ในวงกว้าง เช่น โรงแรมที่พัก สายการบิน ธุรกิจนำเที่ยว ร้านอาหาร ของที่ระลึก ฯลฯ และบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2563)

สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมไมซ์ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ประเทศไทยนับว่าเป็นจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยวมานานนับทศวรรษ ด้วยสถานที่อันหลากหลายที่ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรรด้วยเสน่ห์ที่มีอยู่ในตัวและชวนต้องใจ ไม่ต้องสงสัยเลยว่าทำไม นักท่องเที่ยวต่างชาติมากมายมักจะเลือกจุดหมายปลายทางเป็นประเทศไทย ด้วยการร่วมมือของคู่ค้าและรัฐบาลที่แข็งแกร่ง การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำมาซึ่งการเติบโตของธุรกิจไมซ์ ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่มีบทบาทสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมขององค์กร ครอบคลุมถึงการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดสัมมนา และการจัดงานแสดงสินค้าโดยเฉพาะการจัดงานกิจกรรมพิเศษที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ด้วยแรงสนับสนุนของทรัพยากรบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ ผู้ชำนาญ และโครงข่ายระดับนานาชาติ เพื่อที่จะทุ่มเทและเนรมิตให้งานของคุณมีสีสันตระการตา และได้ประกาศถึงความสำเร็จด้วยแนวทางความเป็นเอกลักษณ์ ทางประเพณี วัฒนธรรม จิตวิญญาณแห่งการต้อนรับที่อบอุ่น ช่วยเพิ่มการสร้างสรรค์ในงานของคุณได้ ผสมผสานในการนำวัฒนธรรมที่หลากหลายของไทยรวมไว้ในเนื้อหาของงานจัดงานเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว

มุ่งเน้นการสร้างอุตสาหกรรมการจัดอีเวนต์ทางธุรกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยภูมิปัญญาและโซลูชันที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริการที่แข็งแกร่ง และวิธีการใหม่ ๆ ในการร่วมสร้างกิจกรรมที่โดดเด่นสำหรับผู้จัดงานอีเวนต์ เพื่อรักษาความแข็งแกร่งของประเทศไทยในฐานะที่เป็นจุดหมายปลายทางทางธุรกิจชั้นนำของเอเชีย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2563)

ในขณะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์กำลังมีแนวโน้มที่ดี ในช่วงปี 2563 ทั่วโลกได้ประสบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นับตั้งแต่ช่วงปลายเดือนมกราคมเป็นต้นมา ส่งผลกระทบให้จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศทั่วโลกอาจต่ำสุดในรอบ 15 ปี คิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 800-900 ล้านคน หรือลดลงประมาณ 550 – 650 ล้านคน สร้างความสูญเสียให้กับรายได้ด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกไม่ต่ำกว่า 570,000-677,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ส่งผลให้สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2563 ทั้งนี้คาดว่าไตรมาสแรกปี 2563 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวไทยจะลดลงมากกว่าร้อยละ 20 และจะหดตัวต่อเนื่องไปถึงไตรมาสที่ 2 โดยจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงร้อยละ 30 หรือมีจำนวนประมาณ 6.3 ล้านคน คาดว่าทุกภูมิภาคจะมีแนวโน้มลดลงเพิ่มขึ้น จากการระบาดของไวรัส COVID-19 ที่แพร่กระจายไปยังประเทศต่างๆ มากขึ้น ผสมกับมาตรการป้องกันการระบาดของแต่ละประเทศที่ยกระดับความเข้มข้นขึ้นตามลำดับ นอกจากนี้ หลายประเทศเริ่มได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการปิดเมือง/การหยุดงานของพนักงาน ซึ่งคาดว่า การหดตัวดังกล่าว จะยังคงต่อเนื่องจนถึงไตรมาส 3 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) และจากการคาดการณ์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย สถานการณ์พบว่า อุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์ก็ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอีเวนต์ที่ดูเหมือนจะรุนแรงมากกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ การจัดงานหายไปเกือบทั้งหมดส่งผลให้ธุรกิจอีเวนต์ขนาดเล็กและขนาดกลางหายไปกว่าครึ่ง ขณะที่รายใหญ่ต้องปรับตัวอย่างหนัก เพราะธุรกิจอีเวนต์เป็นธุรกิจได้รับผลกระทบค่อนข้างมากรองจากธุรกิจท่องเที่ยว โดยนักวิชาการและผู้บริหารบริษัทรับจัดอีเวนต์ชื่อดังต่างให้ความเห็นตรงกันว่า หลังจากสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติ อุตสาหกรรมอีเวนต์จะไม่เหมือนเดิมเป็นช่วงระยะเวลาหนึ่ง และมีความเป็นไปได้ที่การจัดงานอีเวนต์ในประเทศไทยจะเริ่มกลับมาได้อย่างเร็วที่สุดช่วงเดือนตุลาคม 2564 เป็นต้นไปหรือนานกว่านั้นยังไม่สามารถสรุปได้ แต่สิ่งที่สรุปได้ในเวลานี้คือ ธุรกิจอุตสาหกรรมอีเวนต์ควรพิจารณาและ

วางแผนอย่างเร่งด่วนคือ การปรับกลยุทธ์และแผนทางธุรกิจในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมเพื่อให้พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

เพราะจากการศึกษาพบว่าสถานการณ์ดังกล่าวได้สร้างความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์จากออฟไลน์เป็นออนไลน์มากยิ่งขึ้น มีการปรับนวัตกรรมและกลยุทธ์การตลาดที่สร้างสรรค์เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าร่วมงานซึ่งเป็นเป็นตัวเลือกใหม่ของงานไมซ์และอีเวนต์ที่ช่วยให้โลกออฟไลน์และออนไลน์มาบรรจบกัน เป็นโจทย์ท้าทายของกลุ่มคนทำงานที่จะสร้างประสบการณ์แนวทางใหม่ให้จับใจผู้เข้าร่วมงานมากที่สุด ต้องพร้อมปรับตัวสู่ความปกติใหม่ (New Normal) สิ่งที่คุณจัดงานควรให้ความสำคัญมากที่สุดคือเรื่องของมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขภาพ และการออกแบบประสบการณ์ให้ลูกค้าซึ่งจะเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าร่วมงานไมซ์และอีเวนต์ และสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามคือเรื่องของความสำคัญในความร่วมมือกับภาครัฐอย่างต่อเนื่องและดูแลบุคลากรในอุตสาหกรรมอีเวนต์ทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2564) ซึ่งบุคลากรในอุตสาหกรรมถือเป็นแรงสำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้ธุรกิจการจัดงานอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานโดยเฉพาะธุรกิจคอนเสิร์ตจะต้องปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป มีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่เข้ามาแทนที่ ซึ่งส่งผลทำให้ทรัพยากรมนุษย์ที่อยู่ในอุตสาหกรรมต้องมีทักษะหลากหลายและพร้อมสำหรับการปรับตัวเข้ากับแนวทางการทำงานงานใหม่ ที่ยังไม่เคยทำมาก่อน มีทักษะนอกเหนือจากทักษะที่เป็นพื้นฐานในงานแล้ว ยังต้องคำนึงถึงทักษะด้านดิจิทัล นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และประสิทธิภาพการทำงานในอนาคต แต่สิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุดก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีสมรรถนะสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

นอกจากการปรับกลยุทธ์ธุรกิจแล้วสิ่งที่ธุรกิจในอุตสาหกรรมอีเวนต์ต้องให้ความสำคัญและกลับมาทบทวนคือ เรื่องของการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ว่าต่อจากนี้ไปจะดำเนินงานในทิศทางใด สมรรถนะ ทักษะ ความรู้ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ หลักพื้นฐานเดิมของทรัพยากรมนุษย์เพียงพอหรือไม่ มีทักษะใหม่ที่ต้องเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปและเพื่อเป็นการวางแผนสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรมนุษย์อุตสาหกรรมอีเวนต์ในธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตที่มีคุณสมบัติ คุณลักษณะที่เฉพาะเจาะจง และมีงานวิจัยที่ค้นพบว่าพฤติกรรมความต้องการของลูกค้าของธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตนั้น ยังคงมีความต้องการในการทำ

กิจกรรม การพบปะกันอยู่เสมอ โดยเฉพาะคนไทยและคนเอเชียที่ให้ความสำคัญเรื่องบรรยากาศและความสัมพันธ์ ในกิจกรรมเทศกาล งานดนตรี ต่างๆที่ต้องอาศัยการพบปะกันเพื่ออรรถรสสุนทรียะในการรับชมรับฟัง และกิจกรรมบางส่วนจะกลับไปสู่วิถีชีวิตแบบเดิม เพราะการรับประสบการณ์ผ่านออนไลน์ยังทดแทนการชมงานในสถานที่จริง (on ground) ไม่ได้ แต่บางอย่างก็อาจจะถูกแทนที่ด้วยกิจกรรมออนไลน์อื่นๆ ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปถาวร งานวิจัยมีการสำรวจกลุ่มประชากร 1,161 คน กระจายตัวจากทั่วประเทศ แบ่งกลุ่มเพศ 50% เพศหญิง และ 50% เพศชาย แบ่งช่วงอายุเป็นกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ 14% กลุ่มเจนเอ็กซ์ 48% เจนวาย 30% และเจนซี 8% สิ่งหนึ่งที่ถูกพูดถึงในช่วงที่ผ่านมาคือ การจัดอีเวนต์คอนเสิร์ต สัมมนา อบรม การเรียน อาจจะปรับไปเป็นการจัดผ่านช่องทางออนไลน์แทน แต่จากการสำรวจครั้งนี้ เอ็นไวโรวพบว่า มีผู้บริโภค 15% เท่านั้นที่เคยเข้าร่วมอีเวนต์ออนไลน์ และ 16% ที่เคยสมัครเรียนออนไลน์และในกลุ่มที่เคยเข้าร่วมเหล่านี้ มีเพียง 12% ที่พึงพอใจ และ 15% ที่ตอบว่าอีเวนต์ออนไลน์สามารถทดแทนอีเวนต์แบบในสถานที่จริง (on ground) ได้ ส่วนที่เหลือซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ ไม่พึงพอใจและไม่คิดว่าจะทดแทนได้ โดยเฉพาะชมคอนเสิร์ต กลุ่มเจนซี 44% และกลุ่มเจนวาย 49% พร้อมจะกลับไปทันทีหรือกลับไปภายใน 3-6 เดือน จะเห็นได้ว่ากลุ่มเจนวายและเจนซีคือผู้บริโภคที่พร้อมจะกลับไปทำกิจกรรมสถานที่จริง (on ground) มากกว่ากลุ่มเจนเอ็กซ์และเบบี้บูมเมอร์ (สรินพร จิวานันต์, 2563) แต่ทั้งนี้คุณกัมพล นิสิตสุขเจริญ กรรมการบริหาร บริษัท ไรท์แมน จำกัด และผู้ก่อตั้ง VIRTUAL SOLUTION มองว่า อุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์ จะเปลี่ยนแปลงจากออฟไลน์สู่ออนไลน์มากขึ้น เพราะข้อดีของการจัดอีเวนต์แบบ VIRTUAL ก็ยังมีจุดเด่นที่ช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้กว้างขึ้น เพราะไม่มีข้อจำกัดเรื่องของพื้นที่และการเดินทาง และใช้เวลาเตรียมงานและงบประมาณที่น้อยกว่า อีกทั้งยังสามารถเก็บข้อมูลผู้เข้าชมได้ดีกว่าแบบออนกราวด์ (กัมพล นิสิตสุขเจริญ, 2563) ซึ่งจากงานวิจัยดังกล่าวยังไม่เห็นถึงสมรรถนะที่พึงมีและจำเป็นของผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหารในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และส่วนใหญ่จะพบการศึกษาวิจัยในมิติของผู้เข้าร่วมงาน (Demand Site) เช่น คุณภาพของการจัดงาน และความพึงพอใจจากการเข้าร่วมงาน

ประกอบกับการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์และขีดความสามารถในการแข่งขัน ค้นพบว่า ที่ผ่านมามีการศึกษาส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การศึกษาสมรรถนะที่สำคัญในการทำงานของทรัพยากรมนุษย์ โดยมีพื้นฐานการศึกษาสมรรถนะที่ประกอบไปด้วย 5 สมรรถนะเท่านั้น ซึ่งได้แก่ 1) สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) 2) สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) 3) สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) 4) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) 5) สมรรถนะใน

งาน (Functional Competencies) และจากการศึกษาสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมบริการ พบว่า การศึกษาส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่สมรรถนะหลัก เพียง 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการ (Hamel and Prahalad, 1994; R. E. Boyatzis, 1982; Blancer, Boroski and Dyer, 199; McLagan, 1997; Jauhari, 2006; Nolan, 2010; Khongkhasawat, 2005; Akaraborworn, 2006; Samithikrai, 2009; Saentong, 2003; Donna Fletcher, Julie Dunn, and Rosemary Prince, 2009, Hui-Wen, 2014 Nolan, 2010 Jauhari, 2006, นุช สัทธาฉัตรมงคล, 2561, ชลลดา มงคลวนิช และรัตนาภรณ์ ชาติวงศ์, 2560, ปริญา นาคปฐม, 2560, ชูชัย สมितिไกร, 2556, ธนพล รุ่งเรือง, 2558, ณรงค์วิทย์ แสนทอง, 2546; จิรประภา อัครบวร, 2549; จิรประภา อัครบวร และกัลยาณี คุณมี, 2547; เทียนทองแก้ว, 2545; รัชนี รื่นเรือง, 2548) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า 3 ด้านดังกล่าวเป็นสมรรถนะพื้นฐาน หรือสมรรถนะหลักที่ทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมไมซ์และบริการต้องมี ถ้ามีก็จะสามารถทำงานได้ในทุกธุรกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ ประเด็นในการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์และสมรรถนะที่พบ เช่น มีงานมากมายในอุตสาหกรรมไมซ์และแรงงานจำนวนมากในอุตสาหกรรมนี้มีการแข่งขันสูง อย่างไรก็ตาม เราไม่รู้ว่านักและผู้ประกอบการที่มีความสามารถในอุตสาหกรรมไมซ์มีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปมากน้อยเพียงใด (ธนพล รุ่งเรือง, 2558, และ ปริญา นาคปฐม, 2560) มีขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาบุคลากรที่ขาดแคลนในอุตสาหกรรมไมซ์ (ชลลดา มงคลวนิช และ รัตนาภรณ์ ชาติวงศ์, 2560) กระบวนการการพัฒนาสมรรถนะที่พึงประสงค์ (ศุภกานต์ พวงช่อ และ พัทธิยา หลักเพชร, 2562) แต่การเจาะลึกที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ยังมีจำนวนน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมอีเวนต์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องยังไม่พบการศึกษาวิจัย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

และจากการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมอีเวนต์ พบว่า มีการจัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ (Occupational Standard and Professional Qualifications) ของบุคคลในอาชีพการจัดประชุมและนิทรรศการ (MICE) ซึ่งในการจัดทำมาตรฐานสมรรถนะเฉพาะงานอาชีพอีเวนต์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มสาขาอาชีพ จัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ มีความเหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย เป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศและในระดับสากล จากการศึกษาค้นคว้า กรอบคุณวุฒิวิชาชีพ 8 ระดับ ทำการวัดสมรรถนะใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1. ความรู้ 2. ทักษะ 3. ผลลัพธ์การประยุกต์ใช้ และ 4. ความรับผิดชอบและจริยธรรม ของ

งานด้านบริหารจัดการการจัดการงานอีเวนต์ (สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) และ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2563) ซึ่งเป็นการวัดสมรรถนะวิชาชีพอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์ ในภาพรวมเท่านั้น ยังไม่ปรากฏการศึกษาเฉพาะเจาะจงในอาชีพกลุ่มธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต จึงเป็นช่องว่างของงานวิจัยชิ้นนี้

และเพื่อให้สอดคล้องกับโลกในยุคปัจจุบันผู้วิจัยได้มีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของ ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 เพื่อให้งานวิจัยนี้มีความทันสมัยพร้อมและก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง ของโลก จากการศึกษาพบประเด็นที่สอดคล้องในงานวิจัยคือ ทักษะที่สำคัญในการใช้ชีวิตและ ทำงานที่ทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมอีเวนต์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ควรให้ความสำคัญ ได้แก่ 1. ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะด้านนี้มีจุดเน้นด้าน การคิดแบบมีวิจารณญาณและ การแก้ปัญหาการสื่อสารและการร่วมมือทำงาน การคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม 2. ทักษะ สารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี เน้นไปที่ความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึง สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสร้างสื่อให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์เพื่อที่จะสามารถใช้ในการเข้าถึงความพึงพอใจ ในแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้สื่อสาร ให้สามารถที่จะเข้าถึงคลังข้อมูลการสร้างเครือข่าย สารสนเทศได้อย่างดีและมีความเหมาะสม และ 3.อาชีพและทักษะด้านชีวิต เพื่อการเปลี่ยนแปลง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ ที่เน้นไปที่ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว ให้มีความยืดหยุ่นในการทำงาน มีความสามารถจัดการด้านเป้าหมายและเวลา มีความคิดริเริ่ม และการมีเป้าหมายและสามารถกำหนดและบรรลุกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเป็นผู้นำที่ มีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะเป็นผู้นำที่ดีขึ้น คุณต้องมีความคิดริเริ่มและสามารถทำงานได้อย่างอิสระ คุณต้องสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี และสามารถสร้างทีมที่มีประสิทธิผลและรับผิดชอบได้ สุดท้าย คุณต้องเป็นแบบอย่างให้กับผู้อื่นและนำพวกเขาไปสู่การพัฒนาตนเอง (Bellanca, J. & Brandt, R. (Eds), (2010) และ Kay, K. (2010))

งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาเรื่องสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ซึ่ง ประกอบไปด้วย 1.สมรรถนะหลัก (Core Competencies) 2.สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) 3.สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) 4.สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) 5.สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) 6. สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) 7.สมรรถนะเฉพาะงาน (Job

Competencies) และ 8.สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นปัจจัยสนับสนุนการกำหนดทิศทางการทำงานและเพื่อการพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีสมรรถนะและศักยภาพสอดคล้องกับความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจ และนำไปสู่การสร้างขีดความสามารถในระดับประเทศเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นที่รู้จัก เชื่อถือ และได้รับการยอมรับตามมาตรฐานในระดับสากล ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องของแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นเพื่อกำหนดแนวทางในการผลิตและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตให้มีความรู้ ทักษะและความสามารถตามความต้องการของประเทศ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศ และการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต
- 1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต
- 1.2.3 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต
- 1.2.4 เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต
- 1.2.5 เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.3 คำถามงานวิจัย

1.3.1 องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตมีอะไรบ้าง

1.3.2 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต มีอะไรบ้าง

1.3.3 องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเป็นอย่างไร

1.3.4 ผลการทดสอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเป็นอย่างไร

1.3.4 แนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเป็นอย่างไร

1.4 สมมุติฐานการวิจัย

1.4.1 สมรรถนะส่วนบุคคลส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.4.2 สมรรถนะเฉพาะงานส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.4.3 สมรรถนะองค์การส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.4.4 สมรรถนะหลักบุคคลส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.4.5 สมรรถนะในงานส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.4.6 สมรรถนะทางการจัดการส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.4.7 สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำส่งผลกับขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.4.8 สมรรถนะทางด้านธุรกิจส่งผลกับขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.4.9 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชน ผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล มีความแตกต่างกัน

1.4.10 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน ซึ่งมีความแตกต่างกัน

1.4.11 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์กร ซึ่งมีความแตกต่างกัน

1.4.12 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก ซึ่งมีความแตกต่างกัน

1.4.13 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน ซึ่งมีความแตกต่างกัน

1.4.14 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางการจัดการ มีความแตกต่างกัน

1.4.15 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ มีความแตกต่างกัน

1.4.16 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ มีความแตกต่างกัน

1.4.17 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต มีความแตกต่างกัน

1.4.18 ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร มีความแตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่การศึกษา คือ บริษัทรับจัดงานคอนเสิร์ต ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตและสามารถให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยได้ ดังนี้ 1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอีเวนต์ 2) หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอีเวนต์ 3) ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 4) ผู้บริหารหรือพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นการใช้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขัน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมอีเวนต์ และธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากขอบเขตด้านเนื้อหาดังกล่าวสามารถนำมาผนวกกับผลค้นหาข้อมูลทุติยภูมิ การประชุมกลุ่มย่อย การประชุมเชิงปฏิบัติการ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร เจ้าของธุรกิจ และพนักงานในอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยการนำแนวคิดทฤษฎีมาประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต

1.5.4 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้เวลาดำเนินการ 1 ปี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ช่วงเดือนที่ 1-3 ทำการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์และกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

ช่วงเดือนที่ 4-6 สร้างเครื่องมือและตรวจสอบความตรงและความเที่ยงของเครื่องมือวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณตามวัตถุประสงค์ที่ 1-4

ช่วงเดือนที่ 7-9 ทำการสังเคราะห์ และวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลข้อมูลการศึกษาเบื้องต้นในส่วนของวัตถุประสงค์ที่ 1-4 และ ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพและจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ที่ 5

ช่วงเดือนที่ 10-12 วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปผลวิจัยเชิงคุณภาพสรุปผลการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ อภิปรายผล และข้อเสนอแนะแนวทางการวิจัย ร่างรายงานผลการศึกษาและจัดทำรายงานผลการศึกษาฉบับสมบูรณ์

1.6 ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัย “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต” มีข้อจำกัดเรื่องการเก็บข้อมูลในช่วงที่รูปแบบการจัดงานคอนเสิร์ตและงานอีเวนต์เป็นแบบ new normal โดยผู้วิจัยแก้ปัญหาด้วยการเก็บข้อมูลหลายวิธีทั้งจากแบบสอบถามออนไลน์และในพื้นที่ โดยมีข้อจำกัดและความเข้มงวดในการจัดงาน และพื้นที่การเก็บข้อมูลวิจัยอยู่ในเฉพาะจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นและงบประมาณในการวิจัยที่จำกัด

1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 **อุตสาหกรรมอีเวนต์ (Event)** หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event : E) ที่มีความหลากหลายด้านกิจกรรม สำหรับเพื่อสันทนาการ (Leisure Events) เช่น งานดนตรี การแข่งขันกีฬา กิจกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Events) เช่น การวาดภาพ งานศิลปะ งานเลี้ยง หรือกิจกรรมสำหรับองค์กร (Organizational Events) เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับตลาด การชุมนุม หรือกิจกรรมเฉพาะบุคคล (Personal Events) เช่น พิธีมงคลสมรส เป็นต้น โดยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ เวลาและสถานที่ใดๆ บางครั้งอาจเป็นกลุ่มของเหตุการณ์สำคัญ เหตุการณ์พิเศษที่น่าประทับใจโดยหวังผลในกิจกรรมที่จัดขึ้นเฉพาะอย่างทั้งทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นต้องผ่านการคิดและวางแผนมาอย่างดี จัดขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป โดยมีการบริหารจัดการที่ดี ความเป็นมืออาชีพ ทั้งด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านการจัดประชุม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมืออุปกรณ์และการอำนวยความสะดวก ฯลฯ

1.7.2 **ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต** หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดกิจกรรมเพื่อ สันทนาการ (Leisure Events) โดยเฉพาะงานดนตรี คอนเสิร์ต เทศกาล โชว์ สามารถดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับ “ความต้องการ” ของลูกค้าได้อย่างดี โดยต้องทำให้รู้สึกว่ามีประสบการณ์ร่วม มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถคิดและจัดงานออกมาได้อย่างดีเยี่ยม มีประสบการณ์ทำงานมาอย่างยาวนานไม่ต่ำกว่า 5 ปี

1.7.3 **สมรรถนะ (Competency)** หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตที่เป็นผลมาจากความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความสามารถและคุณลักษณะ (Attribute) ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (self – concept) บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (traits) แรงจูงใจ/เจตคติ (motives / attitude) เป็นแรงจูงใจ หรือแรงขับภายใน หรือพฤติกรรมที่จำเป็นในการปฏิบัติงานซึ่งเป็นตัวผลักดันให้สามารถสร้างผลการปฏิบัติงานในงานที่ตนรับผิดชอบให้เป็นไปตามเป้าหมายและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

1.7.4 **สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)** หมายถึง ทักษะ องค์ความรู้ที่มีความเฉพาะตัว เฉพาะบุคคล ไม่มีใครสามารถลอกเลียนแบบได้ เป็นความสามารถที่เกิดเฉพาะตัวส่วนบุคคลที่มีมาตั้งแต่กำเนิด และยังพัฒนาจนเกิดความชำนาญในภายหลัง รวมไปถึงพฤติกรรม ทศนคติของบุคคลนั้นที่ส่งเสริมความสามารถในการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

1.7.5 **สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)** หมายถึง บางคนมีความรู้ ทักษะ และลักษณะเฉพาะในการทำงานในตำแหน่งหรือบทบาทหน้าที่หนึ่งๆ

1.7.6 **สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)** หมายถึง องค์การมีชุดความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะเฉพาะที่ทำให้เป็นเอกลักษณ์

1.7.7 **สมรรถนะหลัก (Core Competencies)** หมายถึง การมีความรู้ ทักษะ และความสามารถเป็นสิ่งสำคัญในการบรรลุเป้าหมายและปฏิบัติตามความรับผิดชอบในงาน ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดเหล่านี้เพื่อให้เหมาะสมกับบริษัทและตำแหน่งที่คุณสมัคร

1.7.8 **สมรรถนะในงาน (Functional Competencies)** หมายถึง ผู้ที่มีงานบางอย่างมีความสามารถและความรู้เฉพาะที่มาพร้อมกับงาน ตัวอย่างเช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจมีความสามารถและความรู้ในการจัดการกับสถานการณ์อันตราย

1.7.9 **สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency)** หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการงานที่ปฏิบัติอยู่ รวมไปถึงการบริหารจัดการบุคคลที่เกี่ยวข้อง ประสานงานกับส่วนอื่น ตลอดจนมีทักษะในการรับคำสั่งและถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.7.10 **สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)** หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ตลอดจนความสามารถในบทบาทการเป็นผู้นำ รวมถึงรู้ถึงลักษณะการเป็นผู้ตามที่ดีด้วย สามารถบริหารจัดการสมาชิกในทีมได้เป็นอย่างดี มีไหวพริบในการแก้ปัญหาได้ว่องไว สร้างแรงจูงใจให้เกิดความร่วมมือร่วมใจตลอดจนเอาชนะอุปสรรคได้ และเป็นที่ยอมรับที่ดี

1.7.11 **สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)** หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ตลอดจนความสามารถในประเภทธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่องค์กรประกอบธุรกิจอยู่ ซึ่งสามารถส่งเสริมให้การทำงานดียิ่งขึ้น และช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.7.12 **ขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competency)** หมายถึง ความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในขอบเขตงานที่ตนรับผิดชอบ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจที่องค์กรต้องการ ผ่านองค์ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความชำนาญ และประสบการณ์ซึ่งติดตัวคนในองค์กร เช่น ทักษะเชิงเทคนิค นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ความเชี่ยวชาญประสบการณ์ ค่านิยม พฤติกรรมที่แสดงออก และคุณลักษณะอื่น ๆ ซึ่งสามารถนำมาสร้างคุณค่าให้กับองค์กรทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

1.7.13 **ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources หรือ HR)** หมายถึง องค์ความรู้โดยรวม ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ พรสวรรค์ ความถนัดของบุคลากรโดยรวมที่ขับเคลื่อนองค์กรให้ เดินหน้า และยังคงครอบคลุมไปถึงคุณค่า ทักษะคติ วิธีการจัดการกับปัญหา และความเชื่อของบุคคล ใดบุคคลหนึ่งที่ทำงานในองค์กรนั้น

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 ภาคอุตสาหกรรมและเอกชน

1.8.1.1 ภาคอุตสาหกรรมและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานอีเวนต์โดยเฉพาะ ธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตได้แนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย

1.8.1.2 ผลการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจ รับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย จะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมอีเวนต์และบริษัทจัดงานคอนเสิร์ตที่สนใจสามารถใช้เป็น แนวทางสำหรับการวางแผนการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันในด้านการปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

1.8.1.3 ภาคอุตสาหกรรมและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานอีเวนต์โดยเฉพาะ ธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตได้แนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย ทำให้ เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทย ซึ่ง สามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรได้

1.8.1.4 นำเสนอรายงานการวิจัยต่อธุรกิจ ในอุตสาหกรรมอีเวนต์ บริษัทรับจัด งานคอนเสิร์ต หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการนำรายงานการ วิจัยไปปรับใช้

1.8.1.5 ผลการศึกษาวิจัย บริษัทรับจัดงานคอนเสิร์ต สามารถนำมาปรับใช้เพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน of ทรัพยากรมนุษย์ เพิ่มสมรรถนะทางการแข่งขันให้ประสบ ความสำเร็จได้

1.8.2 ภาครัฐ

1.8.2.1 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) สามารถกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

1.8.2.2 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) ได้ทราบถึงความต้องการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ของของอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาให้ตรงประเด็น

1.8.2.3 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถสร้างรายได้จากการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทยได้

1.8.3 ภาคการศึกษา

1.8.3.1 สถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมอีเวนต์ และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สามารถนำผลงานการศึกษาวิจัยสามารถนำไปต่อยอดการพัฒนา ปรับปรุงหลักสูตร ได้

1.8.3.2 สถาบันศึกษามีผลงานการศึกษาทางด้านการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพิ่มขึ้น และสามารถนำแนวทางการพัฒนาไปถ่ายทอดแก่นิสิต นักศึกษาที่กำลังศึกษาทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้

1.8.3.3 ผลการวิจัยนี้ช่วยลดช่องว่างทางวิชาการของการศึกษาด้านการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และเป็นกรณีศึกษางานวิจัยทางด้านการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพิ่มมากขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19

1.8.3.4 หน่วยงานภาคการศึกษา สถาบันการศึกษา ได้ทราบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ซึ่งสามารถนำองค์ความรู้นี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอีเวนต์ ให้มีความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ ตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต มีวัตถุประสงค์ย่อย 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 4) เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และ 5) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาบูรณาการองค์ความรู้สังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัย ได้แก่ 2.1 ทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในงานวิจัย เพื่อให้ทราบถึงแนวความคิดเกี่ยวกับองค์การและหลักการการบริหารตามสถานการณ์ 2.2) ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อประเมินศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจจัดคอนเสิร์ต 2.3) ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ เพื่อให้ทราบถึงสมรรถนะที่เป็นคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 2.4) ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ทราบถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย เพื่ออธิบายวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทย 2.5) ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่ออธิบายและวิเคราะห์ความหมาย แนวคิด องค์ประกอบ และหลักการจัดการธุรกิจ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจอีเวนต์และรับจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของธุรกิจและภาพรวมการทำงาน 2.6) ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดนตรี เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของธุรกิจและภาพรวมการทำงานและ 2.7) กรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในงานวิจัย

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ

2.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์การจัดการธุรกิจอีเวนต์และรับจัดงานคอนเสิร์ต

2.6 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดนตรี

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในงานวิจัย

โดยมีฐานคิดมาจากทฤษฎีองค์กรและทฤษฎีการบริหารตามสถานการณ์ ซึ่งจะอธิบายเพื่อให้เข้าใจฐานคิดงานวิจัย โดยมุ่งเน้นที่การศึกษา ทฤษฎีองค์กร ทฤษฎีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามสถานการณ์ และทฤษฎีเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์

2.1.1 ทฤษฎีองค์กร

ทฤษฎีองค์การเป็นกลุ่มแนวคิดที่ช่วยให้เราเข้าใจว่าผู้คนทำงานร่วมกันอย่างไร และส่วนต่าง ๆ ขององค์กรมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไร เป็นวิธีการดูว่าองค์กรทำงานอย่างไรจากภายในสู่ภายนอก โดยจะอธิบายว่าส่วนต่าง ๆ ขององค์กรเกี่ยวข้องกันอย่างไร และความสัมพันธ์เหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาอย่างไร และอย่างที่คาดไว้ เครื่องมือนี้เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับการออกแบบองค์กรที่ดีขึ้น

องค์การคือที่ที่คนทำงานด้วยกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน (Common purpose) เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่สามารถทำให้สมาชิกแต่ละคนทำงานมากกว่าการไปให้ถึงความสำเร็จของแต่ละคน องค์การทุกขนาดและทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นองค์การธุรกิจที่แสวงหาผลกำไรหรือองค์การของภาครัฐที่ไม่แสวงหาผลกำไรก็มีลักษณะเช่นเดียวกันนี้ แล้วจากมุมมองของสังคมองค์การจะมีวัตถุประสงค์อย่างกว้างร่วมกันเป็นต้นว่า ผลิตสินค้าหรือบริการที่เป็นประโยชน์ และระหว่างการประชุมกิจการทุกชั้นตอนนั้นองค์การจะต้องมอบคุณค่าให้กับสังคมไปพร้อมๆ กับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าไปด้วยเพื่อเป็นหลักประกันว่าองค์การจะคงอยู่ต่อไปได้ โดยองค์การจะประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (Distinct purpose) 2) บุคลากร (People) มีตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกัน และ 3) มีการจัดโครงสร้าง (Deliberate structure) ที่ชัดเจน

โดยสรุปความหมายของการจัดองค์การ หมายถึง การจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนงานต่างๆ และบุคคลในองค์การ โดยกำหนดภารกิจ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบให้ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานตามภารกิจขององค์การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และ องค์การต้องมีองค์ประกอบหรือลักษณะร่วมดังนี้

1) โครงสร้าง (structure) ขององค์กรต้องจัดในลักษณะที่ให้คนทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งงานและความรับผิดชอบระหว่างแผนกต่างๆ มีการกำหนดอำนาจหน้าที่และความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน

2) กระบวนการปฏิบัติงาน (process) ขององค์กรมีวิธีการทำสิ่งต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงซึ่งทุกคนในองค์กรต้องทำตามเพื่อที่จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) บุคคล (person) ขององค์กรต้องการทั้งคนที่ทำงานด้วยเพื่อช่วยปฏิบัติการกิจและคนจากภายนอกองค์กรที่สามารถช่วยปรับปรุงได้

4) วัตถุประสงค์ (objective) ของกิจการต้องมีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายในการดำเนินงานเพื่อเป็นแนวทางไปสู่กิจกรรมหรือผลผลิตของกิจการ

2.1.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีองค์การ

อาจแบ่งได้เป็น 3 ทฤษฎีด้วยกันคือ 1. ทฤษฎีดั้งเดิม (Classical organization theory) 2. ทฤษฎีสสมัยใหม่ (Neo-Classical organization theory) 3. ทฤษฎีสสมัยปัจจุบัน (Modern organization theory)

1) ทฤษฎีแบบดั้งเดิม ทฤษฎีนี้เชื่อว่าบุคลากรเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จขององค์กร และการทำความเข้าใจวิธีการทำงานร่วมกับพวกเขา เราสามารถช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ ได้รับการพัฒนาขึ้นในช่วงการปกครองของทหารและขึ้นอยู่กับวิธีการจัดการทางวิทยาศาสตร์ ทฤษฎีนี้ตั้งชื่อตาม Frederick Taylor ผู้พัฒนาแนวคิดนี้

1.1) การจัดองค์การแบบราชการ (Bureaucracy) ขององค์กรของรัฐ เช่นระบบราชการของ Max Weber ต้องมีระบบเพื่อให้แน่ใจว่าโครงการทั้งหมดได้รับการจัดระเบียบอย่างเป็นระเบียบ

1) จะต้องมีภาระแบ่งงานกันทำ โดยให้แต่ละคนปฏิบัติงานในสาขาที่ตนมีความชำนาญ

2) การยึดถืองานให้ยึดถือกฎเกณฑ์ระเบียบวินัยเพื่อให้ประสบความสำเร็จในงานนี้ คุณต้องปฏิบัติตามกฎและรักษาพฤติกรรมของคุณให้อยู่ในแนวเดียวกัน ด้วยวิธีนี้ทุกคนสามารถทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายเดียวกัน

3) สายการบังคับบัญชาต้องชัดเจน โดยผู้บังคับบัญชามอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบลดหลั่นกันลงไป

4) บุคคลในองค์การต้องไม่คำนึงถึงความสัมพันธ์ส่วนบุคคล โดยพยายามทำงานให้ดีที่สุดเพื่อเป้าหมายขององค์การ

5) การคัดเลือกบุคคล การว่าจ้าง จุดอ่อนขององค์การแบบราชการก็คือ การให้ความสำคัญกับตัวองค์กรมากเกินไปและไม่ให้ความสำคัญกับปัญหาของคนที่ทำงานที่นั่น สิ่งนี้ควรขึ้นอยู่กับทักษะที่พวกเขามีและศักยภาพในการประสบความสำเร็จตลอดจนโอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง โครงสร้างที่รัดกุมจะช่วยให้บุคคลปรับพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

1.2) การจัดการองค์การแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific Management) ของเฟรดเดอริก เทย์เลอร์ (Frederic Taylor) การจัดการทางวิทยาศาสตร์เป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจที่ใช้การศึกษาทางวิทยาศาสตร์เพื่อค้นหาวิธีที่จะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น สิ่งนี้ทำได้โดยการดูงานและคนงานสัมพันธ์กันอย่างไร และใช้การทดลองเพื่อค้นหาวิธีแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

2) ทฤษฎีสมัยใหม่ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากดั้งเดิม ทฤษฎีนี้กล่าวว่าคนเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดผลิตภาพขององค์กร ถือว่าทุกคนที่ทำงานร่วมกันมีเป้าหมายร่วมกัน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นส่วนสำคัญของเป้าหมายนั้น กล่าวโดยสรุปว่า ทฤษฎีนี้กล่าวว่าคนเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดผลิตภาพขององค์กร ถือว่าองค์กรประกอบด้วยบุคคลที่ทำงานร่วมกันโดยมีเป้าหมายร่วมกัน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังมีความสำคัญในการพิจารณาว่าองค์กรสามารถผลิตผลผลิตได้มากน้อยเพียงใด ทฤษฎีนี้มุ่งเน้นไปที่ว่าขวัญกำลังใจส่งผลต่อผลผลิตอย่างไร Elton Mayo เป็นนักวิทยาศาสตร์ที่ศึกษาทฤษฎีนี้อย่างลึกซึ้งและค้นพบว่าขวัญกำลังใจเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มผลผลิต Mayo พบว่าคนงานกลุ่มหนึ่งจะพยายามกำหนดบรรทัดฐานสำหรับวิธีการทำงาน และพนักงานจะทำงานร่วมกันเป็นทีมด้วยมาตรฐานที่กำหนดขึ้นเอง

3) ทฤษฎีสมัยใหม่ปัจจุบัน ทฤษฎีนี้กล่าวว่าเป็นการศึกษาเกี่ยวกับองค์กรมุ่งเน้นไปที่การดูว่าทั้งองค์กรทำงานอย่างไรในภาพรวม เช่นเดียวกับที่ส่วนต่าง ๆ ขององค์กรมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างไร การศึกษาประเภทนี้เรียกว่า "การวิเคราะห์ระบบ" นักทฤษฎีทำมานานแล้วและยังคงทำอยู่ในปัจจุบัน การศึกษาประเภทนี้พิจารณาว่าองค์กรมีพฤติกรรมอย่างไรในสภาพแวดล้อมต่างๆ และสามารถปรับให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างไร

รวดเร็วเนื่องจากถือว่าองค์กรเป็นทั้งระบบ มีการศึกษาหลายประเภทที่มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมองค์กร เช่น พฤติกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ การบริการแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาองค์กร Q.C. และการจัดการแห่งอนาคต และสิ่งแวดล้อม (Input process Output Feedback and Environment) การศึกษาองค์การในรูประบบนั้นได้พยายามที่จะมององค์การในลักษณะการเคลื่อนไหว (Dynamic) และปรับเข้ากับรูปแบบขององค์การได้ในทุกสภาวะแวดล้อมทั้งนี้เพราะนักทฤษฎีปัจจุบันได้มององค์การในลักษณะกระบวนการทางด้านโครงสร้างที่บุคคลต่าง ๆ จะต้องเกี่ยวพันซึ่งกันและกันเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ จึงมีการศึกษาพฤติกรรมองค์การในลักษณะใหม่ ๆ เช่น พฤติกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ การบริการแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาองค์กร คิว.ซี . และการบริหารแบบอนาคตนิยม เป็นต้น

2.1.1.2 การออกแบบองค์กร

1. Job Center Design กล่าวคือ เป็นการออกแบบองค์การโดยการมุ่งงานมากกว่ามุ่งคน การออกแบบองค์การประเภทนี้เน้นที่งานมากกว่าคน มักใช้เพื่อเริ่มต้นจากงานหลักซึ่งอาจทำให้ยากต่อการเปลี่ยนแปลงองค์การให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน

2. Human Center Design กล่าวคือ เป็นการออกแบบองค์การโดยการมุ่งคนมากกว่าการมุ่งงาน หรือการออกแบบองค์การมีสองระดับที่แตกต่างกัน ตามข้อมูลและตามวัฒนธรรม การออกแบบตามข้อมูลมุ่งเน้นไปที่การใช้วิธีการต่างๆ เช่น สถิติและข้อมูลในการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการบริหารองค์การ การออกแบบตามวัฒนธรรมเน้นความสำคัญของการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีและพัฒนาระบบเพื่อช่วยให้ผู้คนทำงานร่วมกัน

1) Strategic Organization Design คือ การกลยุทธ์การออกแบบองค์การในระดับองค์การ เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือเป้าหมายหลักขององค์การในภาพรวม

2) Operational Organization Design คือ การออกแบบองค์การในระดับปฏิบัติการเพื่อให้้องค์การพัฒนาไปสู่เป้าหมายการออกแบบการดำเนินงานเป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาองค์การในลักษณะที่ช่วยให้บรรลุเป้าหมาย มีหลักการสำคัญที่ต้องปฏิบัติตามเมื่อออกแบบองค์การ เช่น การดูแลให้ทุกคนมีข้อมูลที่ถูกต้องและการประสานงานจะดำเนินไปได้ด้วยดีนี่เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในโลกปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งองค์กรต่างๆ สามารถยืดหยุ่นและปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ใหม่ได้อย่างรวดเร็ว

2.1.1.3 การจัดการองค์การ

การจัดการหรือการบริหารคือ กระบวนการประสานงานเป็นสิ่งที่ผู้จัดการใช้เพื่อช่วยให้ผู้คนทำงานร่วมกันเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงลงอย่างมีประสิทธิภาพ พวกเขาวางแผน จัดระเบียบ และเป็นผู้นำเพื่อให้แน่ใจว่าทุกอย่างเป็นไปตามแผนที่วางไว้

1. ประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อนำเข้าสินค้า สิ่งสำคัญคือต้องคำนึงถึงต้นทุนด้านบุคลากร ทุน วัสดุ และการจัดการคุณภาพ สิ่งนี้ทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการนำเข้ามาสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด

2. ประสิทธิภาพ (Effectiveness) เป้าหมายขององค์กรคือการบรรลุผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจงเพื่อให้บรรลุผลเหล่านี้ องค์กรจะใช้วิธีการต่างๆ แต่ละวิธีมีข้อดีและข้อเสียของตัวเอง แต่องค์กรจะใช้วิธีที่ดีที่สุดสำหรับเป้าหมายที่อยู่ในมือ

3. ผู้บริหารหรือผู้จัดการ บุคคลที่มีหน้าที่ประสานงานและประสานการทำงานของคนในองค์กรเรียกว่าผู้ประสานงาน ผู้จัดการประเภทต่างๆ ในองค์กรขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบพวกเขา

1. ผู้จัดการระดับต้น (First-line Manager) ได้แก่ Supervisor หัวหน้างาน (Foreman) Coach

2. ผู้จัดการระดับกลาง (Middle Manager) ได้แก่ หัวหน้าแผนก หัวหน้าโครงการ ผู้จัดการโรงงาน หัวหน้าหน่วยหัวหน้าส่วน

3. ผู้บริหารระดับสูง (Top Managers) ได้แก่ ผู้รับผิดชอบของการตัดสินใจในเชิงกว้าง กำหนดนโยบายและกลยุทธ์ที่มีผลโดยรวมต่อองค์กรเช่น ประธานกรรมการผู้บริหาร



ภาพที่ 1 แสดงระดับของผู้บริหาร
ทิม่า (Peter F Drucker, 1909-2005)

ซึ่งมีบทบาททางการบริหาร (Management Roles) โดยหมายถึง พฤติกรรมการจัดการมี 10 ประเภทที่บุคคลในตำแหน่งผู้นำหรือผู้บริหารควรทำเพื่อช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ การศึกษาหนึ่งพบว่า มีพฤติกรรมการจัดการสามประเภทหลัก ซึ่งแต่ละประเภทมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมอื่นๆ ส่วนใหญ่แล้วควรดำเนินการตามบทบาทเหล่านี้เพื่อช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ

1. บทบาทด้านมนุษยสัมพันธ์ (Interpersonal Roles) ได้แก่

- ประธานหรือหัวโขน (Figurehead) ตัวแทนคือคนที่ช่วยจัดของและนำทีม พวกเขาช่วยให้แน่ใจว่าสิ่งต่างๆ ทำงานได้อย่างราบรื่นและเป็นไปตามแนวทางทางสังคมและกฎหมาย บุคคลนี้มักจะสวมหน้ากากเพื่อให้สามารถเปิดเผยตัวตนได้

- ผู้นำ (Leadership) หน้าที่ของคุณคือการช่วยให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานได้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้

- ผู้เชื่อมสัมพันธ์ไมตรี (Liaison) การสร้างเครือข่ายมีความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นหรือองค์กรที่มีความสำคัญต่อเรา

- ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Monitor) คือบทบาทในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย และเป็นศูนย์กลางของข่าวสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาองค์กร

- ผู้กระจายข่าวสาร (Disseminator) เป็นบทบาทในการกระจายเผยแพร่ข่าวสารที่ได้มาทั้งจากภายในและภายนอกให้แก่พนักงานในองค์กร

- โฆษก หรือประชาสัมพันธ์ (Spokesperson) หน้าที่ของผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์คือการให้ข่าวสารและข้อมูลแก่สาธารณชนเกี่ยวกับนโยบาย แผนงาน การดำเนินงาน และผลประกอบการขององค์กร พวกเขาเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อเพื่อเผยแพร่กิจกรรมเหล่านี้

2. บทบาทด้านข่าวสาร (Information Roles) ได้แก่

- ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Monitor) คือบทบาทในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย และเป็นศูนย์กลางของข่าวสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาองค์กร

- ผู้กระจายข่าวสาร (Disseminator) เป็นบทบาทในการกระจายเผยแพร่ข่าวสารที่ได้มาทั้งจากภายในและภายนอกให้แก่พนักงานในองค์กร

- โฆษก หรือประชาสัมพันธ์ (Spokesperson) เป็นการทำข่าวสารข้อมูลกับภายนอกประชาสัมพันธ์องค์กรในเรื่องที่เกี่ยวกับนโยบาย แผนงาน การปฏิบัติงาน และผลการดำเนินงานของกิจการไปสู่ภายนอกตลอดจนการแถลงข่าวสารต่างๆ

3. บทบาทด้านการตัดสินใจ (Decisional Roles) ได้แก่

- ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นบทบาทในการแสวงหาช่องทางศึกษาสภาพแวดล้อมและโอกาสในทางธุรกิจ ผู้ประกอบการควรมีคุณสมบัติดังนี้คือ มีความตั้งใจในการทำงาน เป็นผู้ที่ใช้ทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่อย่างคุ้มค่า เป็นผู้มุ่งมั่นที่จะให้งานประสบความสำเร็จ

- ผู้จัดการความขัดแย้ง (Disturbance Handler) เป็นบทบาทรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาต่างๆที่สำคัญๆ หรือไม่คาดคิดมาก่อน ซึ่งองค์กรกำลังเผชิญอยู่

- ผู้จัดสรรทรัพยากร (Resource Allocator) เป็นบทบาทหน้าที่รับผิดชอบในการจัดสรรทรัพยากรทุกชนิดในองค์กร ทั้งทางด้านบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ และการเงิน ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร

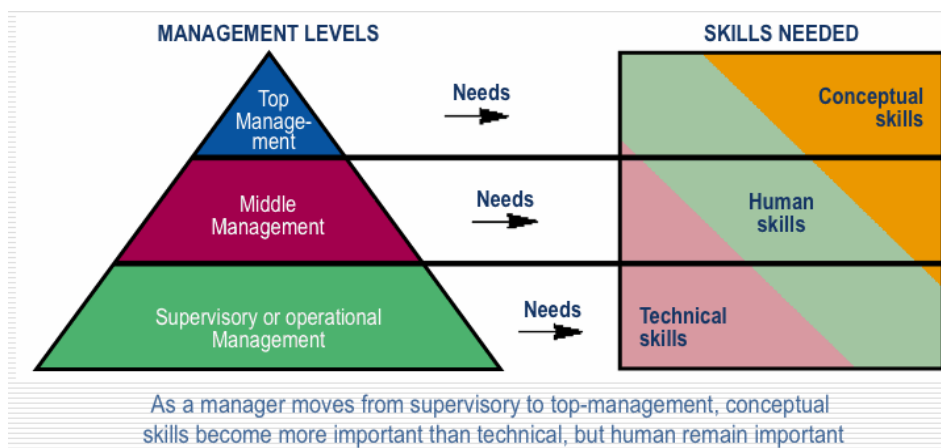
- ผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator) ในทุกระดับขององค์กร สิ่งสำคัญคือต้องมีใครสักคนที่สามารถเป็นตัวแทนขององค์กรในการเจรจา เพื่อให้ผลประโยชน์ขององค์กรได้รับการปกป้องอยู่เสมอ

4. ทักษะทางการบริหารหรือการจัดการ (Managerial Skills) ผู้บริหารต้องสามารถทำงานได้ดีขึ้นอยู่กับระดับขององค์กร ซึ่งสามารถทำได้โดยการเรียนรู้ทักษะเฉพาะสำหรับระดับนั้นๆ หรือใช้วิธีการที่น่าจะประสบความสำเร็จมากที่สุด

1. ทักษะด้านเทคนิค (Technical Skills) คือบางสิ่งที่คุณต้องรู้เพื่อให้งานออกมาดีคือขั้นตอนที่เกี่ยวข้องและวิธีการทำงานนั้น

2. ทักษะด้านมนุษย์สัมพันธ์ (Human Skills) คือความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำงานให้ลุล่วง ความร่วมมือเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้สิ่งต่างๆ ดำเนินไปอย่างราบรื่น และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีก็มีความสำคัญต่อการทำให้ทุกคนรู้สึกสบายใจ

3. ทักษะด้านการประสมแนวความคิด (Conceptual Skills) วิสัยทัศน์คือความสามารถในการมองสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมและมองเห็นภาพรวม ดังนั้นคุณจึงสามารถเข้าใจว่าเกิดอะไรขึ้นและมีผลกระทบต่อองค์กรโดยรวมอย่างไร อาจเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจหรือดำเนินงานด้านการบริหาร



ภาพที่ 2 แสดงทักษะที่จำเป็นของผู้บริหารหรือผู้จัดการในระดับต่างๆ

ที่มา (Peter F Drucker, 1909-2005)

และหลักหน้าที่ของผู้บริหารก็คือ การจัดการเป็นงานของผู้จัดการในการวางแผน การจัดองค์การการชักนำ และการควบคุม โดยสรุปรายละเอียดได้ดังนี้ (Peter F Drucker, 1909-2005)

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดเป้าหมายการกำหนดกลยุทธ์และจัดทำแผนงานเพื่อที่จะประสานกิจกรรมต่างๆในองค์กร เพื่อให้ประสบความสำเร็จและลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น

2. การจัดองค์การ (Organization) เป็นการกำหนดภารกิจของงาน ใครเป็นผู้ปฏิบัติภารกิจนั้นๆ และภารกิจนั้นจะจัดเป็นกลุ่มไว้ได้อย่างไร ใครต้องรายงานใคร และใครเป็นผู้ตัดสินใจ

3. การชักนำ (Leading) เจ้านายช่วยให้พนักงานประสบความสำเร็จโดยเลือกวิธีที่ดีที่สุดในการสื่อสารกับพวกเขาและป้องกันไม่ให้เกิดความขัดแย้ง

4. การควบคุม (Controlling) เป็นการกำกับดูแลกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่ากิจกรรมนั้นสัมฤทธิ์ผลตามแผนที่ได้วางไว้ รวมทั้งการแก้ไขความผิดพลาดที่เกิดขึ้นให้ถูกต้อง

5. การบวนการจัดการ (Management Process) เป็นการตัดสินใจและการปฏิบัติอันต่อเนื่องซึ่งเป็นภาระหน้าที่ของผู้จัดการในการวางแผน การจัดองค์การ การชักนำ และการควบคุม

สรุปแนวคิดเกี่ยวกับองค์กร จากความหมายขององค์กรหรือองค์การนั้นประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการได้แก่ 1. มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (Distinct purpose) 2. บุคลากร (People) มีตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกัน และ 3. มีการจัดโครงสร้าง (Deliberate structure) ที่ชัดเจน อาจแบ่งได้เป็น 3 ทฤษฎีด้วยกันคือ 1. ทฤษฎีดั้งเดิม (Classical organization theory) 2. ทฤษฎีสมัยใหม่ (Neo-Classical organization theory) 3. ทฤษฎีสมัยปัจจุบัน (Modern organization theory) ซึ่งองค์การในปัจจุบันมีลักษณะการบริหารจัดการแบบเป็นระบบ หรือเรียกว่า องค์การแบบใหม่ (New organization) พัฒนามาจากองค์การแบบดั้งเดิมแต่มีความยืดหยุ่นมีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เน้นการทำงานเป็นทีม ข้อกำหนดรายละเอียดของงานให้ความสำคัญกับทักษะและเครือข่ายงาน อำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ทีมงาน องค์การได้แปรเปลี่ยนเป็นองค์การระบบเปิด Open System มีความยืดหยุ่นและตอบสนองการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและมีความคิดว่าสิ่งแวดล้อมรอบธุรกิจมีผลกระทบต่อองค์การของตนอยู่ตลอดเวลา ในปัจจุบันมักจะพบผู้บริหารทำงานเคียงบ่าเคียงไหล่ไปกับผู้ได้บังคับบัญชาให้คำแนะนำและสนับสนุนในสิ่งที่คนเหล่านั้นต้องการเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ ผู้บริหารที่มีผลงานในระดับสูงจะเก่งเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ในงานกับคนอื่นๆ และช่วยให้คนอื่นได้พัฒนาทักษะและความสามารถในการปฏิบัติงาน การส่งเสริมสนับสนุนทีมงานและสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่จะส่งเสริมให้การทำงานเกิดความพึงพอใจแก่คนรับมอบหมายงานนั้นๆ และเห็นได้ว่า องค์การในปัจจุบันถูกขับเคลื่อนด้วยการทำงานเป็นทีมที่รวบรวมสติปัญญาในการแก้ไขปัญหาไว้อย่างสร้างสรรค์ มีแรงผลักดันมากมายที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์การ และโดยควบคู่ไปกับการแข่งขันในสภาวะโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และมีโอกาสใหม่ๆ เกิดขึ้นพร้อมกับการพัฒนาของนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีทำให้องค์การเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานและคนก็เปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน องค์การเป็นเครือข่ายด้วยการสื่อสารและประสานงานกันแบบทันทีทันใดทั้งภายในและภายนอกองค์การ ดังนั้นการจัดองค์การในยุคปัจจุบันควรให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นในการทำงาน การปรับตัวอย่างรวดเร็ว มีการแบ่งกลุ่มหรือสร้างทีมงาน ให้อิสระแก่พนักงานให้การทำงานอย่างเต็มที่ มุ่งเน้นการปฏิบัติมากกว่าการวางแผน และมีการสร้างระบบการสื่อสารที่รวดเร็วทันสมัย

ดังนั้นในหัวข้อถัดไปจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory) ซึ่งเป็นแนวคิดการบริหารจัดการ ที่ผู้บริหารจะปฏิบัติซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ หรือเป็นแนวคิดซึ่งเป็นทางเลือก ของผู้บริหารในการกำหนดโครงสร้างและระบบควบคุมองค์การ โดยขึ้นอยู่กับ สถานการณ์และลักษณะต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มี

ผลกระทบต่อการทำงานขององค์การ หรือเป็นวิธีการที่กล่าวถึงองค์การที่มีลักษณะ แตกต่าง กันซึ่งต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน และต้องใช้วิธีการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน

2.1.2 ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์

การบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory) เป็นแนวคิดการบริหารจัดการ ที่ผู้บริหารจะปฏิบัติซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ หรือเป็นแนวคิดซึ่งเป็นทางเลือก ของผู้บริหารในการ กำหนดโครงสร้างและระบบควบคุมขององค์การ โดยขึ้นอยู่กับ สถานการณ์และลักษณะต่าง ๆ ของ สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินงานขององค์การ หรือเป็นวิธีการที่กล่าวถึง องค์การที่มีลักษณะ แตกต่างกันซึ่งต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน และต้องใช้วิธีการ บริหารจัดการที่แตกต่างกัน ผู้เสนอแนวคิดนี้คือ Fred E. Fiedler หรือ Fred Edward Fiedler ได้ให้ คำแนะนำแนวความคิดของการบริหารเชิงสถานการณ์ (Situational Management Theory) หรือ ทฤษฎีอุปติการณ์ (Contingency Theory) ในปี 1967 ทฤษฎีการจัดการนี้ตั้งสมมติฐานว่าไม่มีทาง ที่จะรู้ได้อย่างแน่นอนว่าโซลูชันใดดีที่สุด แต่สถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดว่าการจัดการแบบใดที่ จำเป็นในสถานการณ์นั้น

มุมมองของการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory Situational Theory) เป็น การศึกษาเชิงสถานการณ์ที่จะมุ่งการปรับปรุงพฤติกรรมทางการ บริหารให้เข้ากับสถานการณ์ที่มีความแตกต่างกันออกไปวิธีการศึกษาการบริหารเชิงสถานการณ์จะมุ่งการปรับปรุงพฤติกรรม ทางการบริหารให้เข้ากับ สถานการณ์ขององค์การ ซึ่งมุมมองของการบริหารนี้จะมีความแตกต่าง จาก “วิธีการที่ดีที่สุด” ที่วิธีการศึกษาการบริหารสมัยเดิมได้พยายามแสวงหา เพราะว่าพวกเขา สันนิษฐานว่าหลักการบริหารจะเป็นสากล หรือสามารถ ประยุกต์ใช้ได้ภายในทุกสถานการณ์โดย ไม่ได้คำนึงถึงสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ขององค์การ ยกตัวอย่างเช่น กรณีของ ผู้บริหาร ณ คอนโทรลดาต้าโค ใช้วิธีการศึกษาการบริหารเชิงสถานการณ์นี้พวกเขาจะลงทุนเพื่อ ช่วยเหลือให้ พนักงานบางคนของบริษัทเริ่มต้นบริษัทใหม่ขึ้นมา แต่พวกเขา จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใน โครงสร้างเดิมด้วย การตัดสินใจว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ อาจจะมีเพิ่มเข้ามาภายในโครงสร้างภายในหรือ เริ่มต้นขึ้นมาเป็นบริษัทใหม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางสถานการณ์ที่ต้องถูกวิเคราะห์ ดังนี้ 1.ความ สอดคล้องของผลิตภัณฑ์ใหม่กับผลิตภัณฑ์เดิม 2. ทักษะและความสามารถของพนักงานที่สร้าง ผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา และ 3. ข้อจำกัดของกระบวนการผลิตเดิม

2.1.2.1 วิธีการศึกษาการบริหารเชิงสถานการณ์

มุ่งเน้นการกระทำที่สอดคล้องอย่างดีที่สุดกับสถานการณ์ และจะมุ่งที่การพัฒนาทักษะทางการบริหารที่เป็นประโยชน์มากที่สุดกับการระบุปัจจัยทาง สถานการณ์ที่สำคัญ โดยทั่วไปวิธีการศึกษาการบริหารเชิงสถานการณ์จะถูก ประยุกต์ใช้บ่อยครั้งที่สุดกับหน้าที่การบริหารต่อไปนี้ได้แก่

1. การจูงใจ นักทฤษฎีเชิงสถานการณ์มีความเชื่อว่า พฤติกรรมต่างๆ จะเกิดขึ้นจากการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อม พวกเขาไม่เชื่อว่าบุคคล เพียงแต่ตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เช่น เรา ต้องการศึกษาวិชาดดนตรีที่ชอบ แต่รู้ว่าการจูงใจให้ความสำคัญกับวิชาการ ตลาดแล้ว พฤติกรรมของเราจะต้องเกิดขึ้นจากทั้งความต้องการของเราเองและอิทธิพลทางสภาพแวดล้อม

2. การเป็นผู้นำ วิธีการศึกษาการบริหารเชิงสถานการณ์เสนอแนะว่าผู้บริหาร จะต้องเป็นผู้นำที่มีความยืดหยุ่น การที่มีความใจดีกับผู้อยู่ใต้การบังคับบัญชาอยู่เสมอ จะไม่ถูกต้อง พวกเขาต้องกระทำ ณ เวลาที่เหมาะสมในบางเวลาผู้บริหารอาจจะ ต้องเผด็จการ และควบคุมผู้อยู่ใต้บังคับบัญชามากขึ้น วิธีการเป็นผู้นำตามสถานการณ์ จะต้องวิเคราะห์ปัจจัยทางสถานการณ์ที่กำหนดว่าผู้นำควรมี พฤติกรรมอย่างไรบ้าง

3. การจัดโครงสร้าง โครงสร้างองค์การจะขึ้นอยู่กับปัจจัยทางสถานการณ์หลายอย่าง โครงสร้างองค์การจะต้องถูกออกแบบให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของพวกเขา ซึ่งจะหมายความว่าโครงสร้างองค์การจะต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและ เทคโนโลยีขององค์การ นักวิจัยหลายท่านได้พบว่าเมื่อสภาพแวดล้อมยิ่งซับซ้อน และ เกิดการเปลี่ยนแปลงมากเท่าใด โครงสร้างองค์การยิ่งจะต้องมีความคล่องตัว มากขึ้นเท่านั้น โครงสร้างแบบราชการ จะเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่ไม่ เปลี่ยนแปลงและมั่นคง ดังนั้น โครงสร้างที่มีประสิทธิภาพจะขึ้นอยู่กับประเภท ของสภาพแวดล้อมของพวกเขา โดยอิทธิพลอย่างอื่นต่อโครงสร้างองค์การ คือ ประเภทของเทคโนโลยีที่ใช้โดยองค์การ องค์การผลิตอาจจะต้องใช้โครงสร้างแบบ ราชการ ในขณะที่องค์การวิจัยและพัฒนาอาจจะต้องใช้โครงสร้างที่มีความยืดหยุ่น มากยิ่งขึ้น

และตัวแปรที่เป็นส่วนประกอบสำคัญขององค์การ เป็นตัวแปรที่เปลี่ยนแปลงไปตามตัวแปรเชิงสถานการณ์ ซึ่งตัวแปรที่สำคัญมี 10 ประการดังนี้ 1. ระดับของการรวมอำนาจ (Degree of centralization) 2. จำนวนของระดับในสายการบังคับบัญชาตามลำดับชั้น (Number of Levels in the hierarchy) 3. หลักของอำนาจและอำนาจหน้าที่ในการบริหาร (Basis of managerial power and authority) 4. ระดับของความเป็นมาตรฐาน (Degree of standardization) 5. ระดับของความชำนาญเฉพาะด้าน (Degree of specialization) 6. ระดับ

ของความเป็นทางการ (Degree of Formalization) 7. จำนวนของกลไกการประสานประสาน (Number of integrating mechanisms) 8. ทิศทางของการติดต่อสื่อสาร (Direction of communications) 9. การใช้บทบาทที่มีขอบเขตกว้าง (Use of “boundary – spanning roles”) และ 10. อัตราส่วนของผู้บริหารต่อพนักงาน (Ratio of managers to non-managers)

2.1.2.2 ปัจจัยเชิงสถานการณ์ในทฤษฎีองค์การ

“ปัจจัยเชิงสถานการณ์” ซึ่งได้แก่ ขนาดขององค์การ เทคโนโลยีขององค์การ และสภาพแวดล้อมขององค์การ ขนาด เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม ในแต่ละประเด็นนั้นทำให้องค์การมีความไม่แน่นอน และส่งผลทำให้ผู้บริหารไม่อาจบริหารงานให้บรรลุเป้าหมาย ต่างๆ ได้ เมื่ออิทธิพลทั้ง 3 ประเด็นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ยิ่งทำให้องค์การต้องจัดการกับความไม่แน่นอนเพิ่มมากขึ้น (Narayanan and Nath, 1993, Robbins & Coulter, 2008)

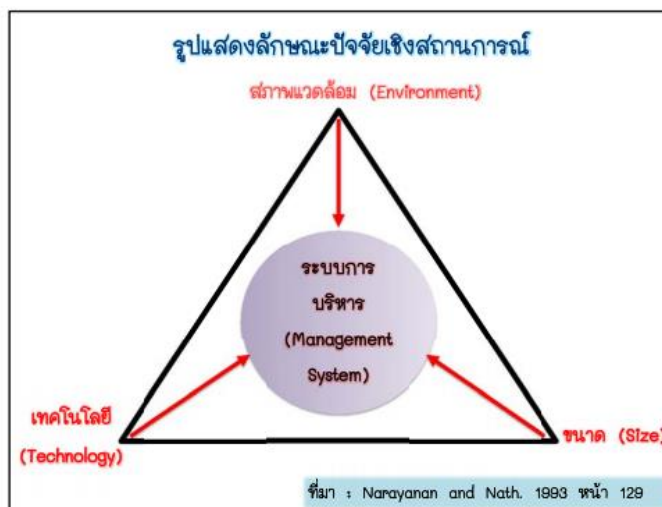
1. สภาพแวดล้อมขององค์การ (Environment) โดยประกอบด้วย สภาพแวดล้อม ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และความสลับซับซ้อนของสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมด้านสังคมวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี

2. ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมที่ไม่เปลี่ยนแปลงและคงที่แน่นอน และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงสูงตลอดเวลา

3. ความสลับซับซ้อนของสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย องค์การที่อยู่ในสภาพแวดล้อมมีสลับซับซ้อน และ องค์การที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่สลับซับซ้อน

4. ขนาดขององค์การ (Size) ขนาดขององค์การที่มีผลต่อองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ขนาดขององค์การและโครงสร้าง ขนาดขององค์การและสายการบังคับ ขนาดขององค์การและการกระจายอำนาจ ขนาดขององค์การและการทำให้เป็นทางการ ขนาดขององค์การและจำนวนผู้บริหาร และ ขนาดขององค์การและการออกแบบองค์การ

5. เทคโนโลยี (Technology) เครื่องมือและความรู้ที่จำเป็นต่อการบรรลุภารกิจในระดับองค์การ เทคโนโลยีเป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงองค์การ ผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพต้องออกแบบองค์การให้เหมาะสม ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีและโครงสร้างจากงานวิจัยของ Joan Woodward แสดงความสัมพันธ์ทางองค์การดังนี้ 1. จำนวนผู้บริหารและระดับการบริหารตามสายการบังคับบัญชา 2. ขนาดของการควบคุม การผลิตต่อหน่วย และกระบวนการผลิตที่ต่อเนื่อง 3. จำนวนเจ้าหน้าที่ฝ่ายให้คำปรึกษา และ 4. ลักษณะโครงสร้าง



ภาพที่ 3 แสดงรูปลักษณะปัจจัยเชิงสถานการณ์

ที่มา Narayanan and Nath, 1993

2.1.2.3 ตัวแบบผู้นำ

Fiedler, F. (1967) ตัวแบบผู้นำตามสถานการณ์ของเฟรด ฟีดเลอร์ (Fiedler's Contingency Model) ตัวแบบผู้นำตามสถานการณ์ของฟีดเลอร์ มีกรอบแนวคิดที่ว่า ภาวะผู้นำที่ดี อยู่ที่ความเหมาะสมระหว่างแบบของผู้นำ (Leadership style) กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น (Situational demands) ฟีดเลอร์ เชื่อว่า แบบของผู้นำเป็นส่วนหนึ่งของ บุคลิกภาพของคน เปลี่ยนแปลงได้ยากแทนที่จะพยายามหาวิธีการฝึกอบรมให้ ผู้บริหารเปลี่ยนรูปแบบจากการเน้นงานไปเน้นคน หรือจากเน้นคนไปเน้นงาน ควรที่จะหาสถานการณ์ที่ “ลงตัว” กับรูปแบบของผู้นำ จะทำให้เกิดการใช้รูปแบบภาวะผู้นำ (ซึ่งเป็นบุคลิกภาพของผู้บริหารที่ติดตัวอย่างถาวร) (วิโรจน์ สารรัตน์, 2557) ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ในการบริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับสูงสามารถสร้างภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ได้ โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานเชิงสถานการณ์สำหรับผู้บริหารระดับสูง ขึ้นไป โดยแบ่งได้เป็น 5 แนวคิดดังนี้ 1. แนวคิดเชิงกลยุทธ์ 2. แนวคิดด้านมนุษย์เป็นสินทรัพย์ 3. แนวคิดความเชี่ยวชาญ 4. แนวคิดการสกัดกั้น 5. แนวคิดด้านตัวแทนการเปลี่ยนแปลง รายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic approach) ได้แก่ ความคิดในมุมมองขององค์กรรวม และ ความคิดในเชิงบริบท การปรับเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์ และการคิดล่วงหน้า การมีวิสัยทัศน์ (Vision) และ พันธกิจ (Mission) การมีความคิดในเชิงบูรณาการ และ ความคิดนอก

กรอบ การวางแผนทางเลื้อย และ การบริหารความเสี่ยง และ ทฤษฎีเกม Game Theory ของ John Nash

2. แนวคิดด้านมนุษย์เป็นสินทรัพย์ (Human asset approach) ปัจจุบันองค์กรมองมนุษย์เป็นสินทรัพย์และเช่นกันในแง่มุมมองของผู้บริหารระดับสูงจะมองมนุษย์เป็นทุนโดยมีชื่อเรียกว่า “ทุน มนุษย์” (Human Capital) เกิดขึ้นจากแนวทางเศรษฐศาสตร์ ที่ไม่ได้ มองทุนเป็นแต่เพียงตัวเงินอย่างเดียว แต่จำแนกทุนของออกเป็นหลายลักษณะ เช่น ทุนธรรมชาติ ทุนทางสังคม เป็นต้น

3. แนวคิดความเชี่ยวชาญ (Expertise approach) ผู้บริหารระดับสูงที่มีความเชี่ยวชาญเพราะจะมีการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของเขาเองทำให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เชี่ยวชาญเฉพาะทาง และทำให้เป็นคนที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมและสามารถนำองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพรวมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ งาน ได้แก่ 1. ความรู้เชิงเทคนิค วิชาการ หรือการจัดการ 2. แรงจูงใจที่จะเรียนรู้เพิ่มขึ้น 3. ใช้ความรู้ในงานที่ได้รับมอบหมาย 4. สอนความรู้นั้น ๆ ให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้วย

4. แนวคิดการสกัดกัน (Box approach) แนวคิดนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบริษัทเพิ่มคุณค่าให้การสื่อสาร การดูแลและการควบคุมอย่างใกล้ชิด การตรวจสอบด้านการเงิน การสร้างกฎเกณฑ์ วิธีการดำเนินการและการสร้างคุณค่าสำหรับผลการ ปฏิบัติงานของพนักงานทั้งหมด โดยสิ่งต่าง ๆ ที่ทำต้องเป็นรูปแบบ เดียวกัน โดยปัจจัยสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าและ พนักงาน โดยมีแนวคิดการสกัดกัน คือ การออกข้อบังคับหรือ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม เป็นต้น

5. ตัวแทนการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ผู้บริหารระดับสูงจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง หรือรับหน้าที่ในการจัดการกระบวนการเปลี่ยนแปลง ภายในองค์กร โดยที่ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงอาจเป็นบุคคลจากภายใน (Internal Staffs) หรือ ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก (External Experts) องค์กร โดยมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงทั้งสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระบบการทำงาน กฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ในการทำงานให้มีการพัฒนาขึ้นและ สามารถสู้กับคู่แข่งทางธุรกิจได้

2.1.2.4 การประยุกต์ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์กับการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ (Decision Making Process) ประกอบด้วยรายละเอียด

ดังนี้

1. การระบุและวิเคราะห์ปัญหา (Identity and analyze the problem) ต้องเข้าใจปัญหา วิเคราะห์ขอบเขตและลักษณะก่อนที่จะแก้ปัญหา

- รู้ปัญหาว่าจะวิกฤตหรือไม่
- รู้สาเหตุของปัญหา
- รู้ระดับความรุนแรงหรือความสำคัญของปัญหา

2. การระบุวัตถุประสงค์ (Setting objectives) ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือ

- รู้สภาพอนาคตที่ต้องการหรือจุดมุ่งหมายที่ต้องการ
- รู้ขอบเขตของอนาคตหรือเป้าหมาย ปริมาณคุณภาพ และเวลา

3. การค้นหาทางเลือกในการแก้ปัญหา (Generate alternative solutions) ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือ

- รู้วิธีการในการแก้ปัญหามากกว่า 1 วิธีการ
- รู้รายละเอียดต่าง ๆ ของแต่ละวิธีการ

4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบและจัดลำดับทางเลือก (Assess and prioritize alternative) ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือ

- วิเคราะห์เปรียบเทียบความเป็นไปได้ระหว่างทางเลือก
- จัดลำดับทางเลือก

5. การตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด (Choose the optimal means)

- เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด
- การสั่งกรให้มีกรจัดทำแผนในรายละเอียด
- การดำเนินการตามแผน

2.1.2.4 แนวคิดทฤษฎีเชิงสถานการณ์กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

1. สถานการณ์ปกติจะใช้ตัวแบบตัวใดตัวหนึ่ง

1. ความพึงพอใจนิยม (Satisficing model) ของ Herbert Simon การค้นหาทางเลือกเป็นไปได้ยากจึงใช้ความเป็นมนุษย์องค์การ (Organization man) เลือกทางเลือกแค่เพียงระดับความพึงพอใจธรรมดา (Satisficing) แทนที่ความพึงพอใจสูงสุด (Optimizing)

2. ส่วนเพิ่มนิยม (Instrumentalism) ของ Charles Lindblom เป็นการใช้ผลการตัดสินใจที่มีมาก่อนการตัดสินใจพื้นฐานมาเป็นพื้นฐานของการตัดสินใจใหม่ โดยเปลี่ยนแปลงเฉพาะที่เป็นหรือส่วนที่ควรที่จะเพิ่มจะลด

2. การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (Garbage-can or nonprogrammer decision)

สำหรับสถานการณ์ย่อยที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ ไม่ใช่เป็นสถานการณ์ที่มีผล
สำคัญมากต่อองค์กร หรือจะกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องอาจไม่ใช่เป้าหมายขององค์กร

3. ข้อดีของทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์

1. ระบุสถานการณ์หลักได้
2. ได้แย้งกับหลักสากลของการจัดการ
3. ให้แง่คิดในรูปธรรมที่ว่า “ไม่มีวิธีการแบบใดที่ดีที่สุด”
4. ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงใด ๆ
ไป เล็กน้อยเกี่ยวกับองค์ประกอบหนึ่งย่อมมีผลกระทบต่อระบบโดยทั่วไป

5. ให้การสะท้อนภาพที่แท้จริงต่อผู้บริหารว่างานของการบริหารนั้นมีความ
ซับซ้อน การจะหาคำตอบใด ๆ แบบง่าย ๆ คงจะเป็นไปไม่ได้

4. ข้อเสียของทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์

1. สถานการณ์วิกฤตทั้งหมดไม่สามารถถูกระบุออกมาได้
2. ทฤษฎีอาจไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับประเด็นปัญหาด้านการจัดการ
ได้ทั้งหมด
3. ทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่าการที่จะตัดสินใจในปัญหาต่าง ๆ เล็ก ๆ
น้อย ๆ เป็นอย่างดีแล้วจะทำให้การบริหารงานทั้งหมดดีไปเอง ผู้บริหารจำเป็นต้องมีภาพรวมของ
บทบาทตนเอง องค์กรและสภาพแวดล้อม ภาพรวมเหล่านี้จำเป็นและเป็นแนวทางในการตัดสินใจ
ในปัญหาปลีกย่อยรอง ๆ ลงมาทั้งหลาย

4. ทฤษฎีสถานการณ์ ที่มองดูเหมือนว่า ไม่มีคุณค่าใดๆมาเกี่ยวข้อง กับ
องค์ประกอบอันเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม องค์กรของตัวอื่น ๆ นับเป็นเหมือนสิ่งที่เราต้องตระหนัก
และแสดงปฏิกิริยาตอบ ถ้าเป็นเช่นนั้นผู้บริหารก็จะไม่ต่างอะไรไปจากบาโรมิเตอร์วัดความ
เปลี่ยนแปลงของบรรยากาศ ผู้บริหารอาจกลายเป็นเพียงผู้บริหารเพื่อการบริหาร คอยยืนอยู่บน
ยอดของคลื่นความเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์อยู่ตลอดเวลา (เนตร์พณณา ยาวีราช, 2558)

จากการศึกษาแนวคิดการบริหารเชิงสถานการณ์ หรือ การบริหารตาม
สถานการณ์ สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะสำคัญของทฤษฎีการบริหารตามสถานการณ์ ได้แก่ การ
บริหารองค์กรจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ต้องอาศัยวิเคราะห์สถานการณ์ให้ได้ผลดีที่สุด
เป็นทฤษฎีที่ยอมรับหลักการของทฤษฎีระบบ คือ สภาพที่ต้องสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และเป็นทฤษฎี

ที่ใช้ได้กับการบริหารหลายอย่าง โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์โดยตรง เช่น การกำหนดยุทธศาสตร์ การกำหนดรูปแบบองค์การ เป็นต้น ทฤษฎีนี้ไม่ได้มุ่งเน้นที่การจัดวางแผนผังหรือโครงสร้างองค์การที่เป็นรูปแบบ คงมุ่งเน้นให้เกิดความยืดหยุ่นและความคล่องตัวในการปรับตัวขององค์การเป็นสำคัญ ซึ่งยังคงเป็นที่นิยมและใช้ได้อยู่ในปัจจุบันโดยต้องยึดหลักการดังนี้ 1. สถานการณ์ต่างๆ มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์โครงสร้าง และ กระบวนการ ซึ่งมีผลต่อการปฏิบัติงานที่สูง 2. มีแนวทางมากกว่า 1 วิธีที่จะทำให้ถึงเป้าหมายได้ 3. ผู้บริหารควรจะปรับตัวขององค์การให้สอดคล้องกับสถานการณ์ สถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจ และรูปแบบการบริหารที่เหมาะสม คำนี้ถึงสิ่งแวดล้อมและความต้องการของทรัพยากรมนุษย์ในหน่วยงานเป็นหลักมากกว่าที่จะแสวงหาวิธีการอันดีเลิศมาใช้ในการทำงาน โดยให้ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาในการพิจารณาร่วมด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ และเพื่อการพัฒนาสมรรถนะ ทักษะ ความรู้ต่างๆ ให้สามารถสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในทุกสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์

2.2.1.1 ความหมายของทรัพยากรมนุษย์

มนุษย์ คือ สัตว์ที่รู้จักใช้เหตุผล สัตว์ที่มีจิตใจสูง ทรัพยากร หมายถึง สิ่งทั้งปวงอันเป็นทรัพย์ ส่วนพัฒนา หมายถึง ทำให้เจริญ (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525) จากความหมายของศัพท์ดังกล่าว หมายถึงองค์ความรู้โดยรวม ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ พรสวรรค์ ความถนัดของบุคลากรโดยรวมทั้งที่ขับเคลื่อนองค์กรให้เดินหน้า และยังคงครอบคลุมไปถึงคุณค่า ทักษะดี วิธีการจัดการกับปัญหา และความเชื่อของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ทำงานในองค์กรนั้น ๆ อีกด้วยทรัพยากรมนุษย์เป็นผลลัพธ์ของความสามารถที่ถูกถ่ายทอดกันมา ความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่สั่งสม โดยแสดงให้เห็นผ่านบุคลากรที่มีพรสวรรค์และความถนัดต่าง ๆ ที่ทำงานในองค์กรนั้น ๆ ธรรมชาติของทรัพยากรมนุษย์มีหลายมิติ ในแง่ของชาติพันธุ์ ทรัพยากรมนุษย์หมายถึงความรู้ ทักษะในการดำรงชีพ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พรสวรรค์ และความถนัดที่ประชากรในชาตินั้น ๆ มีในขณะที่ถ้าพูดถึงทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละองค์กร จะหมายถึงความสามารถที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ความรู้และทักษะในการทำงาน พรสวรรค์และความถนัดที่ปรากฏในบุคลากรทุกคนที่เป็นทรัพยากรสำคัญขององค์กร

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่ส่งเสริมให้บุคลากรเพิ่มความรู้ และทักษะ มีพฤติกรรมการทำงานที่เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็น

การเพิ่มศักยภาพของบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลายๆ คนมักจะมีคำถามกับคำว่า "การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Development) มีความสำคัญในองค์กรเพราะพวกเขาช่วยกำหนดว่าอะไรสำคัญและควรทำอย่างไร ดังนี้

Swanson & Holton (2009) การพัฒนาองค์กรเป็นกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลแสดงความสามารถโดยการพัฒนาทักษะและความรู้ สิ่งนี้ทำได้ผ่านการฝึกอบรมและการพัฒนาส่วนบุคคล โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บุคลากรมีประสิทธิภาพมากขึ้นในหน้าที่การงาน

Rothwell (2005) การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาช่วยให้ผู้คนเรียนรู้วิธีการทำงานของตนได้ดีขึ้น มีหลายวิธีในการทำเช่นนี้ และบางครั้งการใช้กลยุทธ์ที่เฉพาะเจาะจงกับแต่ละสถานการณ์จะมีประสิทธิภาพมากกว่า ด้วยเหตุนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการฝึกอบรมเป็นประจำ

สรุปได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือการทำให้มนุษย์เจริญ มีศักยภาพมากขึ้นจนกลายเป็นทรัพยากรที่มีค่าในสังคมและในประเทศ ในยุคโลกาภิวัตน์นี้ เชื่อกันว่า "คน" หรือ "ทรัพยากรมนุษย์" ทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญต่อองค์กรเพราะสามารถช่วยแข่งขันในตลาดโลกได้ หากประเทศไทยมีคนที่เหมาะสม ประเทศก็จะเติบโตและเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีต่อไปได้ ดังคำที่ว่า จัดคนให้เหมาะสมกับงาน ("Put the right man in the right job") เท่านั้น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรช่วยให้มั่นใจได้ว่าบุคลากรที่ทำงานในองค์กรนั้นจะสามารถเติบโตและก้าวหน้าในอาชีพการงานได้ ขณะเดียวกันก็ช่วยให้องค์กรก้าวทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ถือเป็นการลงทุนที่สำคัญที่จะช่วยให้องค์กรมีความมั่นคงต่อไปในอนาคต (จุฑามณี ตรีภูมิตูตา, 2544) ดังนั้น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีจุดมุ่งหมายในการที่จะเพิ่มความรู้ ทักษะ และเจตคติในการปฏิบัติ โดยวิธีการฝึกอบรม การให้การศึกษา และการพัฒนา เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพการทำงานขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต อันจะก่อให้เกิดผลดีต่อองค์กรเองและต่อพนักงาน องค์กรจะได้ประโยชน์ในด้านผลผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่วนพนักงานจะได้ประโยชน์ในด้านความเจริญก้าวหน้าในอาชีพ

2.2.1.2 แนวคิดของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

แนวความคิดของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม Nadler และ Wiggs (1989) เทียนพุด (2527)

กลุ่มที่ 1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะของตน เพื่อให้พวกเขาสามารถทำงานให้ดีที่สุดได้ ทำได้สามวิธีคือให้พวกเขามีประสบการณ์ สอนทักษะใหม่ ๆ และคอยอัปเดตการเปลี่ยนแปลงในที่ทำงาน คือ

1. การฝึกอบรม (training) งานที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน (Present Job) มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะให้กับพนักงานในขณะนั้น โดยจัดอบรมให้กับผู้ได้รับการว่าจ้างให้ทำงานในตำแหน่งนั้น ๆ เพื่อให้สามารถนำความรู้ใหม่ไปใช้ได้ทันที

2. การศึกษา (education) ระบบการศึกษาช่วยให้ผู้คนเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งทีพวกเขาจำเป็นต้องรู้เพื่อการทำงานในอนาคต เพื่อให้พวกเขามีความยืดหยุ่นและพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการขององค์กร

3. การพัฒนา (development) กระบวนการที่ช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้นเรียกว่า "การปรับระบบ" มันเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร แทนที่จะทำสิ่งที่จำเป็นเพื่อรักษางาน งานประเภทนี้ทำโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กร และพร้อมที่จะใช้ในอนาคตเพื่อเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานขององค์กร และรับมือกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มที่ 2 ให้นิยามการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่า หมายถึง นำกิจกรรมที่จะช่วยให้คุณระบุและปรับปรุงความรู้ ทักษะ ความสามารถ และพฤติกรรมของพนักงานของพนักงานของคุณ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาใน 3 ส่วน คือ 1. การพัฒนาบุคคล (Individual Development) 2. การพัฒนาสายอาชีพ (Career Development) และ 3. การพัฒนา องค์กร (Organization Development) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะเกิดขึ้นเมื่อมีการกำหนดเป้าหมายส่วนบุคคล และพนักงานทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเหล่านี้โดยสอดคล้องกับเป้าหมายของนายจ้าง สิ่งนี้จะเกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงเป้าหมายส่วนบุคคลกับการพัฒนาอาชีพ เพื่อให้พนักงานสามารถติดตามและก้าวหน้าในสายอาชีพของตนได้

กลุ่มที่ 3 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นวิธีที่จะช่วยให้องค์กรได้เรียนรู้และเติบโตสามารถทำได้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบจนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรตั้งแต่ต้นจนจบ 3 ส่วน คือ 1. ระดับบุคคล (Individual) 2. ระดับกลุ่มหรือทีมผู้ปฏิบัติงาน (Work Group or Teams) และ 3. ระดับระบบ โดยรวม (The System) ซึ่งกระบวนการเรียนรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ (1) การเรียนรู้จากประสบการณ์ (อดีต) (2) การเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ปัจจุบัน (3) การเรียนรู้เพื่อที่จะเตรียมตัวสำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต อันเป็นที่มาของ วินัย 5 ประการ (Disciplines of the Learning Organization) ประกอบด้วย 1. ความเชี่ยวชาญส่วนบุคคล (Personal Mastery) 2. กรอบแนวความคิด (Mental Models) 3. การร่วมวิสัยทัศน์ (Shared Vision) 4. การเรียนรู้ของทีม (Team Learning) 5. การคิดแบบเป็นระบบ (Systems Thinking)

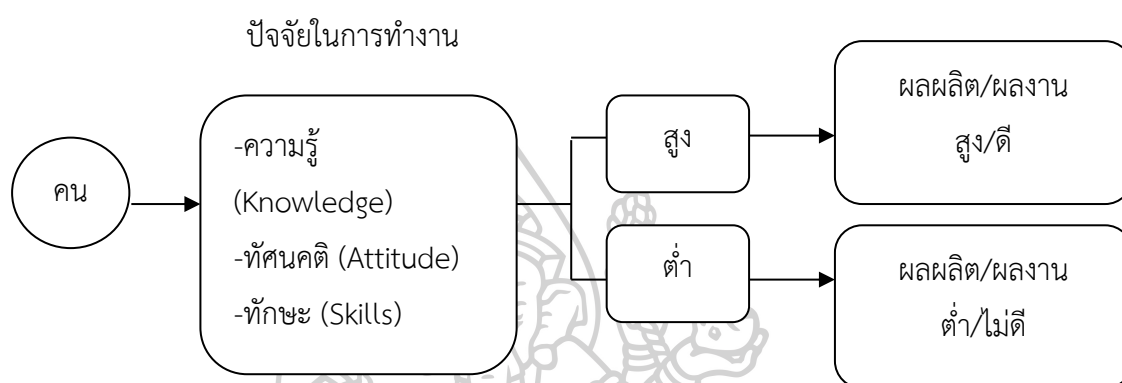
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : HRD) คือกรอบและกระบวนการในการพัฒนาตลอดจนส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความสามารถไปจนถึงมีทักษะในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งพนักงานยังเกิดการพัฒนาศักยภาพด้วย โดยการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในองค์กรนั้นอาจทำได้หลายวิธีหรือหลายกระบวนการตั้งแต่การฝึกอบรม, การศึกษาผ่านการเรียนการสอนที่จริงจัง, การออกไปดูงานนอกองค์กร, ไปจนถึงการถ่ายทอดประสบการณ์ระหว่างกัน ซึ่งเมื่อพนักงานได้รับการพัฒนาแล้วก็สามารถเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ส่งผลให้องค์กรพัฒนาและประสบความสำเร็จตามไปด้วยได้ มนุษย์ต้องการพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ ในขณะที่เดียวกันองค์กรก็ต้องการเติบโตตลอดเวลาเช่นกัน องค์กรจะก้าวไปข้างหน้าได้นั้นแน่นอนว่าผู้ที่มีส่วนผลักดันสำคัญก็คือพนักงานทุกคนนั่นเอง ศักยภาพทุกคนย่อมส่งผลต่อศักยภาพขององค์กร หากพนักงานทุกคนทำงานได้ดีมีประสิทธิภาพย่อมทำให้องค์กรนั้นมีประสิทธิภาพตามไปด้วย ดังนั้นการช่วยส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีศักยภาพในการทำงานที่ดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอจึงเป็นภารกิจหนึ่งที่จำเป็นขององค์กร และผู้ที่มีส่วนสำคัญมากๆ ตรงจุดนี้ก็คือฝ่ายทรัพยากรบุคคลนั่นเอง ซึ่งงานด้านพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : HRD) นั้นค่อนข้างจะสำคัญกับองค์กรอย่างยิ่ง ถ้าขาดความใส่ใจตรงจุดนี้ องค์กรที่เต็มไปด้วยพนักงานไร้ประสิทธิภาพ ก็อาจทำให้องค์กรหยุดนิ่งอยู่กับที่ ไม่พัฒนา ธุรกิจถดถอย และไร้ศักยภาพได้ในที่สุดเช่นกัน และนับได้ว่าเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจ เพราะคนเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จดังนั้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้วยวิธีการต่างๆ จึงเป็นแนวทางสำคัญในการนำองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยนำเสนอตารางเปรียบเทียบกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบกิจกรรมการพัฒนาบุคลากร

สาระสำคัญ	การฝึกอบรม	การศึกษา	การพัฒนา
จุดมุ่งหมาย	งานปัจจุบัน	งานอนาคตเกี่ยวข้องกับงานปัจจุบัน	งานในอนาคต
ขอบเขต	พนักงานแต่ละคน	กลุ่มงานและองค์กร	องค์กร
กรอบเวลา	ระยะสั้น	ระยะยาว	ระยะยาว
เป้าหมาย	ทักษะปัจจุบัน	เตรียมความต้องการในอนาคต	เตรียมความต้องการในอนาคต

ที่มา: จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551

ตามแนวคิดของ (ฐิระ ประมวลพฤษ์, 2538) ได้กล่าวว่า การพัฒนาบุคคล หมายถึงการดำเนินการเพื่อช่วยให้บุคลากรได้เพิ่มพูนความรู้ทัศนคติ และทักษะในการปฏิบัติงาน ที่รับผิดชอบให้ดียิ่งขึ้นซึ่งหากบุคลากรได้รับเพิ่มพูนปัจจัยในการทำงานในระดับสูงจะส่งผลให้เกิดผลงาน/ผลผลิตที่ดีและสูงขึ้น ในทางตรงข้ามหากไม่มีการส่งเสริมทางด้านความรู้ ทัศนคติ และทักษะในการทำงานจะส่งผลให้ผลงาน/ผลผลิตอยู่ในระดับต่ำและไม่มีประสิทธิภาพ ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 4 ปัจจัยในการทำงานของคนกับผลผลิต

ที่มา ฐิระ ประมวลพฤษ์, 2538

วิธีการในการพัฒนาบุคลากรนั้นมีอยู่หลายวิธีซึ่งจะเลือกใช้วิธีใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การพัฒนาบุคลากรของแต่ละหน่วยงาน (พงศธร พิทักษ์กำพล, 2540) ได้แก่การฝึกอบรม (Training), การปฐมนิเทศ (Orientation), การสอนงาน (Coaching), การมอบหมายงานให้ปฏิบัติ (Planned-Experience), การเปลี่ยนหน้าที่ (Changing), การประชุม (Meeting), การสังเกต (Observation), การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน, การศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ, การศึกษาดูงาน, การฝึกงาน, การส่งไปศึกษา, การศึกษาทางไปรษณีย์ (Correspondence Study), การให้ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วย, การให้พัฒนาตนเอง, การจัดให้มีการแข่งขันเป็นกลุ่ม, การบรรยาย, การประชุมอภิปราย, การศึกษาจากกรณีศึกษาตัวอย่าง, การสาธิต, การสร้างสถานการณ์จำลอง, การสัมมนา, การระดมความคิดเห็น ฯลฯ สอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล (2547) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรม (Training) หมายถึงกระบวนการหรือกิจกรรมที่ทำให้บุคคลในองค์กรได้รับความรู้และพัฒนาทักษะและทัศนคติที่จำเป็นในการทำงานปัจจุบัน โดยการเรียนรู้หรือฝึกฝนเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบด้วยความชำนาญและคล่องแคล่ว ในขณะที่การพัฒนา (Development) หมายถึงกระบวนการที่บุคคลเรียนรู้ทักษะและได้รับประสบการณ์ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่เฉพาะในงานปัจจุบันแต่รวมไปถึงงานในอนาคต

การพัฒนาเป็นการเตรียมการให้พนักงานมีความรู้ความสามารถและทักษะมากขึ้น เพื่อให้มีโอกาสเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งหรือเจริญก้าวหน้าต่อไป

ตารางที่ 2 แสดงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่อพนักงานและองค์กร

ประโยชน์ต่อพนักงาน	ประโยชน์ต่อองค์กร
- มีความมั่นใจว่ามีทักษะที่ใช้ในการทำงานและสามารถปฏิบัติงานได้ดี	- สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- เพิ่มการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร	- ลดอัตราการเข้าออกงานของพนักงาน
- เปิดโอกาสให้สามารถพัฒนาอาชีพได้เจริญก้าวหน้า	- ลดอัตราการขาดงาน
- เพิ่มโอกาสได้รับการศึกษาอบรมและพัฒนาตนเอง	- ทำให้การปฏิบัติงานในองค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น
- ได้รับการกระจายอำนาจหน้าที่ในการทำงานมากขึ้น	- เกิดการประหยัดทรัพยากรและลดการสูญเสียที่ไม่จำเป็น
- มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตามความสนใจ	- รักษาระดับความจงรักภักดีของพนักงานและจงใจพนักงานในการทำงานมากขึ้น
- ได้รับความรู้ ทักษะที่ทันสมัย	- รักษาระดับและปรับปรุงคุณภาพของกรบริการ
- เพิ่มระดับความพึงพอใจในการทำงาน	- ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น และทำให้อุทธิกริจะมีผลกำไรเพิ่มขึ้นตามมา
- ปฏิบัติงานผิดพลาดน้อยลง	- มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยสำหรับลูกค้าและพนักงาน
- ลดความเสี่ยงในด้านสุขภาพและความปลอดภัย	
- ทำให้มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี มีขวัญและกำลังใจการทำงาน	

ที่มา: ราณี อธิชัยกุล, 2547

2.2.1.3 หลักการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

หลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการนำศักยภาพของแต่ละบุคคลมาใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสร้างให้แต่ละบุคคลเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ตลอดจนเกิดความตระหนักในคุณค่าของตนเอง เพื่อนร่วมงานและองค์กร เมื่อพิจารณา พบว่า ยุคปัจจุบันนี้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : HRD) ถือเป็นภารกิจสำคัญของแทบทุกองค์กรไปแล้ว เพราะบุคลากรนั้นคือหัวใจสำคัญที่สุดที่จะทำองค์กรนั้นมีศักยภาพที่ดีขึ้นได้หรือไม่ ซึ่งหลักการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นมีสิ่งน่าสนใจดังนี้ Werner & Desimone (2006)

1. ประเมินสถานการณ์ตลอดจนความต้องการที่ถูกต้องและแท้จริง (Real Situations and Needs Assessments) การเริ่มต้นที่ถูกทิศทาง ทำให้เราเดินไปถึงเป้าหมายได้อย่างยอดเยี่ยม ดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : HRD) ที่ดีควรเริ่มต้นที่การศึกษาตลอดวิจัยข้อมูลในด้านนี้อย่างจริงจัง เพื่อให้ได้ข้อมูลรูปที่ถูกต้อง และวางแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้ตรงกับเป้าหมายที่ต้องการ ในขั้นตอนนี้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลในหลายองค์กรมักมองข้าม อาจคิดเอง ประเมินผลเอง โดยไม่มีการสำรวจข้อมูลมาก่อนทางที่ดีที่สุดควรทำการสำรวจถึงข้อเท็จจริงอย่างจริงจัง อาทิ ปัญหาที่เกิดขึ้นสำหรับการทำงานในขณะนั้นตามสถานการณ์นั้นๆ หรือ ทักษะไหนที่จำเป็นเร่งด่วนที่สุดสำหรับการทำงานในตอนนี้เป็นต้น โดยการสำรวจและประเมินผลความต้องการที่แท้จริงนั้นอาจทำได้จากการสร้างแบบสอบถามพนักงาน, การเรียกพนักงานมาสัมภาษณ์, การทำไฟกัสน์รูปของแผนกต่างๆ, ไปจนถึงการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องที่สุด เพื่อที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะได้นำไปออกแบบแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ดีที่สุดเช่นกัน ตลอดจนสามารถประเมินความสามารถในการทำงานปัจจุบัน (Actual Performance) กับ ความสามารถที่องค์กรคาดหวัง (Desired Performance) ว่าตรงกันหรือไม่ หรือควรวางแผนพัฒนาอย่างไรให้ไปในทางที่เหมาะสม

2. ออกแบบวิธีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Development Programs Design) ถึงแม้ว่าเราจะมีข้อมูลที่ดีสำหรับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพียงไร แต่หากใช้วิธีการพัฒนาที่ไม่ถูกต้องหรือเหมาะสมแล้ว ก็อาจทำให้ผลลัพธ์ที่ได้นั้นสูญเปล่าหรือไม่ตอบโจทย์ได้เช่นกัน กระบวนการออกแบบวิธีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นี้จึงเป็นขั้นตอนสำคัญไม่แพ้การหาข้อมูลที่ต้องตามความเป็นจริง หากฝ่ายทรัพยากรบุคคลได้ข้อมูลที่ดีมาแล้วก็ย่อมต้องวางแผนออกแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ดีขึ้นไปด้วย อย่างเช่นหากเรารู้ว่าปัญหาของฝ่าย IT

บริษัทคือการใช้โปรแกรมที่ไม่ทันสมัย เราก็ควรจัดคอร์สอบรมเพิ่มเติมในการเรียนรู้โปรแกรมให้ทันตามโลกด้วย ไม่ใช่เลือกอบรมในโปรแกรมเดิมซ้ำไปซ้ำมา หรือเลือกโปรแกรมอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง รวมถึงเลือกคอร์สเรียนที่ราคาถูกแต่โปรแกรมนั้นไม่ได้เป็นประโยชน์ตลอดจนไม่มีประสิทธิภาพสำหรับองค์กร เป็นต้น ซึ่งก่อนที่จะออกแบบวิธีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละอย่างนั้น ฝ่ายทรัพยากรบุคคลควรที่จะกำหนดวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้เสียก่อน แล้วจึงค่อยลงรายละเอียดไปที่วิธีการต่างๆ ควรรู้ว่าควรที่จะพัฒนาทักษะที่มีอยู่ให้เข้มข้นขึ้น, หรือควรที่จะพัฒนาทักษะใหม่ๆ เพิ่มเติม หรือแม้แต่พัฒนาในสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องมาก่อน แต่เป็นประโยชน์สำหรับการทำงานในเวลานี้ เป็นต้น รวมถึงการออกแบบโปรแกรมการเรียนรู้ที่เหมาะสมให้กับพนักงานด้วย

3. การประเมินผล (Evaluation) การประเมินผลนั้นเป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ นอกจากเราจะรู้ว่าวิธีการที่เราเลือกนำมาใช้นั้นมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับการนำมาใช้กับบุคลากรของเราหรือไม่ ฝ่ายทรัพยากรบุคคลเองก็จะได้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญขององค์กรด้วย การประเมินผลนั้นควรทำทั้งในส่วนของโปรแกรมการพัฒนาต่างๆ ไปจนถึงผู้เรียน (พนักงาน) เอง และควรเริ่มประเมินผลตั้งแต่วันแรกที่เริ่มโปรแกรมไปจนกระทั่งวันสุดท้ายที่สิ้นสุดการอบรม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด และดีที่สุด เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาศักยภาพพนักงานและองค์กรต่อไปด้วย

4. สรุปและแจ้งผล (Conclusion and Feedback) หากเสร็จสิ้นกระบวนการแล้ว ควรทำสรุปผลต่างเพื่อเป็นฐานข้อมูลของบุคคลนั้นๆ ตลอดจนเป็นฐานข้อมูลสำคัญขององค์กร ขณะเดียวกันก็ควรที่จะแจ้งผลสรุปในกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละครั้งไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย ตั้งแต่ผู้เข้ารับการฝึกฝน, หัวหน้างาน, หรือแม้กระทั่งผู้บริหารองค์กรเองก็ตาม ทั้งนี้ เพื่อเป็นการรู้ความก้าวหน้าตลอดจนศักยภาพของแต่ละคน รวมถึงประเมินความสำเร็จของฝ่ายทรัพยากรบุคคลเองด้วย และประสิทธิผลที่เกิดขึ้นว่ามีคุณค่าต่อองค์กรหรือเปล่า การสรุปและแจ้งผลนี้ไม่ใช่การจับผิดหรือตำหนิติเตียนแต่เพื่อเป็นการรู้แนวทางในการพัฒนาตนเองต่อไปได้ด้วย

2.2.1.4 ประโยชน์ของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

1. ช่วยพัฒนาทักษะตลอดจนองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้กับพนักงาน ทำให้พนักงานเกิดความก้าวหน้าในสายงาน

2. ทำให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น

3. ช่วยเพิ่มมาตรฐานการทำงานให้กับองค์กร

4. ทำให้พนักงานรักในงานที่ทำมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเห็นคุณค่า ประโยชน์ รวมถึงพัฒนาการในการทำงาน และสร้างคุณค่าให้กับพนักงานตลอดจนงานที่ทำได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

5. พนักงานสามารถค้นพบการแก้ปัญหาต่างๆ ได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนอาจค้นพบความสามารถในการทำงานของตัวเองได้มากขึ้นอีกด้วย

6. ช่วยสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี สร้างความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม รวมถึงช่วยให้ระบบการทำงานแบบองค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย

7. สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีได้ เป็นวัฒนธรรมองค์กรแห่งการพัฒนาศักยภาพ และช่วยสร้างเป้าหมายที่ดีให้กับองค์กรเพื่อผลักดันให้องค์กรมุ่งสู่ความสำเร็จที่ดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ

8. สร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานในองค์กร ตลอดจนปรับปรุง เปลี่ยนแปลง บทบาทและหน้าที่ของการทำงานให้ดียิ่งขึ้นได้

9. ช่วยให้องค์กรสามารถเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับพนักงาน ตลอดจนการพัฒนาองค์กรในรูปแบบต่างๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาบุคคลากรในอนาคตได้

10. สร้างอนาคตให้กับพนักงานในองค์กร รวมถึงองค์กรเอง

2.2.1.5 สถานการณ์ทรัพยากรมนุษย์ในยุคศตวรรษที่ 21

ยุคศตวรรษที่ 21 เป็นยุคที่โลกและสังคมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมาก ในขณะเดียวกันโลกทั้งโลกต่างก็เชื่อมต่อกันได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ประชากรแต่ละประเทศต่าง กลายเป็นประชากรโลกที่แทบจะรับรู้เรื่องราวต่างๆ ตลอดจนมีพฤติกรรมคล้ายกัน แล้วมนุษย์นี้แหละคือบุคคลากรสำคัญในการขับเคลื่อนโลกใบนี้ ในส่วนขององค์กรต่างๆ ก็เช่นกัน เริ่มเห็นถึงความสำคัญว่าทรัพยากรบุคคลของตนนี้แหละที่มีส่วนสำคัญอย่างมากในการพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้า ดังนั้นเราจึงเห็นการใส่ใจบริหารทรัพยากรมนุษย์กันอย่างเอาใจจริงเอาใจ ซึ่งหากมนุษย์มีศักยภาพที่เพิ่มขึ้นแน่นอนว่าองค์กรตลอดจนโลกใบนี้ก็ล้วนแล้วแต่ได้รับผลประโยชน์ไปพร้อมๆ กัน หนึ่งใน การเคลื่อนไหวที่น่าสนใจนั้นก็คือการเกิด องค์กรความร่วมมือเพื่อทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (Partnership for 21st Century Skills : P21) ซึ่ง P21 นี้เป็นเครือข่ายที่ร่วมมือกัน ตั้งแต่หน่วยงานรัฐไปจนถึงบริษัทเอกชนของอเมริกาในการร่วมกันพัฒนา “ทักษะแห่งอนาคตใหม่” เพื่อที่จะสร้างบุคคลากรที่เหมาะสมกับศตวรรษที่ 21 นั้นเอง ในส่วนของเมืองไทยเองก็เริ่มหันมาใส่ใจพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของชาติ นี่เป็นการตอบสนองต่อข้อเท็จจริงที่ว่า การพัฒนาเศรษฐกิจได้สูญเสียความสำคัญและมุ่งไปที่การปรับปรุงคุณภาพชีวิตแทนตลอดจนเพิ่มศักยภาพของคนในชาติให้เพิ่มขึ้น ซึ่งนั่นส่งผลให้องค์กรต่างๆ ต่างก็เริ่มหันมาใส่ใจในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างจริงจังเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายพัฒนาประเทศด้วย และยังคงให้ความสำคัญกันเรื่อยมาจนถึงทุกวันนี้ ซึ่งเทรนด์ของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นี้ก็ยังเป็นสิ่งที่ทั่วโลกให้

ความสำคัญไม่แพ้กันอีกด้วย หลายองค์กรต่างแข่งขันพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคลของตนจนเป็นผลสำเร็จให้เห็นมาแล้วมากมาย และทรัพยากรมนุษย์นี้แหละคือปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงขับเคลื่อนโลกใบนี้นั่นเอง

ศตวรรษที่ 21 นี้ถือเป็นยุคที่เรียกว่า Information Age หรือ Digital Age ซึ่งเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดดนั้นทำให้โลกใบนี้เปลี่ยนแปลงว่องไวมากขึ้น รวมไปถึงเรื่องของธุรกิจที่มีการเปลี่ยนรูปแบบมากมาย ตลอดจนองค์กรต่างๆ เองก็มีการปรับตัวตามกระแสให้ทันเช่นกัน ในยุคดิจิทัลนี้เราเริ่มได้เห็นศัพท์แปลกๆ ตลอดจนองค์ความรู้ใหม่ๆ มากมาย เริ่มตั้งแต่ Digital Transformation หรือการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อหลายสิ่งและหลายส่วนแล้วเทคโนโลยีเองก็เริ่มเข้ามามีบทบาทในสิ่งต่างๆ มากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วย อีกหนึ่งประโยคที่เรามักได้ยินบ่อยๆ ในช่วงนี้ก็คือ Disruptive World หรือแม้แต่ Career Disruption การปฏิบัติทางอาชีพ ตลอดจนการปฏิรูปองค์กรขนาดใหญ่ที่เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง นั้นทำให้ไม่ว่าจะอาชีพใด หรือธุรกิจประเภทไหน ต่างก็ได้รับผลกระทบและต้องปรับตัวทั้งหมด นั้นรวมถึงฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ (HR) ที่องค์กรจำนวนมากทั้งในต่างประเทศและเมืองไทยต่างก็เริ่มขยับตัวปรับเปลี่ยนให้ก้าวสู่ยุค Digital HR หรือ AIHR ที่เริ่มนำเทคโนโลยี AI มาใช้กับงานด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์กันแล้ว ซึ่งหากมองในแง่ดีแล้วยุคดิจิทัลนี้จะทำให้ฝ่าย HR ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย ซึ่งหนึ่งในกระบวนการที่ถูกนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากที่สุดนั้นก็คือส่วนของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั่นเอง และปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นอย่างมาก และมีส่วนช่วยให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นี้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย หลายองค์กรเริ่มนำเอาเทคโนโลยีต่างๆ นี้มาใช้ ปรับปรุง พัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล (Human Resource Development in Digital Age) มีดังนี้

1. การปฐมนิเทศด้วยตนเองผ่านระบบดิจิทัล (Digital Self-Orientation) การปฐมนิเทศถือเป็นกระบวนการเริ่มต้นที่สำคัญสำหรับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพราะหากเริ่มต้นได้ถูกต้องย่อมทำให้ทำงานได้อย่างไม่ผิดพลาด ยุคก่อนการปฐมนิเทศแต่ละครั้งเป็นเรื่องใหญ่ขององค์กร และยิ่งองค์กรใหญ่เท่าไรก็มีความระมัดระวังในการจัดปฐมนิเทศพนักงานใหม่ได้น้อยเท่านั้น ยุค Digital HR นี้หลายองค์กรเริ่มปรับเปลี่ยนวิธีการมาเป็นการปฐมนิเทศด้วยตนเองผ่านระบบดิจิทัลเพื่อให้พนักงานทำความรู้จักตลอดจนเรียนรู้องค์กรและการทำงานเบื้องต้นด้วยตัวเอง เพื่อลดการเสียเวลา โดยพนักงานใหม่สามารถที่จะเรียนรู้ที่ไหนหรือเมื่อไรก็ได้ ทำให้องค์กรไม่ต้องเสียเวลามากในเรื่องการปฐมนิเทศเบื้องต้นนี้

2. ศูนย์การฝึกอบรมด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ (Online Self-Training Center) ปัจจุบันระบบการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์นั้นเติบโตและพัฒนาไปไว้มากหลายองค์กรพัฒนาศูนย์เรียนรู้และฝึกอบรมผ่านระบบออนไลน์ของตนเองเพื่อใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาศักยภาพของพนักงาน นอกจากนี้จะประหยัดเวลาเพราะผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้ตามความสะดวกโดยไม่จำกัดสถานที่และเวลาแล้ว ระบบนี้ยังทำให้องค์กรประหยัดงบประมาณได้จำนวนมากในระยะยาวอีกด้วย ซึ่งนี่คือหนึ่งในเครื่องมือที่ฝ่าย HR ควรรู้และนำไปใช้งานให้เกิดประโยชน์

3. ศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ (Online Self-Learning Center) นอกจากความรู้ที่เกี่ยวกับงานและองค์กรแล้ว ปัจจุบันหลายองค์กรยังส่งเสริมให้พนักงานได้มีโอกาสเรียนรู้เรื่องต่างๆ ที่นอกเหนือจากงานที่ตนสนใจด้วย นอกจากนี้จะช่วยเพิ่มทักษะใหม่ๆ หรือเติมองค์ความรู้ใหม่ๆ แล้ว พนักงานยังสามารถมีความรู้ติดตัวเพื่อไปประกอบอาชีพอื่นๆ หรือประกอบอาชีพเสริมในอนาคตได้ด้วย หรือแม้แต่พัฒนาศักยภาพที่ต้นอาจค้นพบใหม่ หลายองค์กรมักจัดการฝึกอบรมแบบนี้เพิ่มขึ้นเพื่อให้พนักงานได้ตื่นตัวในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และเป็นสวัสดิการเสริมให้กับพนักงาน ขณะเดียวกันหลายองค์กรก็เริ่มเชื่อมกับแหล่งเรียนรู้ออนไลน์อื่นๆ เพื่อเป็นสวัสดิการณให้พนักงานด้วยเช่นกัน ทั้งยังเป็นศูนย์การเรียนรู้แบบตลอดชีวิตที่ไม่จำกัดรูปแบบและความสนใจ ซึ่งช่วยพัฒนาศักยภาพของพนักงานในองค์กรได้ดีอย่างไม่น่าเชื่ออีกด้วย

สรุปจากการศึกษาแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สรุปได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีจุดมุ่งหมายในการที่จะเพิ่มความรู้ ทักษะ และเจตคติในการปฏิบัติ โดยวิธีการฝึกอบรม การให้การศึกษา และการพัฒนา เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพการทำงานขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต อันจะก่อให้เกิดผลดีต่อองค์กรเองและต่อพนักงาน องค์กรจะได้ประโยชน์ในด้านผลผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่วนพนักงานจะได้ประโยชน์ในด้านความเจริญก้าวหน้าในอาชีพ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคปัจจุบัน ที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก และมีส่วนช่วยให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นี้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย หลายองค์กรเริ่มนำเอาเทคโนโลยีต่างๆ นี้มาใช้ ปรับปรุง พัฒนาให้ดียิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเรื่องของความรู้ ทักษะ และเจตคติในการปฏิบัติงานยังเป็นสิ่งพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการทำงานของทรัพยากรมนุษย์ หากแต่ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปมนุษย์จำเป็นต้องมีการพัฒนาและเพิ่มพูนสมรรถนะต่างๆ ให้สอดคล้องกับงานและเป้าหมายขององค์กร โดยในหัวข้อถัดไปจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดสมรรถนะเพื่อให้ทราบถึงหลักการและการพัฒนาสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์แห่งอนาคตต่อไป

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ

2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะเริ่มตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1970 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน แต่ในส่วนของงานนิยามที่ได้รับการยอมรับเชื่อถือมากที่สุดคือ การนิยามของต้นกำเนิดแนวความคิดอย่าง David C. McClelland (1970) โดยกล่าวว่า สมรรถนะ (Competency) หมายถึง บุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายในปัจเจกบุคคล ซึ่งสามารถผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานที่ตนรับผิดชอบ ในปัจจุบันมีการสรุปความที่ลงรายละเอียดเพิ่มขึ้น สมรรถนะ (Competency) ก็คือ ความรู้ (Knowledge), ทักษะ (Skill) ตลอดจน คุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristic of Attributes) ที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งจำเป็นและมีผลทำให้บุคคลนั้นปฏิบัติงานที่อยู่ในความรับผิดชอบได้ดียิ่งขึ้น และเหนือผู้อื่น หรือเหนือกว่าเกณฑ์รวมถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยสมรรถนะนั้นเกิดได้จาก 1. ประสบการณ์ที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด 2. ประสบการณ์การทำงานที่สั่งสมมา 3. การฝึกอบรมพัฒนาต่างๆ การพัฒนาสมรรถนะ (Competency) ฝ่ายทรัพยากรบุคคล (HR) เป็นหนึ่งในงานสำคัญที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคล (HR) ของบริษัทต้องการทำให้บริษัทประสบความสำเร็จมากที่สุด ทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญเนื่องจากสามารถช่วยให้บริษัทได้เปรียบในการแข่งขันเหนือองค์กรอื่นๆ David C. McClelland ได้ทำการศึกษาอย่างจริงจังจนเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เขาเราเขียนบทความในวารสาร American Psychologist ชื่อ "การทดสอบความสามารถมากกว่าความฉลาด" การประเมินรูปแบบใหม่นี้เรียกว่า Behavioral Event Interview (BEI) เป็นเครื่องมือในการหาคนที่เก่งในการปฏิบัติงานเฉพาะด้าน เราเรียกสิ่งนี้ว่า "ความสามารถ" นั่นเอง และนั่นก็เป็นจุดเริ่มต้นที่คำนี้ถูกใช้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

ในปี ค.ศ.1982 ริชาร์ด โบยาตซีส (Richard Boyatzis, 1982) ได้เขียนหนังสือชื่อ The Competent Manager : A Model of Effective Performance และได้นิยามคำว่า competencies ความสามารถหลักคือทักษะหรือความสามารถที่ช่วยให้คุณประสบความสำเร็จในการทำงาน ความสามารถหลักมีความสำคัญเนื่องจากเป็นองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจ เป็นสิ่งที่คุณจำเป็นต้องรู้และต้องทำเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ อะไรได้บ้าง และอยู่ในระดับใด จึงทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงสุดตรงตามความต้องการขององค์กร เรื่อยมาจนถึงในปัจจุบัน องค์กรของเอกชนชั้นนำได้นำแนวคิดสมรรถนะไปใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารงานมากขึ้น และยอมรับว่าเป็นเครื่องมือสมัยใหม่ที่องค์กรต้องได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับต้น ๆ มีการสำรวจพบว่า มี 708 บริษัททั่วโลก มีความสนใจอย่างมากในการศึกษาแนวคิดของสิ่งนี้ เพราะดูเหมือนว่า

จะเป็นวิธีการทำสิ่งต่าง ๆ ที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก (พสุ เดชะรินทร์ 2546) แนวคิดของความสามารถหลักมีความสำคัญเนื่องจากจะช่วยให้การจัดการประสบความสำเร็จ หลายคนสนใจที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรับหลักการของความสามารถให้เข้ากับสถานการณ์ของตนเอง

2.3.1.1 ความหมายของสมรรถนะ

สำหรับความหมายของสมรรถนะมีการให้ความหมายไว้หลายนัย ดังจะยกตัวอย่างการให้ความหมายของนักวิชาการบางท่าน ดังนี้

David C. McClelland (1970) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า สมรรถนะ หมายถึง มีบางสิ่งที่คุณคนมักจะทำได้ดีกว่าสิ่งอื่นๆ และสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้พวกเขาทำงานได้ดีขึ้น

Boam and Sparrow (1992) ได้กล่าวว่า สมรรถนะ คือ กลุ่มของคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่บุคคลจำเป็นต้องมีในการปฏิบัติงานในตำแหน่งหนึ่ง ๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่ความรับผิดชอบประสบความสำเร็จ

Arnauld de Nadailac (2003) เพื่อให้มีประสิทธิภาพที่ดี คุณต้องดำเนินการบางอย่าง ซึ่งหมายความว่า คุณต้องรู้ว่าต้องทำอะไรและต้องทำอย่างไรเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ นี่คือนสิ่งที่ขับเคลื่อนความรู้ ทักษะการเรียนรู้ และทัศนคติ/คุณลักษณะหรือบุคลิกภาพที่ช่วยให้คุณเผชิญและแก้ไขปัญหาได้

สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ (2004) สมรรถนะก็คือ ชุดทักษะคือการรวบรวมความรู้ ทักษะ และความสามารถที่เกี่ยวข้องกันและสามารถช่วยให้คุณทำงานได้ดีขึ้น ชุดทักษะสามารถเกี่ยวข้องกับงานที่คุณต้องทำเพื่อทำงานของคุณ และสามารถวัดได้เพื่อดูว่าคุณทำงานได้ดีเพียงใดเมื่อเทียบกับคนอื่นๆ ในตำแหน่งของคุณ

เทือน ทองแก้ว (2560) สมรรถนะ คือ พนักงานที่ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีคุณลักษณะบางอย่างเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ คุณลักษณะที่จำเป็นต่อความสำเร็จในหน้าที่การงาน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณสมบัติต่างๆ เช่น ค่านิยม จริยธรรม บุคลิกภาพคุณลักษณะเด่น ๆ อะไร หรือลักษณะสำคัญ ๆ อะไรบ้าง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือสาเหตุที่ทำงานแล้วไม่ประสบความสำเร็จ เพราะขาดคุณลักษณะบางประการคืออะไร เป็นต้น จากที่กล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า สมรรถนะจึงเป็น ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นของบุคคลในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีผลงานได้ตามเกณฑ์หรือมาตรฐานที่กำหนดหรือสูงกว่า

2.3.1.2 ความสำคัญและประโยชน์ของสมรรถนะ

สมรรถนะ (Competency) ระบบ Competency เป็นเครื่องมือที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในโลกการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ผู้นำในบริษัทขนาดใหญ่เริ่มใช้ระบบ Competency เป็นพื้นฐานในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน ระบบนี้เป็นระบบ ต่อเนื่อง และทำให้พนักงานใช้ทรัพยากรของตนในทางที่ถูกต้อง อีกทั้งยังคุ้มค่ากับการลงทุน ดังนั้นระบบ Competency จึงมีความสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคลสำหรับองค์กร

1. เป็นเครื่องมือช่วยในการแปลงวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ วัฒนธรรม องค์กรและยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ขององค์กร มาสู่กระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล

2. เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความสามารถของบุคลากรในองค์กรอย่างมีระบบ ต่อเนื่องและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ วัฒนธรรมองค์กร และยุทธศาสตร์ขององค์กร

3. เป็นมาตรฐานการแสดงผลพฤติกรรมที่ดีในการทำงานของบุคลากร ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

4. เป็นพื้นฐานสำคัญของระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลในด้านต่าง ๆ ขององค์กร เช่น การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การพัฒนาบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาความก้าวหน้าทางอาชีพ การวางแผนการสืบต่อตำแหน่ง และการจ่ายผลตอบแทน เป็นต้น

ประโยชน์ของสมรรถนะ สามารถแบ่งได้ 4 ส่วน ดังนี้ 1. บุคลากร (Operators) 2. ผู้บริหารระดับหน่วยงาน (Director, Dean) 3. ผู้บริหารระดับสูง (Top Executive) 4. ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)

1. บุคลากร (Operators) Behavior Framework คือระบบมาตรฐานการวัดความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการทำงาน ช่วยให้พนักงานรู้ว่าพวกเขาอยู่ที่ไหนในการพัฒนาอาชีพ จุดแข็งและจุดอ่อนของพวกเขาคืออะไร และความสามารถใดที่พวกเขาต้องพัฒนาเพื่อให้ประสบความสำเร็จในงานของพวกเขา ระบบนี้เป็นระบบมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร ทุกคนสามารถเข้าใจและนำไปใช้วัดผลการปฏิบัติงานของตนเองและติดตามการพัฒนาในสายอาชีพได้

2. ผู้บริหารระดับหน่วยงาน (Director, Dean) สามารถให้ผู้บริหารระดับหน่วยงานรู้สมรรถนะ (ความรู้ ทักษะ รวมถึงคุณลักษณะ) กับบุคลากรในหน่วยงานของตนเอง จำเป็นต้องมีเพื่อให้การปฏิบัติงานในตำแหน่งนั้น ประสบความสำเร็จ บรรลุเป้าหมาย เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานของตนเป็นรายบุคคล และใช้เป็นเครื่องมือ

ในการพิจารณาสรรหาและคัดเลือกบุคลากรของหน่วยงานให้ตรงกับคุณสมบัติของตำแหน่งงานนั้น ๆ

3. ผู้บริหารระดับสูง (Top Executive) ทักษะการเชื่อมโยงช่วยให้คุณเห็นความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่างๆ เมื่อคุณเข้าใจว่าสิ่งต่างๆ เกี่ยวข้องกันอย่างไร คุณสามารถเปลี่ยนวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรมองค์กร และกลยุทธ์องค์กรได้ สิ่งนี้ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายการดำเนินงาน วิธีวัดสมรรถนะเป็นตัวขับเคลื่อนที่ช่วยให้คุณเข้าใจวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรมองค์กร และกลยุทธ์องค์กร สามารถใช้ประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของบุคลากรในองค์กรและจัดทำแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การวัดผลในระยะสั้นและระยะยาวสามารถใช้วัดผลการปฏิบัติงานขององค์กรได้อย่างเป็นระบบและชัดเจน

4. ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) ด้วยภาพรวมของสมรรถนะองค์กร สมรรถนะหลัก กับสมรรถนะตามกลุ่มงาน/สาย วิชาชีพของบุคลากรทุกตำแหน่งงาน สามารถวิเคราะห์ความจำเป็น การพัฒนา มีการฝึกอบรมบุคลากรในองค์กรได้ตรงตามความต้องการของบุคลากร กับหน่วยงาน ที่ใช้เป็นพื้นฐานในการบริหารทรัพยากรบุคคลในองค์กร อาทิเช่น การสรรหาและคัดเลือก การพัฒนาบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน การวางแผนสืบทอดตำแหน่ง การพัฒนาความก้าวหน้า ในสายอาชีพ การดูแลรักษาบุคลากร และการจ่ายผลตอบแทน เป็นต้น

2.3.1.3 องค์ประกอบของสมรรถนะ (Competency)

หลักตามแนวคิดของแมคเคิลแลนดมี 5 ส่วนคือ

1. ความรู้ (knowledge) คือ คุณจำเป็นต้องทราบข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องที่คุณกำลังศึกษาเพื่อที่จะประสบความสำเร็จ ข้อมูลนี้รวมถึงสิ่งต่างๆ เช่น ความรู้เกี่ยวกับเครื่องยนต์ เป็นต้น

2. ทักษะ (skill) คือ ทักษะที่จำเป็นในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ ทักษะที่ทำให้คุณถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น ทักษะที่เกิดจากการเรียนรู้ และทักษะที่คุณสามารถฝึกฝนได้ง่ายๆ

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (self – concept) คือ ทศนคติ ค่านิยม และความคิดเห็นของผู้คนเกี่ยวกับตนเองอาจเป็นไปในเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ ตัวอย่างเช่น บางคนอาจมั่นใจในรูปลักษณ์ของตนเองมาก หรืออาจมีความนับถือตนเองต่ำมาก

4. บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (traits) ความน่าเชื่อถือคือคุณภาพที่อธิบายถึงบุคคลหรือสิ่งที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ซึ่งหมายความว่าพวกเขาสามารถไว้วางใจให้

ทำในสิ่งที่พวกเขาบอกว่าจะทำ และพวกเขาได้รับความเคารพในความสามารถในการเป็นผู้นำ และตัดสินใจ

5. แรงจูงใจ / เจตคติ (motives / attitude) ความสำเร็จที่แสดงในภาพล้วนมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน พวกเขาช่วยอธิบายว่าทำไมผู้คนถึงมีพฤติกรรมที่มุ่งเน้นเป้าหมาย

อธิบายทฤษฎีภูเขาน้ำแข็งของ Dr. David McClelland เป็นการเปรียบเทียบบุคลิกของคนกับภูเขาน้ำแข็ง เพื่อมองถึงสมรรถนะของแต่ละบุคคลในการปฏิบัติงานในองค์กร กล่าวคือเป็นการเปรียบเทียบบุคลิกกับภูเขาน้ำแข็ง ส่วนที่อยู่เหนือน้ำนั้นเป็นส่วนที่สังเกตเห็นได้ง่าย เช่น ความรู้ และทักษะที่เรียนมา แต่ส่วนที่อยู่ใต้น้ำนั้นเป็นส่วนที่มีมากกว่า สังเกตและวัดได้ยากกว่า เช่น อุปนิสัย แรงจูงใจ ซึ่งในการทำงานนั้น การมีทักษะและความรู้ยังไม่พอที่จะทำให้การทำงานมีความโดดเด่น แต่จำเป็นจะต้องมีแรงผลักดันเบื้องลึกเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าในการทำงานนั่นเอง (อ้างอิงจาก The Iceberg Model (ซูซีย์ สมิทธิไกร, 2550))

1. ทักษะ หมายถึง สิ่งที่บุคคลรู้และสามารถทำได้เป็นอย่างดี เช่น ทักษะการอ่าน ทักษะการฟัง ทักษะในการขับรถ เป็นต้น

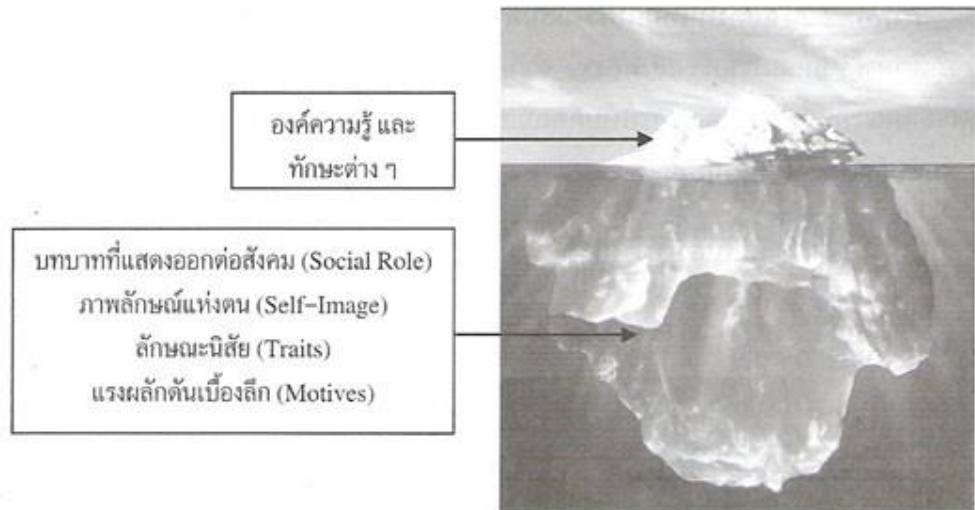
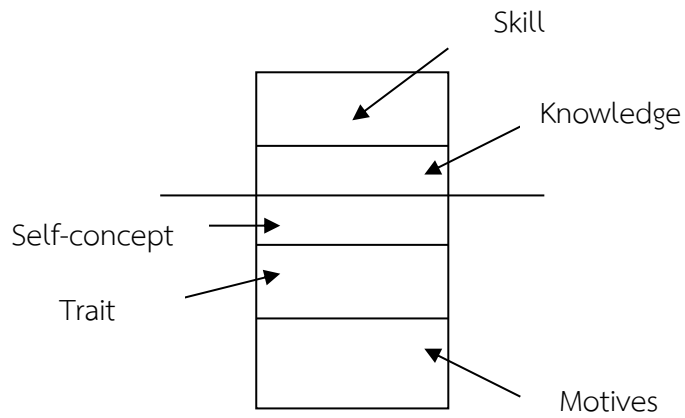
2. ความรู้ หมายถึง สิ่งที่บุคคลรู้และเข้าใจในหลักการ แนวคิดเฉพาะด้าน เช่น มีความรู้ด้านบัญชี มีความรู้ด้านการตลาด การเมือง เป็นต้น ส่วนที่อยู่ใต้น้ำ สังเกตเห็นได้ยาก

3. บทบาททางสังคม (Social Role) หมายถึง สิ่งที่บุคคลต้องการสื่อให้บุคคลอื่นในสังคมเห็นว่าตัวเขามีบทบาทอย่างไรต่อสังคม เช่น ชอบช่วยเหลือผู้อื่น เป็นต้น

4. ภาพพจน์ที่รับรู้ตัวเอง หมายถึง ภาพพจน์ที่บุคคลมองตัวเองว่าเป็นอย่างไร เช่น เป็นผู้นำ เป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นศิลปิน เป็นต้น

5. อุปนิสัย หมายถึง ลักษณะนิสัยใจคอของบุคคลที่เป็นพฤติกรรมถาวร เช่น เป็นคนมีน้ำใจ เป็นคนใจเย็น เป็นคนอ่อนน้อมถ่อมตน เป็นต้น

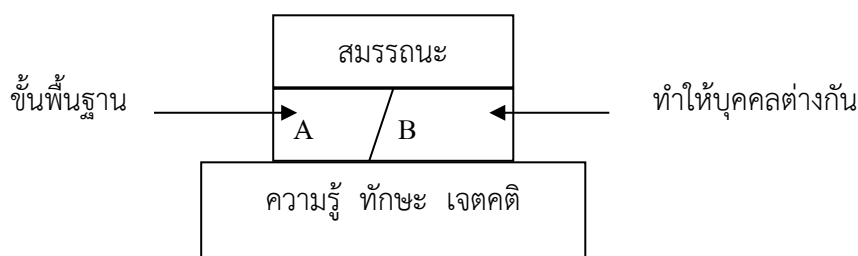
6. แรงกระตุ้น (Motive) หมายถึง พลังขับเคลื่อนที่เกิดจากภายในจิตใจของบุคคลที่จะส่งผลกระทบต่ออาการกระทำ เช่น เป็นคนที่มีความต้องการผลสำเร็จ การกระทำสิ่งต่าง ๆ จึงออกมาในลักษณะของการมุ่งไปสู่ความสำเร็จ (ณรงค์วิทย์ แสงทอง, 2547)



ภาพที่ 5 Iceberg Model ของสมรรถนะ

ทีมา (สุกัญญา รัตมีธรรมโชติ 2004 : 48)

จากภาพจะพบว่าทักษะและองค์ความรู้ (skill and knowledge) อยู่ส่วนบน หมายถึงว่า ทั้ง skill และ knowledge สามารถพัฒนาขึ้นได้ไม่ยาก จะโดยวิธีการศึกษาค้นคว้า หรือประสบการณ์ตรง และมีการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญจากแนวคิดของแมคเคิลแลนดั้น สกอตต์ บี พารี เห็นควรจะรวมส่วนประกอบที่เป็นความคิดเกี่ยวกับตนเอง คุณลักษณะและแรงจูงใจเข้าเป็นกลุ่มเรียกว่า คุณลักษณะ (attributes) ดังนั้นบางครั้งเมื่อพูดถึงองค์ประกอบของสมรรถนะจึงมีเพียง 3 ส่วนคือ ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ ซึ่งตามทัศนะของแมคเคิลแลนดั้น กล่าวว่ (สุกัญญา รัตมีธรรมโชติ 2004 : 48) สมรรถนะคือการรวมกันของความรู้ ทักษะ และทัศนคติ/แรงจูงใจที่ทำให้คุณสามารถทำสิ่งต่างๆ ได้สำเร็จ สามารถดูได้ในรูปที่ 6



ภาพที่ 6 สมรรถนะเป็นส่วนประกอบที่เกิดขึ้นมาจากความรู้ ทักษะ เจตคติ
ที่มา (R. E. Boyatzis, 2008)

จากภาพ ความรู้ ทักษะ และเจตคติไม่ใช่สมรรถนะแต่เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดสมรรถนะ ดังนั้นความรู้ใด ๆ จะไม่เป็นสมรรถนะ แต่ถ้าเป็นความรู้ที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดกิจกรรมจนประสบความสำเร็จถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของสมรรถนะ สมรรถนะในที่นี้จึงหมายถึงพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลงานสูงสุดนั้น ตัวอย่างเช่น ความรู้ในการขับรถ ถือเป็นความรู้ แต่ถ้านำความรู้มาทำหน้าที่เป็นผู้สอนขับรถ และมีรายได้จากส่วนนี้ ถือเป็นสมรรถนะ ในทำนองเดียวกัน ความสามารถในการก่อสร้างบ้านถือเป็นทักษะ แต่ความสามารถในการสร้างบ้านและนำเสนอให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง ได้ถือว่าเป็นสมรรถนะ หรือในกรณีเจตคติ / แรงจูงใจก็เช่นเดียวกันก็ไม่ใช่สมรรถนะ แต่สิ่งจูงใจให้เกิดพลังทำงานสำเร็จตรงตามเวลาหรือเรียกว่ากำหนด หรือดีกว่ามาตรฐานถือว่าเป็นสมรรถนะ สมรรถนะตามนี้ดังกล่าวยังต้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ (R. E. Boyatzis, 2008)

1. สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Threshold Competencies) หมายถึง ความรู้ หรือทักษะพื้นฐานที่จำเป็นของบุคคลที่ต้องมีเพื่อให้สามารถที่จะทำงานที่สูงกว่า หรือ ซับซ้อนกว่าได้ เช่น สมรรถนะในการพูด การเขียน เป็นต้น
2. สมรรถนะที่ทำให้เกิดความแตกต่าง (Differentiating Competencies) หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีผลการทำงานที่ดีกว่าหรือสูงกว่ามาตรฐาน สูงกว่าคนทั่วไปจึงทำให้เกิดผลสำเร็จที่แตกต่างกัน

2.3.1.5 ประเภทของสมรรถนะ

การจัดแบ่งประเภทของสมรรถนะนั้น มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ทรรศนะที่หลากหลาย ดังนี้ ณรงค์วิทย์ แสนทอง (2546: 259) แบ่งสมรรถนะเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. สมรรถนะหลัก (Core competency) หมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพของคนในองค์กรสะท้อนถึงทักษะ ความรู้ ทักษะ ทักษะ ความเชื่อ และลักษณะนิสัยที่จะช่วยให้องค์กรบรรลุพันธกิจและวิสัยทัศน์

2. สมรรถนะตามสายงาน (Job competency) หมายถึง บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ทำให้คนๆ หนึ่งแตกต่างจากคนอื่น ๆ และเป็นตัวกำหนดว่าพวกเขาจะทำได้ดีเพียงใดในตำแหน่งงานหนึ่งๆ มันสามารถมีอิทธิพลต่อการแสดงของพวกเขาได้ดี และบางครั้งผู้คนก็มีลักษณะบุคลิกภาพที่ทำให้พวกเขาทำบางสิ่งได้ดีกว่าสิ่งอื่นๆ

3. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal competency) หมายถึง สิ่งที่ทำให้บางคนเป็นผู้ปฏิบัติงานที่ดีนั้นสะท้อนถึงสิ่งทีพวกเขาเชื่อ รู้ และถนัด

จิรประภา อัครบวร, 2549 กล่าวว่า สมรรถนะในตำแหน่งหนึ่ง ๆ ประกอบด้วย

1. สมรรถนะหลัก คือ พฤติกรรมที่ดี ที่ทุกคนในองค์กรต้องมี เพื่อแสดงถึงวัฒนธรรมและหลักนิยมขององค์กร

2. สมรรถนะบริหาร คือ คุณสมบัติ ความสามารถด้านการบริหารที่บุคลากรในองค์กรทุกคนจำเป็นต้องมี ในการทำงาน เพื่อให้งานสำเร็จและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์วิสัยทัศน์ขององค์กร

3. สมรรถนะเชิงเทคนิค คือ ทักษะ ด้านวิชาชีพที่จำเป็นในการนำไปปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งจะแตกต่างกันตามลักษณะงาน โดยสามารถจำแนกได้ 2 ส่วนย่อย ได้แก่ สมรรถนะเชิงเทคนิคหลัก และสมรรถนะเชิงเทคนิคเฉพาะ

เทียน ทองแก้ว, 2550 กล่าวว่า ประเภทของสมรรถนะมี 5 ประเภท คือ

1. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) หมายถึง สมรรถนะส่วนตัวที่แต่ละบุคคลมีเป็นความสามารถเฉพาะบุคคล ยากต่อการลอกเลียนแบบได้

2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) หมายถึง สมรรถนะของบุคคลกับความสามารถในการทำงานตามตำแหน่งที่ได้รับ เป็นบทบาทเฉพาะตัว

3. สมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) หมายถึง ความสามารถพิเศษที่ต้องการเฉพาะองค์กรนั้น ๆ

4. สมรรถนะหลัก (Core Competencies) หมายถึง เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย บุคลากรต้องมีทักษะและความรู้ที่เหมาะสม

5. สมรรถนะในการทำงาน (Functional Competencies) หมายถึง บางคนมีชื่อตำแหน่งงานต่างกัน แต่อาจมีความสามารถเหมือนกัน ขึ้นอยู่กับหน้าที่ที่รับผิดชอบต่างกัน

ตัวอย่างเช่น คนที่เป็นนักวิทยาศาสตร์อาจจะเก่งคณิตศาสตร์ ในขณะที่คนที่เป็นครูก็อาจจะเก่งภาษาอังกฤษเช่นกัน สิ่งสำคัญคือต้องรู้ว่าความสามารถเฉพาะของแต่ละคนคืออะไร เพื่อให้พวกเขามีโอกาสประสบความสำเร็จมากที่สุด

1. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) หมายถึง แต่ละคนมีความสามารถเฉพาะตัวที่คนอื่นเลียนแบบไม่ได้ เช่น จา พนม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการป้องกันตัวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ต้มยำกุ้ง เป็นนักแสดงภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง และบางคนมีพรสวรรค์โดยธรรมชาติในด้านดนตรี กายกรรม และกรีฑา ความสามารถเหล่านี้ลอกเลียนแบบได้ยาก และมักจะต้องใช้ความพยายามอย่างมากหรือความพยายามเป็นพิเศษในการปรับปรุง นอกจากนี้ บางคนมีความรู้ ทักษะ และความสามารถเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครตั้งแต่แรกเกิด คนอื่นพัฒนาพวกเขาไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะมีความชำนาญมาก

2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) หมายถึง สมรรถนะของบุคคลกับการทำงานในตำแหน่ง หรือบทบาทเฉพาะตัว เช่น อาชีพนักสำรวจ ก็ต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ตัวเลข การคิดคำนวณ ความสามารถในการทำบัญชี เป็นต้น

3. สมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) หมายถึง ความสามารถพิเศษเฉพาะองค์กรนั้นเท่านั้น เช่น บริษัท เนชั่นเนล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่มีความสามารถในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือบริษัทฟอร์ด (มอเตอร์) จำกัด มีความสามารถในการผลิตรถยนต์ เป็นต้น หรือ บริษัท ที โอ เอ (ประเทศไทย) จำกัด มีความสามารถในการผลิตสี เป็นต้น

4. สมรรถนะหลัก (Core Competencies) หมายถึง ความสามารถสำคัญที่บุคคลต้องมี หรือต้องทำเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เช่น พนักงานเลขานุการสำนักงานต้องมีสมรรถนะหลัก คือ การใช้คอมพิวเตอร์ได้ ติดต่อประสานงานได้ดี เป็นต้น หรือ ผู้จัดการบริษัท ต้องมีสมรรถนะหลัก คือ การสื่อสาร การวางแผน และการบริหารจัดการ และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น หรือ การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถพื้นฐานทั่วไป ที่ตรงตามความต้องการหลักของบริษัทซึ่งกำหนดไว้เพื่อให้สอดคล้องและเป็นประโยชน์กับตำแหน่งหรืองานนั้นๆ

5. สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) หมายถึง ตำแหน่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน และบางคนมีความสามารถที่แตกต่างกันเพื่อตอบสนองความรับผิดชอบเหล่านั้น ตัวอย่างเช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจบางคนมีความสามารถในการสืบสวน ในขณะที่

คนอื่นๆ มีความสามารถในการปราบปราม ข้อกำหนดสำหรับตำแหน่งกำหนดไว้ในลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่องาน

นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีสมรรถนะอื่นๆที่สำคัญและมีประโยชน์ต่อการทำงาน โดยเฉพาะงานด้านอุตสาหกรรมจัดการงานธุรกิจอีเวนต์ต่างๆที่ต้องอาศัยการบริหารจัดการที่ดี และการทำงานเป็นทีม รวมถึงการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นแบบทันทีทันใด ได้แก่

1. สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการงานที่ปฏิบัติอยู่ รวมไปถึงการบริหารจัดการบุคคลที่เกี่ยวข้อง ประสานงานกับส่วนอื่น ตลอดจนมีทักษะในการรับคำสั่งและถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในบทบาทการเป็นผู้นำ รวมถึงรู้ถึงลักษณะการเป็นผู้ตามที่ดีด้วย สามารถบริหารจัดการสมาชิกในทีมได้เป็นอย่างดี มีไหวพริบในการแก้ปัญหาได้ว่องไว สร้างแรงจูงใจให้เกิดความร่วมมือร่วมใจตลอดจนเอาชนะอุปสรรคได้ และเป็นທີ່ปรึกษาทีมที่ดี

3. สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในประเภทธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่องค์กรประกอบธุรกิจอยู่ ซึ่งสามารถส่งเสริมให้การทำงานดียิ่งขึ้น และช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปสมรรถนะที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีทั้งหมด 8 สมรรถนะ ซึ่งประกอบไปด้วย 1.สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) 2.สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) 3.สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) 4. สมรรถนะหลัก (Core Competencies) 5.สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) 6. สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) 7.สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) 8.สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) (Hamel and Prahalad (1994), R. E. Boyatzis (1982), Blancero, Boroski and Dyer (1996) McLagan (1997), Jauhari (2006), Nolan (2010), Khongkhasawat (2005),

Akaraborworn (2006), Samithikrai (2009), Saentong (2003), Donna Fletcher, Julie Dunn, and Rosemary Prince. (2009), ณรงค์วิทย์ แสนทอง (2546), จิรประภา อัครบวร (2549), จิรประภา อัครบวร และกัลยาณี คุณณมี (2547), เทียน ทองแก้ว (2545), รัชณี รื่นเรือง (2548), วรางค์ศิริทรงศีล (2549), ธานินทร อุดม (2540), เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล (2543), ดนัย เทียนพุ่ม (2546),

ถำรงคค้กดี คงคศว้สดี (2548), สุก้ญญา รัศมีธรรมชอติ(2549), นุช ส้ทชำน้ตรมกค (2561); และ
ปรอิมกนกพัช วงศทวอ้รตน์ (2557)) ตมตวอรงสรूपกการสก้ดต้วแปรสมรรณนะท้วพยอกรมมนุษย์

ตวอรงท้อ 3 สรूपกการสก้ดต้วแปรสมรรณนะท้วพยอกรมมนุษย์

สมรรณนะท้วพยอกรมมนุษย์	สมรรณนะส่วนบ้คคค (Personal Competencies)	สมรรณนะเจพอจะงอ (Job Competencies)	สมรรณนะองค้การ (Organization Competencies)	สมรรณนะห้ล้ก (Core Competencies)	สมรรณนะอในงอ (Functional Competencies)	สมรรณนะทองดองอการจ้การ (Management Competency)	สมรรณนะดองอการบ้ล้ก (Leadership Competency)	สมรรณนะทองดองอการบ้ล้ก (Business Competency)
ผู้จ้								
Hamel and Prahalad(1994)	✓			✓				
R. E. Boyatzis (1982)	✓	✓	✓					
Blancero, Boroski and Dyer (1996)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
McLagan (1997)	✓	✓		✓	✓			
Jauhari (2006)	✓					✓		
Nolan (2010)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Khongkhasawat (2005)	✓	✓		✓	✓		✓	
Akaraborworn (2006)		✓		✓	✓			✓
Samithikrai (2009)				✓	✓	✓		
Saentong (2003)	✓	✓	✓					
Donna Fletcher, Julie Dunn, and Rosemary Prince. (2009)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ณรงค้วทอ้ง สอณทอง(2546)	✓	✓		✓	✓			
จอรประกอ อ้ครบวอ(2549)	✓	✓	✓	✓	✓			✓
จอรประกอ อ้ครบวอ และก้ลยอถอ คอณมอ (2547)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ทออง ทองแก้ว(2545)	✓	✓	✓	✓	✓			
ร้ชนอ รอองเรอ (2548)		✓		✓	✓	✓		
วอจค้ ศอรทองศอ (2549)	✓	✓		✓		✓	✓	✓
ถอนอทร อ้คค (2540)	✓	✓		✓	✓			
คชอ คชอว้คณนอทอศอ (2543)	✓	✓	✓	✓	✓			✓
คณอ เทอองพอสม (2546)	✓	✓	✓	✓	✓			✓

สมรรถนะทรัพยากรมนุษย์	สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)	สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)	สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)	สมรรถนะหลัก (Core Competencies)	สมรรถนะในงาน (Functional Competencies)	สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)	สมรรถนะด้านความเป็นผู้นำ (Leadership Competency)	สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)
ผู้วิจัย								
ธีรศักดิ์ คิงคาสวัสดิ์ (2548)	✓	✓		✓	✓			
สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ(2549)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
นุช สัทธาฉัตรมงคล (2561)	✓	✓	✓	✓	✓			✓
ปริมกนกพัช วงศ์ทวีรัตน์ (2557)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากการสกัดตัวแปรสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่ก่อให้เกิดสมรรถนะ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ หรือ ในการศึกษาด้านสมรรถนะในช่วงแรกเรียกสิ่งนี้ว่า เจตคติ ทักษะ หรือ คุณลักษณะ สำหรับการที่มาแบ่งแยกสมรรถนะของผู้วิจัย 2563 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (R. E. Boyatzis, 2008) 1. สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Threshold Competencies) หมายถึง ความรู้ หรือ ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นของบุคคลที่ต้องมีเพื่อให้สามารถที่จะทำงานที่สูงกว่า หรือ ซับซ้อนกว่าได้ เช่น สมรรถนะในการพูด การเขียน เป็นต้น และ 2. สมรรถนะที่ทำให้เกิดความแตกต่าง (Differentiating Competencies) หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีผลการทำงานที่ดีกว่าหรือสูงกว่ามาตรฐาน สูงกว่าคนทั่วไปจึงทำให้เกิดผลสำเร็จที่แตกต่างกัน

จากนั้นการแบ่งกลุ่มของสมรรถนะเริ่มมีความซับซ้อนและเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นตามการศึกษาด้านสมรรถนะที่มีความลุ่มลึก และมีการพัฒนาตามบริบทที่ทันสมัยมากขึ้น โดย ฌองส์ วิทท์ แสททอง (2546: 259) แบ่งสมรรถนะเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1. สมรรถนะหลัก (Core competency) ของบุคคลที่แสดงออกมาสะท้อนให้เห็นถึง ทักษะ ความรู้ ทักษะ ความเชื่อ และลักษณะนิสัยของคนในองค์การที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายตามพันธกิจ และวิสัยทัศน์ขององค์การได้ 2. สมรรถนะตามสายงาน (Job competency) หมายถึง ลักษณะ บุคลิกของคนที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ทักษะ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้ และอุปนิสัยที่จะช่วยส่งเสริมให้คนนั้น ๆ สามารถสร้างผลงานในการปฏิบัติงานตำแหน่งนั้น ๆ ได้สูงกว่ามาตรฐาน และ 3. สมรรถนะส่วน

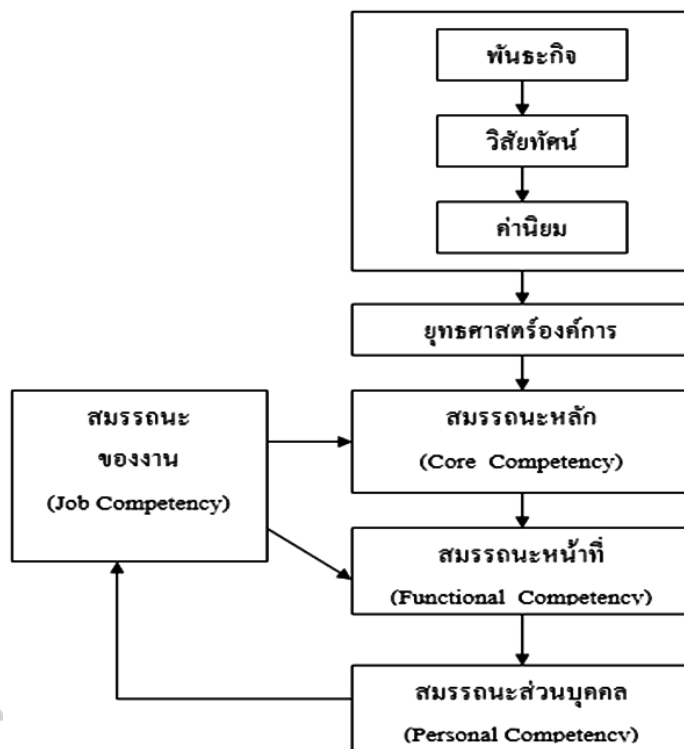
บุคคล (Personal competency) หมายถึง ลักษณะของคนที่สะท้อนให้เห็นถึง ทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และอุปนิสัยที่ทำให้บุคคลนั้นมีความสามารถทำงานได้โดดเด่นกว่าคนอื่น

โดยการศึกษารายงานของ จีระประภา อัครบวร, 2549 พบว่า สมรรถนะในตำแหน่งหนึ่ง ๆ จะต้องประกอบด้วย การมีทักษะ ความรู้ และคุณลักษณะ โดยแบ่งสมรรถนะออกเป็น 3 สมรรถนะ คือ 1. สมรรถนะหลัก คือ พฤติกรรมที่ดี ที่ทุกคนในองค์กรต้องมี เพื่อแสดงถึงวัฒนธรรมและหลักนิยมขององค์กร 2. สมรรถนะบริหาร คือ คุณสมบัติ ความสามารถด้านการบริหารที่บุคลากรในองค์กรทุกคนจำเป็นต้องมี ในการทำงาน เพื่อให้งานสำเร็จและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ขององค์กร และ 3. สมรรถนะเชิงเทคนิค คือ ทักษะ ด้านวิชาชีพที่จำเป็นในการนำไปปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งจะแตกต่างกันตามลักษณะงาน โดยสามารถจำแนกได้ 2 ส่วนย่อย ได้แก่ สมรรถนะเชิงเทคนิคหลัก และสมรรถนะเชิงเทคนิคเฉพาะ ต่อมา เทียน ทองแก้ว, 2550 แบ่งประเภทของสมรรถนะออกเป็น 5 ประเภท คือ 1. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) 2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) 3. สมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) 4. สมรรถนะหลัก (Core Competencies) และ 5. สมรรถนะในการทำงาน (Functional Competencies) เพื่อให้มีความละเอียดและแสดงถึงความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ ที่มีความจำเพาะในแต่ละประเภทสมรรถนะ

และจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในด้านอุตสาหกรรมอีเวนต์ พบว่า มี 3 สมรรถนะ ที่ควรให้ความสำคัญ และมีประโยชน์ต่อการทำงาน โดยเฉพาะงานด้านอุตสาหกรรมการจัดงานธุรกิจอีเวนต์ต่างๆที่ต้องอาศัยความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ประกอบด้วย 1. สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการงานที่ปฏิบัติอยู่ รวมไปถึงการบริหารจัดการบุคคลที่เกี่ยวข้อง ประสานงานกับส่วนอื่น ตลอดจนมีทักษะในการรับคำสั่งและถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในบทบาทการเป็นผู้นำ รวมถึงรู้ถึงลักษณะการเป็นผู้ตามที่ดีด้วย สามารถบริหารจัดการสมาชิกในทีมได้เป็นอย่างดี มีไหวพริบในการแก้ปัญหาได้ว่องไว สร้างแรงจูงใจให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ตลอดจนเอาชนะอุปสรรคได้ และเป็นที่ปรึกษาทีมที่ดี และ 3. สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในประเภทธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่องค์กรประกอบธุรกิจอยู่ ซึ่งสามารถส่งเสริมให้การทำงานดียิ่งขึ้น และช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงเป็นข้อสรุปของการสกัดตัวแปร 8

ตัวแปร ที่แสดงถึงแบ่งออกเป็น ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ที่มีความจำเป็นและสำคัญ จึงสรุป สมรรถนะที่สำคัญสำหรับทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต

2.3.1.4 การกำหนดสมรรถนะ

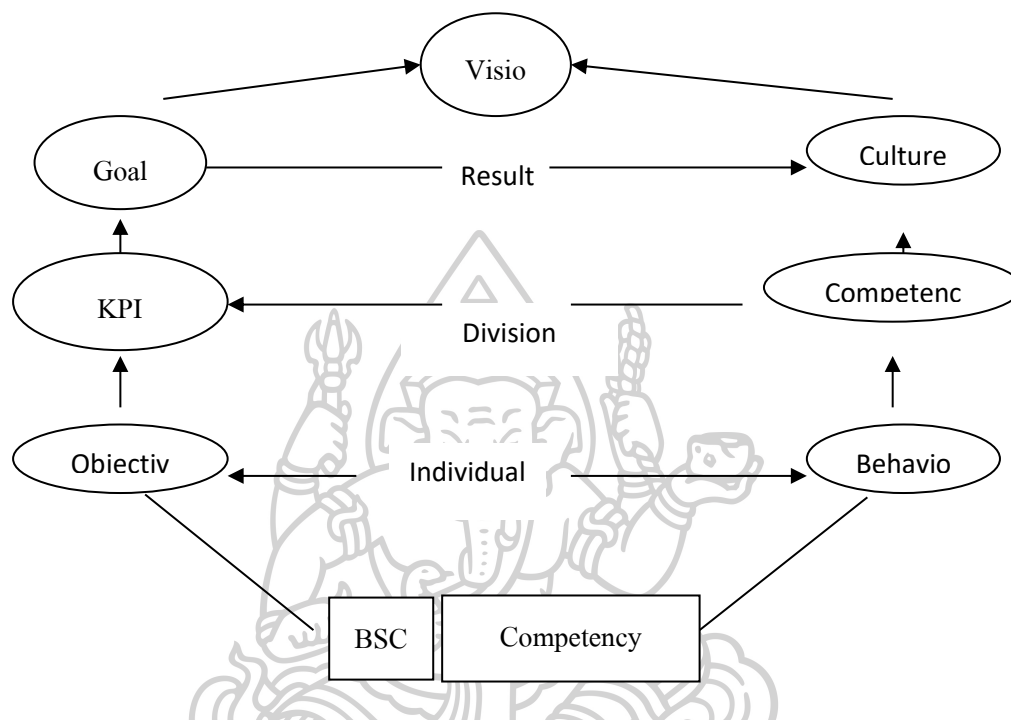


การกำหนดสมรรถนะ หรือการสร้างรูปแบบสมรรถนะ (competency model)

ที่มา (อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ 2547 : 62 ; สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ 2004 : 50 – 51 ; 58 – 59)

จากภาพจะเห็นความสอดคล้องไปในทิศทางที่ต่อเนื่องกันของสมรรถนะที่จะช่วยให้งานเป็นไปด้วยดี (alignment) กลยุทธ์ขององค์กรขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมขององค์กร สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดว่าองค์กรต้องการบรรลุเป้าหมายใด และทักษะและคุณลักษณะใดที่จำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว จากที่นี้กลยุทธ์ได้รับการพัฒนาโดยมุ่งเน้นไปที่ความสามารถหลักที่จะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ประการสุดท้าย การปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งในองค์กรจะพิจารณาจากความสามารถหลักของบุคคลสมรรถนะของบุคคลกับสมรรถนะหน้าที่จะไปในทางเดียวกัน งานต่าง ๆ ก็จะไปในทางเดียวกัน ถ้ามองในทิศทางกลับกัน สมรรถนะ

หลักจะมาจากสมรรถนะของแต่ละคน ดังนั้นถ้าจะให้ลึกลงในรายละเอียดสู่การปฏิบัติสามารถนำหลัก Balance Scorecard และหลักของการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (KPI) มาใช้ด้วยความสัมพันธ์ในระบบบริหารในภาพที่ 7



ภาพที่ 7 Performance Management System

ที่มา : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2545

ในการกำหนดสมรรถนะอาจกำหนดได้ในอีกแนวทางอื่น ๆ อีก เช่น การใช้ผลงานวิจัยมา กำหนดเป็นสมรรถนะ เช่น การสำรวจว่าการเป็นบุคคลมาดำรงตำแหน่ง หรือ ทำหน้าที่นั้น ๆ มี สมรรถนะหลักอะไรบ้าง ผลจากการวิจัยก็จะทำให้ได้สมรรถนะ ที่เรียกว่า Generic Model หรือ รูปแบบทั่วไปอีกประการหนึ่งอาจกำหนดสมรรถนะจากงานที่เรียกว่า Job / Task Analysis หมายถึง การกำหนดสมรรถนะโดยการวิเคราะห์ที่ตำแหน่งต่าง ๆ มาออกแบบสมรรถนะ ซึ่งเหมาะ สำหรับการคัดเลือกคนเข้ามาสู่งาน หรือการปรับปรุงผลผลิตใหม่ ก็กำหนดสมรรถนะของบุคคลที่ จะทำงานให้ได้ผลผลิตตามต้องการวิธีการกำหนดสมรรถนะในวิธีการหลักนี้จะรวดเร็ว และ สะดวก แต่จะไม่เห็นความเชื่อมโยงต่างกับรูปแบบแรกที่มีมองเห็นความเชื่อมโยง แต่จะเสียเวลา มาก และอาจหลงทางได้

ตัวอย่างสมรรถนะ 1. สมรรถนะส่วนบุคคล ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร ความมั่นใจตนเอง ความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างนวัตกรรม เป็นต้น 2. สมรรถนะของผู้จัดการ ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร การวางแผน และการบริหารงาน การทำงานเป็นทีม ความสามารถเชิงกลยุทธ์ ความสามารถด้านต่างประเทศ ความสามารถในการจัดการตนเอง เป็นต้น

2.3.1.5 การวัดสมรรถนะ

การวัดสมรรถนะทำได้ค่อนข้างลำบาก จึงอาศัยวิธีการ หรือใช้เครื่องมือบางชนิด เพื่อวัดสมรรถนะของบุคคล ดังนี้ (สุจิตรา ปทุมลังการ, 2552)

1. ประวัติการทำงานของคน ว่าทำอะไรบ้างมีความรู้ ทักษะ หรือความสามารถอะไร เคยมีประสบการณ์อะไรมาบ้าง จากประวัติการทำงานทำให้ได้ข้อมูลส่วนบุคคล เราสามารถประเมินสมรรถนะเบื้องต้นของบุคคลนั้นได้จากประวัติการทำงานส่วนบุคคล ตลอดจนรายละเอียดต่างๆ ที่กรอกไว้ ตั้งแต่การศึกษา, ความสามารถ, หน้าที่การงานที่ผ่านมา, ความสามารถพิเศษ, ไปจนถึงใบประกาศรับรองผลต่างๆ

2. ผลประเมินการปฏิบัติงาน (performance appraisal) ซึ่งจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานใน 2 ลักษณะ คือ

2.1 ผลการปฏิบัติที่เป็นเนื้องาน(task performance)เป็นการทำงานที่ได้เนื้องานแท้ ๆ การดูจากการลงมือปฏิบัติงานจริงจะเป็นสิ่งที่ทำให้เราเห็นความสามารถและประเมินสมรรถนะการทำงานของคนนั้นได้ดีที่สุดวิธีหนึ่งโดยต้องมีเกณฑ์ที่จะประเมินสมรรถนะอย่างชัดเจนและมีมาตรฐานด้วย

2.2 ผลงานการปฏิบัติที่ไม่ใช่เนื้องาน แต่เป็นบริบทของเนื้องาน (contextual performance) ได้แก่ ลักษณะพฤติกรรมของคนปฏิบัติงาน เช่น การมีน้ำใจเสียสละช่วยเหลือคนอื่น เป็นต้น หรือ ดูจากผลการประเมินการปฏิบัติงาน ทั้งจากหัวหน้างาน ตลอดจนผู้ที่มีอำนาจในการประเมินผล ซึ่งจะให้เห็นแนวความคิดที่หลากหลายว่ามองเห็นตรงกันหรือไม่ การประเมินนี้ควรอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริง ยุติธรรม ไม่อคติ และตรวจสอบได้ เป็นต้น

2.3 ผลการสัมภาษณ์ (interview) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ อาจจะเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง คือ กำหนดคำถามสัมภาษณ์ไว้แล้ว สัมภาษณ์ตามที่กำหนดประเด็นไว้ กับการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง คือ สอบถามตามสถานการณ์ คล้ายกับเป็นการพูดคุยกันธรรมดา ๆ แต่ผู้สัมภาษณ์จะต้องเตรียมคำถามไว้ในใจ โดยใช้กระบวนการสนทนาให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สบายใจ ให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพจริงมากที่สุด การสัมภาษณ์เป็นอีกวิธีการที่จะทำให้รู้ถึงสมรรถนะในการทำงานตลอดจนสมรรถนะที่ซ่อนอยู่ได้เช่นกัน การสัมภาษณ์

นี้อาจถามจากบุคคลนั้นโดยตรง หรือผู้ร่วมงานคนอื่นๆ ก็ได้ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริง ยุติธรรม ไม่อคติ โดยการสัมภาษณ์นี้อาจเป็นส่วนหนึ่งของวิธีประเมินผล หรืออาจเป็นการ สัมภาษณ์แยกออกมาที่ไม่เกี่ยวข้องกันก็ได้

2.4 ศูนย์ประเมิน (assessment center) จะเป็นศูนย์รวมเทคนิคการวัดทาง จิตวิทยาหลาย ๆ อย่างเข้าด้วยกัน รวมทั้งการสนทนากลุ่มแบบไม่มีหัวหน้ากลุ่มรวมอยู่ด้วยในศูนย์ นี้ ปัจจุบันมีศูนย์ที่จัดทำกรประเมินด้านจิตวิทยาตลอดจนสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มากมาย ซึ่งศูนย์ต่างๆ จะมีเครื่องมือในการวัดผล แบบประเมิน ตลอดจนวิธีการประเมินที่มี มาตรฐานสากล นำเชื่อถือ และแสดงผลอย่างชัดเจน ข้อมูลจากศูนย์ต่างๆ สามารถนำมาชี้วัด สมรรถนะได้เช่นกัน ทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่ต้องเป็นศูนย์ที่ได้มาตรฐานและมีเครื่องมือวัดที่ ได้รับความเชื่อถือ

2.5 360 degree feedback หมายถึง การประเมินรอบด้าน ได้แก่ การประเมิน จากเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และลูกค้า เพื่อตรวจสอบความรู้ ทักษะ และ คุณลักษณะ การเสนอแนะ (Feedback) แบบ 360 องศานี้อาจมีลักษณะคล้ายการสัมภาษณ์ แต่ จะมุ่งเน้นไปยังการเสนอแนะเรื่องการทำงานเพียงอย่างเดียวเท่านั้น และอาจเป็นผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงก็ได้ แต่ต้องหลากหลายมิติ ฟังความเห็นจากคนรอบทิศ ทั้งในส่วน ของผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ไปจนถึงผู้ร่วมงานในระดับเดียวกัน และบุคลากรจากแผนก อื่นๆ ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อดูความคิดเห็นแบบรอบทิศ หลากหลายมุม เพื่อนำมาประเมินได้ใน หลากหลายมิติ

และในปัจจุบันยังมีวัดสมรรถนะอีกรูปแบบหนึ่งคือที่กำลังได้รับความนิยม โดยเฉพาะในงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน อุตสาหกรรมอีเวนต์คือ การมอบหมายงานที่ทำ ทาย การมอบหมายงานที่ทำทายเป็นการวัดสมรรถนะที่ดีอีกวิธีหนึ่ง ซึ่งหลังจากมอบหมายงาน แล้วอาจวัดผลด้วยการประเมิน ตลอดจนวิธีการต่างๆ ที่เสนอมาข้างต้นก็ได้ แต่จุดประสงค์ของการ มอบหมายงานที่ทำทายนั้นก็คือการวัดสมรรถนะและศักยภาพที่แตกต่างจากงานเดิมๆ ที่ทำอยู่ หรือความสามารถที่ทุกคนคุ้นชินแล้ว แต่จะมุ่งเน้นไปยังการวัดสมรรถนะใหม่อีกด้านที่มีอยู่ในตัว บุคลากรคนนั้น หรือไม่ก็เป็นการท้าทายความสามารถใหม่ๆ ที่บุคลากรนั้นยังไม่เคยทำ เพื่อเป็น การสร้างสมรรถนะใหม่ให้เพิ่มขึ้นมาได้ด้วย

สรุป สมรรถนะ (Competency) เป็นปัจจัยในการทำงานที่เพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันให้แก่องค์กร โดยเฉพาะการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพราะสมรรถนะเป็นปัจจัยช่วยให้พัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อให้ส่งผลไปสู่การพัฒนา

องค์การองค์การต่าง ๆ จึงพยายามเอาสมรรถนะมาใช้เป็นปัจจัยในการบริหารองค์การในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาหลักสูตร การพัฒนางานบริการ หรือการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหาร สมรรถนะจึงเป็นแนวคิดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ให้ประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ในการสรรหา คัดเลือก พัฒนา และประเมินผลงานของบุคลากรได้ตรงวัตถุประสงค์ของตำแหน่งงานและองค์กรมากที่สุด ดังนั้นควรเปลี่ยนแปลงสมรรถนะเมื่อไร เมื่อองค์กรมีการเปลี่ยนแปลง วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ ค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กรใหม่ ดังนั้นเราก็ควรปรับปรุงสมรรถนะให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์พันธกิจ ยุทธศาสตร์ ค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อภารกิจ บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ และลักษณะงานของหน่วยงาน/องค์กร เปลี่ยนแปลง เมื่อบุคลากรสามารถแสดงพฤติกรรมในระดับนั้น ๆ หรือสมรรถนะนั้น ๆ ได้สมบูรณ์แล้ว การนำเรื่องสมรรถนะมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงควรมุ่งพัฒนาทรัพยากรบุคคลขององค์กร เป็นหัวใจสำคัญต้องมีการพิจารณาว่าบุคคลในองค์กรมีความสามารถอย่างไร จึงจะทำให้องค์กรเหนือกว่าคู่แข่งและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ สมรรถนะของพนักงานหรือบุคลากรในองค์กรจึงเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร สมรรถนะของพนักงานที่องค์กรต้องการสอดคล้องกับตำแหน่งงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงเป้าหมายขององค์กร การแสดงผลของสมรรถนะที่องค์กรต้องการ จึงเป็นการแสดงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของบุคลากรและบริษัททำงานร่วมกับธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกันเพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ของพวกเขามีคุณภาพสูงเหมือนกันกับของกันและกันทำให้อุตสาหกรรมนั้นมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่โดดเด่น เช่นเดียวกันกับในส่วนของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทยธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของอุตสาหกรรมอีเวนต์ที่สำคัญที่จะทำให้งานประสบความสำเร็จ ลูกค้า (Buyer) จะพิจารณาถึงความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบโต้วัตถุประสงค์การจัดงานขององค์กรหรือธุรกิจได้ ซึ่งให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการพิจารณาถึงความสามารถของบริษัทในการทำงานบรรลุผลสำเร็จ (Davidson & Cope, 2003) โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ ดังนี้

จากการศึกษาในประเด็นเรื่องขององค์ประกอบสมรรถนะ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการและพลเรือน (2550) เสนอประเภทของสมรรถนะตามมุมมองของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นข้อกำหนดการทำงานด้านต่างๆ ตามตำแหน่งหน้าที่ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ โดย สรร กลิ่นวิจิต และเวธกา กลิ่นวิจิต (2552) และ Sonntag & Schmidt-Rathjens (2004) ได้แบ่งประเภทของสมรรถนะหลักเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ ที่ประกอบไปด้วยองค์ความรู้และวิธีการได้มาซึ่งความรู้ ได้แก่ ข้อมูล ความเข้าใจใน

หลักการ แนวคิดต่างๆ ที่บุคคลพึงมีตามตำแหน่งในสายงานนั้นๆ 2) ด้านทักษะ แสดงผ่านระบบการทำงานที่เป็นอัตโนมัติ ภายใต้การใช้สมองควบคุมเพียงส่วนน้อย แต่การทำงานที่เป็นทักษะนี้เกิดจากการทำเป็นประจำ และเป็นกิจกรรมที่เกิดจากการรับรู้ ได้แก่ ความชำนาญ ความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน ซึ่งรวมถึงการใช้อวัยวะของร่างกายที่สามารถเคลื่อนไหวได้ และการใช้สมองเพื่อคิดสิ่งต่างๆ และ 3) ความสามารถอื่นๆแสดงออกผ่านการบริการ ได้แก่ สิ่งที่บุคคลสามารถรับรู้ สัมผัส หรือการแสดงพฤติกรรมต่างๆประกอบไปด้วยอุปนิสัย ทักษะ ค่านิยม และบทบาททางสังคม เป็นต้น สอดคล้องกับสุรชัย พรหมพันธุ์ (2554) ได้อ้างถึงสมรรถนะตามนิยามของ David McClelland ที่กล่าวว่าสมรรถนะคือ ผลการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ ประกอบด้วยความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะหรือพฤติกรรมที่แสดงออก รวมทั้งอ้างอิงองค์ประกอบสมรรถนะในความหมายของ Scott Parry ที่ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ และเพิ่มเติมองค์ประกอบที่ 4 จากการศึกษาของ ซูชัย สมितिไกร (2556) กล่าวว่าสมรรถนะหลักเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคคล อันประกอบด้วย 4 ประเภท ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ เช่น อุปนิสัย ทักษะ บุคลิกภาพ ซึ่งสามารถวัดได้ และสมรรถนะดังกล่าวต้องเหมาะสมกับวิสัยทัศน์ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์กร

และนอกจากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะจากนักวิชาการทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่า มีการศึกษาเรื่องของสมรรถนะอย่างกว้างขวางหลายแง่มุม ทั้งสมรรถนะหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ และยังมีการศึกษาเฉพาะเจาะจงลงไปในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในส่วนของข้อมูลฝั่งผู้ใช้บริการ (Demand Site) และผู้ให้บริการ (Supply Site) โดยมีผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

นุช สัทธาฉัตรมงคล (2561) ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์ ผลวิจัยพบว่า 1) อุตสาหกรรมไมซ์ต้องการแรงงานระดับปฏิบัติการในเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ 2) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับสมรรถนะหลัก โดยเห็นว่า หากบุคลากรมีสมรรถนะหลัก ทั้ง 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการก็จะสามารถทำงานได้ในทุกรูขุม径ของอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งนี้ สมรรถนะหลักปัจจุบันของบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์มีระดับปานกลางทุกด้าน และสมรรถนะหลักที่ต้องการมีระดับสูงถึงสูงมาก 3) การวิเคราะห์สมรรถนะ สมรรถนะที่มีช่องว่างสูงสุด คือ ด้านความรู้ รองลงมา คือ ด้านคุณลักษณะ และด้านทักษะ ตามลำดับ และ 4) แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของบุคลากรระดับปฏิบัติการ คือ การพัฒนาจากการศึกษาก่อนเข้าสู่การทำงาน ซึ่งในช่วงที่กำลัง

ศึกษาอยู่นั้น ด้านกระบวนการเรียนการสอนทำให้เกิดการพัฒนาในระดับสูงมาก ส่วนด้านเนื้อหาหลักสูตรมีระดับสูง และการพัฒนาเมื่อเข้าสู่การทำงานนั้น ด้านการฝึกอบรมแบบเรียนรู้จากการทำงานและการฝึกอบรมนอกสถานที่ทำให้เกิดการพัฒนาในระดับสูง ส่วนด้านการศึกษาต่อหลังจากเข้าสู่การทำงานมีระดับปานกลาง

ส่วนที่ 1 พบว่ามีทักษะและความรู้ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ และบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์ก็ต้องการเช่นกัน

1. ด้านความรู้ สมรรถนะหลักในปัจจุบันมีระดับสมรรถนะต่ำกว่าระดับสมรรถนะที่ต้องการ ทุกรายการ สมรรถนะที่ต้องการมีความคิดเห็นระดับสูงถึงสูงมาก โดยรายการที่ค่าเฉลี่ยสูงมาก คือ พบว่าสมรรถนะที่ต้องการการพัฒนามากที่สุด คือ การจัดการขั้นพื้นฐาน รองลงมาคือการเข้าใจวัฒนธรรมและข่าวสารทางเศรษฐกิจและสังคมของอุตสาหกรรมไมซ์

2. ด้านทักษะ ความสามารถหลักในปัจจุบันต่ำกว่าความสามารถที่จำเป็นทั้งหมด ความสามารถที่จำเป็นมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพในระดับสูงถึงสูงมาก รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงมากคือการทำงานเป็นทีม จากการประเมินช่องว่างสมรรถนะ พบว่า ความสามารถด้านทักษะที่ต้องพัฒนามากที่สุดคือ ภาษาอังกฤษ รองลงมาคือ การคิดเชิงตรรกะ ความสามารถด้านอื่นที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ การสื่อสาร การประสานงาน การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีในการทำงาน

3. ด้านคุณลักษณะ สมรรถนะหลักในปัจจุบันมีระดับสมรรถนะต่ำกว่าระดับสมรรถนะที่ต้องการ ทุกรายการ สมรรถนะที่ต้องการมีระดับความคิดเห็นต่อสมรรถนะระดับสูงมากทุกรายการ ส่วนการประเมิน ช่องว่างสมรรถนะ พบว่า สมรรถนะด้านคุณลักษณะที่ต้องการได้รับการพัฒนามากที่สุด คือ มีทัศนคติเชิงบวกในการทำงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความซื่อสัตย์และใส่ใจการทำงาน มีความสามารถในการปรับตัวได้ มีทัศนคติที่มุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมาย มีความซื่อสัตย์ มีศีลธรรม มีจิตบริการ บริการ ด้วยใจ และมีเชาว์ปัญญา คิดได้ตอบได้ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. การพัฒนาจากการศึกษาก่อนเข้าสู่การทำงาน (Before Workplace)

1.1 ด้านเนื้อหาหลักสูตร เนื้อหาหลักสูตรที่ส่งเสริมการพัฒนานักศึกษาพบว่า มีประโยชน์มาก รายการที่มีผลกระทบต่อพัฒนานักศึกษาสูง ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นความจริงและเป็นระบบในสาขาอุตสาหกรรมไมซ์ เนื้อหานี้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและที่ทำงาน

ความรู้วิทยาศาสตร์ต้องบูรณาการและสัมพันธ์กับวิชาอื่นจึงจะมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การสื่อสารภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักเรียนที่จะสามารถประสบความสำเร็จได้

1.2 ด้านการกระบวนการเรียนการสอน เป็นการสร้างการเรียนรู้ที่มีความสำคัญมากที่สุด ในการพัฒนาทุนมนุษย์ให้ผู้เรียนมีสมรรถนะตามที่ผู้ประกอบการต้องการ ซึ่งกระบวนการเรียนการสอน ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้เรียนในระดับสูงถึงสูงมาก รายการที่ส่งผลต่อการพัฒนาสูงมากได้แก่ การส่งเสริมให้เกิดทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ การฝึกงาน/ประสบการณ์สอดคล้องวิชาชีพ มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม กับวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงานและปฏิบัติตน มีทักษะการคิด วิเคราะห์และตัดสินใจ ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ ทักษะใช้สารสนเทศและโปรแกรมสำเร็จรูป ทักษะในการจัดการความขัดแย้ง สร้างความร่วมมือ และทักษะทำงานเป็นทีม นอกจากนี้แล้ว รูปแบบการจัดการ เรียนการสอนต้องเน้นการปฏิบัติงานจริง ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้โดยใช้โครงงาน/กิจกรรมและการใช้ ทักษะเป็นฐาน โดยคุณภาพของอาจารย์เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผู้เรียน

2. การพัฒนาจากสถานประกอบการเมื่อเข้าสู่การทำงาน (Workplace)

2.1 การศึกษาต่อเมื่อเข้าสู่การทำงาน มีผลต่อการพัฒนาสมรรถนะน้อยกว่ารูปแบบอื่นแต่ จะส่งผลต่อความก้าวหน้าทางอาชีพ โดยการศึกษาต่อเมื่อเข้าสู่การทำงานที่มีผลต่อการพัฒนาในระดับสูง มีเพียงรายการการศึกษาต่อ/ฝึกอบรมในหลักสูตรที่ตรงกับสายงานที่ปฏิบัติอยู่เท่านั้น ที่จะเพิ่มศักยภาพให้ บุคลากรระดับปฏิบัติการให้มีสมรรถนะสูงขึ้น ส่วนศึกษาต่อหรือฝึกอบรมในหลักสูตรที่สามารถนำมาส่ง เสริมกับสายงานที่ปฏิบัติอยู่ จะช่วยลดจุดอ่อน ในการปฏิบัติงาน เช่น ทักษะด้านภาษา ความเป็นผู้นำ การ สื่อสาร โดยการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นหลังจากที่เข้าสู่ระบบการทำงานแล้ว ส่งผลต่อการพัฒนาในระดับ ปานกลางเท่านั้น

2.2 ด้านการฝึกอบรมแบบเรียนรู้จากการทำงาน (OJT) วิธีการที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาบุคคลมากที่สุดคือวิธีการที่ช่วยให้พวกเขาเรียนรู้เกี่ยวกับงานและระบบงานของตน ซึ่งรวมถึงการเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับงานและบริษัท การขอคำปรึกษาเพื่อช่วยตอบคำถามใดๆ เกี่ยวกับงาน และการมีที่ปรึกษาเพื่อช่วยในการพัฒนางานและอาชีพ ประการสุดท้าย การหมุนเวียนงานมักจะใช้เพื่อช่วยให้พนักงานเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับตำแหน่งงานต่างๆ และวิธีพัฒนาทักษะของพวกเขา

2.3 ด้านการฝึกอบรมนอกสถานที่ทำงาน (Off-JT) มีผลต่อการพัฒนาสมรรถนะของ บุคลากรไม่ชน้อยกว่าแบบเรียนรู้จากการทำงาน แต่เป็นรูปแบบที่นิยมใช้อยู่ โดยรูปแบบการ

อบรม นอกสถานที่ทำงานมีผลต่อการพัฒนาในระดับปานกลางถึงสูง รายการที่ส่งผลการพัฒนาสูง ได้แก่ การศึกษาดูงานเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเห็นการปฏิบัติงานจริง สร้างความกระตือรือร้นและเครือข่าย การใช้กรณีศึกษาเพื่อฝึกวิเคราะห์วิจารณ์ พิจารณาและการตัดสินใจ แก้ไขปัญหา การแสดงบทบาทสมมติ เพื่อให้ได้เห็นภาพชัดเจน ได้สัมผัสประสบการณ์และความรู้สึกที่แท้จริง การอบรมเชิงปฏิบัติการ เข้าร่วม การบรรยาย การประชุม สัมมนาที่เกี่ยวกับสายงานที่ปฏิบัติอยู่

ชลลดา มงคลวนิช และรัตนภรณ์ ซาติวงศ์ (2560) พบว่า ผู้ประกอบการหนูเชื่อว่าพนักงานปัจจุบันมีคุณสมบัติที่น่าชื่นชมหลายประการ พวกเขาคิดว่าสิ่งที่น่าประทับใจที่สุดเกี่ยวกับพวกเขาคือความตั้งใจและความสามารถในการช่วยเหลือผู้อื่น พวกเขายังให้ความสำคัญกับความเอื้อเฟื้อ เพราะมันแสดงให้เห็นว่าพนักงานมีน้ำใจและจริงจังกับงานของพวกเขา

ปริญญา นาคปฐม (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสมรรถนะหลักเพื่อสร้างความจงรักภักดีของบุคลากรบริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (DMC) ในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) โดยการวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาสมรรถนะหลักของบุคลากรบริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง 3) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการภายในของบริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง 4) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความพึงพอใจของบุคลากรบริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทางและ 5) เพื่อทดสอบอิทธิพลสมรรถนะหลักของบุคลากร และคุณภาพการให้บริการภายในองค์กร ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ความผูกพันและความจงรักภักดีของบุคลากรบริษัท รับจัดการจุดหมายปลายทาง ในอุตสาหกรรมไมซ์การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จำนวน 18 ท่าน ได้แก่ผู้บริหารสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย) นักวิชาการ และผู้บริหารระดับสูงของบริษัทธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ ผู้จัดการทั่วไป กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการแผนกไมซ์และผู้จัดการแผนกทรัพยากรมนุษย์ในพื้นที่เมืองอุตสาหกรรมไมซ์5 เมือง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ขอนแก่น เชียงใหม่ พัทยา และภูเก็ต และการวิจัยเชิงปริมาณ กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรบริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทางจำนวน 316 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบสมรรถนะหลักของบุคลากรบริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ องค์ประกอบคุณภาพการให้บริการภายใน ประกอบด้วย

6 องค์ประกอบความพึงพอใจ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบความผูกพัน ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบ และองค์ประกอบองค์ประกอบความจงรักภักดีประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ นอกจากนี้ผลการทดสอบตามสมมติฐานพบว่า 1) สมรรถนะหลักของบุคลากรมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการภายในองค์กร 2) สมรรถนะหลักของบุคลากรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของบุคลากร 3) คุณภาพการให้บริการภายในมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของบุคลากร 4) สมรรถนะหลักบุคลากรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของบุคลากร 5) คุณภาพการให้บริการภายในมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของบุคลากร 6) ความพึงพอใจของบุคลากรมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันของบุคลากร 7) ความพึงพอใจของบุคลากรไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีของบุคลากร และ 8) ความผูกพันของบุคลากรมีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีของบุคลากร การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่าไม่สอดคล้องตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นผ่านเกณฑ์ โดยค่า Chisquare เท่ากับ 6249.022 p-value ของค่า Chi-square เท่ากับ 0.00 ค่า Chi-square/df เท่ากับ 1.482 ค่า CFI เท่ากับ 0.924 ค่า GFI เท่ากับ 0.883 ค่า AGFI เท่ากับ 0.860 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.039 ประโยชน์จากการวิจัยนี้สามารถอธิบายอิทธิพลสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีโดยผ่านคุณภาพการให้บริการภายใน ความพึงพอใจ และความผูกพันของบุคลากรบริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้สามารถผลการวิจัยมาสร้างเครื่องมือในการส่งเสริม และพัฒนาบุคลากรบริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง รวมทั้งสามารถนำสมรรถนะหลักบุคลากรมาพัฒนาเป็นข้อตกลงร่วมกันในมาตรฐานของบุคลากรในวิชาชีพอุตสาหกรรมไมซ์แห่งอาเซียน (MRA on MICE Professional) เพื่อให้บุคลากรสามารถเคลื่อนย้ายแรงงานได้อย่างเสรีในประชาคมอาเซียนต่อไป

พงศธร ลิมนเวทย์สกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่องพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะหลักตามองค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะแรงงาน เพื่อนำคุณลักษณะมาวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม และพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะหลักด้วยองค์ประกอบร่วมของคุณลักษณะแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือเคยเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จำนวน 438 คน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการใช้เทคนิควิจัยแบบอนาคต (EDFR) ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบของสมรรถนะหลักของแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ด้านความรู้ ประกอบด้วย 7 สมรรถนะ คือ ความรู้ในเรื่องการจัดงาน

แสดงสินค้า ความรู้ความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ขององค์กร การจัดการความเสี่ยง ความเข้าใจงานที่ทำ ความเข้าใจลูกค้า และข้อมูลข่าวสารของอุตสาหกรรมด้านทักษะ 2) ด้านทักษะประกอบด้วย 9 สมรรถนะ คือ การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การประสานงาน ภาษาต่างประเทศการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี การบริการ ความคิดสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และ 3) ด้านคุณสมบัติ ประกอบด้วย 8 สมรรถนะ คือ ความอดทน ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบความเสียสละ ความยืดหยุ่น เป้าหมายในการทำงาน สุขภาพแข็งแรงและความมั่นใจในตัวเอง

พรณพพรษ หนูดี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (2) ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา (3) วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดสงขลา (4) เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา มีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นคือ สุ่มแบบลูกบอลหิมะ (Snowball Sampling) และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และวิธีการการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ข้อตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Mutiple Regression Analysis) เพื่อให้ได้มาซึ่งสมการพยากรณ์ตัวแปรตามของงานวิจัย คือ ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 224 น โดยแบ่งเป็นผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน 96 คน และผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน 128 คน ที่สามารถสรุปในรูปของตารางแสดงค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบการบรรยายความ เมื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม และมีตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะมีองค์ประกอบที่สามารถพยากรณ์เนื้องานได้ 5 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ องค์ประกอบด้านการจัดการ องค์ประกอบด้านประสิทธิภาพงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ องค์ประกอบด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งสมการพยากรณ์ดังกล่าวมีค่า R' (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) เท่ากับ 0.53 หรือกล่าวได้ว่าองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นนั้น สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงาน ได้ถึงร้อยละ 53

ธนพล รุ่งเรือง และโชคชัย สุเวชวัฒน์กุล (2558) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์และความภักดีของผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อประเมินสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ในทัศนะของผู้เข้าร่วมกิจกรรม 2) เพื่อวิเคราะห์ความภักดีของผู้เข้าร่วมกิจกรรม และ 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้สมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์กับความภักดีของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ผลการศึกษาพบว่าสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ รวม 14 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านการบอกต่อเชิงบวก จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการประสานงาน มีจิตบริการ และการกรอกรงข่าวทางการตลาด 2) ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ จำนวน 3 ตัวแปร ดังนี้ ทักษะการสื่อสาร และความรู้เกี่ยวกับลูกค้า เซาวัน ปัญญา 3) ด้านการมีส่วนร่วมในการปกป้อง จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะต้นทุนกำไรเบื้องต้น ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ทักษะคิดเชิงบวกเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน และทักษะการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ 4) ด้านองค์ประกอบโดยรวม จำนวน 3 ตัวแปร คือ ทักษะการสื่อสาร ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า และทักษะการประสานงาน

ปริมกนกพัช วงศ์ทวีรัตน์ (2557) ทำการวิจัยเรื่อง นโยบายการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารกิจการการบริการจัดการงานผลวิจัยพบว่า สมรรถนะด้านการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการ มีความจำเป็นที่จะต้องได้รับอบรมมากที่สุด อันดับที่สอง คือ วิเคราะห์ความต้องการ เพื่อประเมินความเป็นไปได้ อันดับที่สามคือ วิเคราะห์ประเด็นปัญหาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และอันดับสุดท้าย คือ กำหนดความต้องการของลูกค้าแบบมีส่วนร่วม ทั้งนี้ได้หมายความว่า จะต้องอบรมแต่เฉพาะสมรรถนะที่ระบุเท่านั้น ยังมีสมรรถนะอื่นอีกที่จำเป็นโดยเฉพาะการให้ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการอบรมพัฒนามากที่สุด คือ การประสานความต้องการทางธุรกิจ การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความต้องการการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารกิจการการบริการจัดการงาน และ 2) การกำหนดแนวนโยบายภาครัฐการศึกษากำลังมองหาวิธีที่จะช่วยพัฒนาทักษะของผู้ที่จัดการกิจกรรม รวมถึงผู้ที่อยู่ในธุรกิจและรัฐบาล พวกเขา กำลังใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งหมายถึงการศึกษาเอกสารและพูดคุยกับผู้ทำงานในธุรกิจการจัดการเหตุการณ์ (สสปน.) จำนวน 5 คน การทำ สทนากลุ่ม โดยกลุ่มผู้บริหารกิจการการบริการจัดการงาน ผู้รับบริการการบริการจัดการงาน (ด้านลูกค้า) ผู้เชี่ยวชาญสมรรถนะ และตัวแทนภาครัฐ(สสปน.) รวม 10 คน และสอบถามจากแบบประเมินสมรรถนะ จากผู้บริหารกิจการการบริการจัดการงานระดับปฏิบัติการที่มีประสบการณ์การบริการจัดการงาน 17 คนซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้สมรรถนะของอาชีพการบริการจัดการงาน มีวัตถุประสงค์หลักของ

อาชีพการบริการจัดงาน 1 วัตถุประสงค์หลัก 2 บทบาทหลัก 5 หน้าที่หลัก 17 หน่วยสมรรถนะ และสมรรถนะ 91 สมรรถนะย่อย

มาฆฤกษ์ ชูช่วย (2556) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อรองรับ AEC: กรณีศึกษา ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจสปาตามมาตรฐานการดำเนินธุรกิจสปาไทยที่เป็นเลิศสู่ตลาดโลก รวมทั้งเปรียบเทียบสมรรถนะปัจจุบันกับสมรรถนะตามมาตรฐาน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจสปา โดยใช้การศึกษาเอกสารเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจสปาตามมาตรฐานการดำเนินธุรกิจสปาไทยที่เป็นเลิศสู่ตลาดโลกมาสร้างข้อคำถาม และจัดการสนทนากลุ่ม โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มธุรกิจสปารายใหม่ และกลุ่มธุรกิจสปาที่ประสบความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรมีสมรรถนะสำคัญ 3 สมรรถนะ ได้แก่ 1) สมรรถนะหลัก ประกอบด้วย ทักษะ ความรู้ และความเข้าใจในมาตรฐานธุรกิจ รวมถึงการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจสปา 2) สมรรถนะทางการบริหาร ประกอบด้วย ทักษะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน การให้อำนาจ การติดตามความก้าวหน้า และการจัดการกับความเปลี่ยนแปลง และ 3) สมรรถนะตามหน้าที่ ประกอบด้วย การคิดวิเคราะห์ และการมองภาพรวม

วรวิษญ์ จันทรฉาย และอรุโณทัย พงษ์วาท (2556) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างตัวแบบสมรรถนะสำหรับนักศึกษาแผนการเรียนร่วมการทำงานรูปแบบสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว อีเล็กทรอนิกส์วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและสร้างตัวแบบสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับนักศึกษาหลักสูตรการจัดการสมัยใหม่และเทคโนโลยีสารสนเทศในการท างานด้านธุรกิจการท่องเที่ยว อีเล็กทรอนิกส์ โดยทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาของหลักสูตรฯ ที่เข้าฝึกงานด้านการท่องเที่ยว และกลุ่มพี่เลี้ยงผู้ดูแลนักศึกษาในสถานประกอบการ ผลการศึกษาพบว่าตัวแบบสมรรถนะสำหรับนักศึกษา แบ่งสมรรถนะออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ด้านความรู้ ประกอบด้วย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการทางธุรกิจ และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานในแต่ละแผนกของธุรกิจ 2) ด้านทักษะ ประกอบไปด้วย ทักษะด้านภาษา ทักษะการมุ่งเน้นบริการลูกค้า ทักษะความเข้าใจและหยั่งรู้ถึงความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ทักษะการแก้ไขปัญหา และทักษะในด้านสารสนเทศที่เกี่ยวกับการใช้งานซอฟต์แวร์

และ 3) ด้านทัศนคติและพฤติกรรมประกอบด้วย ความรักในงานบริการ ความคิดเชิงบวก การมีใจที่เปิดกว้าง และการมีความเป็นมืออาชีพ

Puteh et al. (2016) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะหลักของบุคลากรและความเป็นเลิศขององค์กร: การวิเคราะห์การสื่อความหมาย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพในองค์กรสู่การเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งปรับปรุงสมรรถนะบุคลากรสู่การปฏิบัติงานเพื่อองค์กร และสร้างสมรรถนะบุคลากรที่เหมาะสมในแต่ละตำแหน่งงาน โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมบริการประเทศมาเลเซียจำนวน 15 คน ผลการศึกษพบว่าความเป็นเลิศขององค์กร จำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะหลักที่สำคัญ 4 สมรรถนะ ได้แก่ สมรรถนะการทำงาน สมรรถนะการสื่อสาร สมรรถนะความเป็นผู้นำและสมรรถนะความรู้และความเข้าใจ

Ahmad & Daud (2016) ได้ศึกษาเรื่องการปรับปรุงสมรรถนะวิชาชีพงานท่องเที่ยวสำหรับอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการจัดงานแสดงนิทรรศการ: การศึกษาขั้นต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะและกำหนดสมรรถนะที่ควรปรับปรุงของวิชาชีพการจัดประชุมและงานการจัดงานแสดงนิทรรศการ เพื่อนำมากำหนดการรับรู้สมรรถนะความเชี่ยวชาญที่สามารถสร้างข้อได้เปรียบและในการทำงาน เก็บข้อมูลโดยการจัดการสนทนากลุ่มและแบบสอบถาม ผลการศึกษพบว่าสมรรถนะวิชาชีพงานจัดประชุมและงานการจัดงานแสดงนิทรรศการ ประกอบด้วย 4 สมรรถนะ ได้แก่ 1) สมรรถนะผู้ประกอบการ 2) สมรรถนะปฏิบัติการ 3) สมรรถนะส่วนบุคคล และ 4) สมรรถนะการสื่อสาร

Chaicharonthaweekit & Jarinto (2015) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางสำหรับการพัฒนาสมรรถนะของผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว: กรณีศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแนวทางสำหรับการพัฒนาสมรรถนะตามข้อเสนอของผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวในอุตสาหกรรมบริการและนันทนาการโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 270 ชุด ผลการศึกษพบว่าการพัฒนาสมรรถนะตามแนวทางของผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว ประกอบไปด้วย 20 สมรรถนะ ได้แก่ การจัดการวัฒนธรรมองค์กร การจัดการความเปลี่ยนแปลง การจัดการตนเอง การจัดการเวลา การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดการองค์กรแห่งการเรียนรู้ การประเมินผลคุณภาพ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการกลยุทธ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการการเงิน การจัดการทีม การสื่อสาร ความปลอดภัยในการ

ทำงาน การแก้ปัญหา การควบคุมคุณภาพ การจัดการความรู้ การตลาด จริยธรรม และการประสานงาน

Jotikasthira (2014) ได้ศึกษาเรื่องการเพิ่มสมรรถนะในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและการจัดงานแสดงสินค้าสู่การจ้างงานตามสมรรถนะพื้นฐานและการเลื่อนตำแหน่งมุมมองของนักบริหารการขาย มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความชัดเจนของรูปแบบสมรรถนะที่บ่งชี้ถึงการเข้าถึงการเรียนรู้ระยะยาวและการจัดการความท้าทายขององค์กร โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 กลุ่มประกอบไปด้วยผู้จัดการ หัวหน้าส่วนงาน พนักงาน ตัวแทนจำหน่าย และลูกค้า ผลการศึกษาพบว่าสมรรถนะที่บุคลากรต้องแสดงออกก่อนการก้าวสู่ตำแหน่งนักบริหารการขายในอุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้า ประกอบไปด้วย ทักษะการคิด (ระบบความคิด การวิเคราะห์และการเสนอแนวความคิดรวบยอด) ผู้จัดการโครงการช่วยเหลือผู้คนในโครงการของพวกเขาโดยคิดถึงสิ่งที่อาจผิดพลาด จากนั้นจึงพยายามป้องกันไม่ให้เกิดขึ้น พวกเขายังเรียนรู้วิธีเข้ากับผู้อื่นและวิธีจัดการกับสถานการณ์ที่ยากลำบาก พวกเขาจำเป็นต้องมีทักษะในการแก้ปัญหาที่ดีเช่นเดียวกับทักษะทางสังคม พวกเขาจะต้องสามารถทำงานได้ดีโดยอิสระ แต่ต้องมีเครือข่ายเพื่อนที่ดีด้วย สุดท้ายต้องควบคุมอารมณ์ให้ดีจึงจะทำงานภายใต้ความกดดันได้

Shariff & Abidin (2014) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะของบัณฑิตสาขาการท่องเที่ยวและบริการ: การรับรู้และความคาดหวังของอุตสาหกรรมในมุมมองชาวมาเลเซีย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และความคาดหวังของสมรรถนะบัณฑิตจากผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรม 4 -5 ดาวในประเทศมาเลเซีย โดยเก็บแบบสอบถามจากผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จำนวน 60 คน ผลการศึกษาพบว่าสมรรถนะบัณฑิตที่อุตสาหกรรมรับรู้ ประกอบไปด้วย 40 สมรรถนะ ซึ่งแบ่งความสำคัญทางการรับรู้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง และสำคัญน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทางการรับรู้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ สมรรถนะที่สำคัญมากที่สุด ประกอบไปด้วย 12 สมรรถนะ ได้แก่ การทำงานเป็นทีม ทักษะการเรียนรู้ การบริการลูกค้า ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การตลาด การสื่อสาร ความริเริ่ม การแก้ปัญหาความขัดแย้ง ความยืดหยุ่น การแก้ปัญหา และสมรรถนะที่สำคัญมาก ประกอบไปด้วย 27 สมรรถนะ ได้แก่ ความสามารถในการเสนอข้อมูล ความสามารถในการสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน ทักษะทางวิชาชีพในการทำงาน ความสามารถในการเป็นตัวแทน การวางแผนและการปฏิบัติการ เครือข่ายการทำงาน ทักษะการอ่าน ทักษะการเขียน การเป็นพี่

เลี้ยง วิสัยทัศน์ การติดตาม การควบคุมทรัพยากร การวางแผนกลยุทธ์ การสร้างสรรค์ ทักษะการจดจำ ทักษะการประสานงาน การคิดวิเคราะห์ การเตรียมงบประมาณ ทักษะทางคอมพิวเตอร์ ความเข้าใจ องค์กร ทักษะผู้ประกอบการ ความสามารถในการใช้เครื่องมือ การรับรู้เทคโนโลยี ทักษะพื้นฐานทางธุรกิจ ทักษะทางการคำนวณ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

Liaman (2014) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะและคุณลักษณะของบุคลากรด้านการจัดการเพื่อ การเริ่มต้นธุรกิจบริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวบ่งชี้สมรรถนะและคุณลักษณะของบุคลากร ระดับสูง รวมถึงการศึกษสมรรถนะและคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการจัดตั้งธุรกิจบริการในเมือง ปรางค์ ประเทศชีกเกีย เพื่อสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพและแนวทางการเติบโตในวิชาชีพ โดยเก็บ ข้อมูลจากนายจ้างและลูกจ้าง จำนวน 100 คน ด้วยแบบสอบถามที่วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญของ โครงสร้างสมรรถนะ จากการศึกษาของ Herrera, Enz & Lankau จำนวน 99 ตัวแปรผลการศึกษา พบว่ามีสมรรถนะและคุณลักษณะที่ถูกเลือก จำนวน 14 ตัวแปรจากกลุ่มลูกจ้าง ได้แก่การเรียนรู้ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนำเสนอคุณภาพของสินค้าและบริการ ศึกษาพฤติกรรมและความ ต้องการของลูกค้า การปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ การจัดการเวลา การแสดงออกทางมารยาท และจริยธรรม การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ การฟังอย่างมีวิจารณญาณ ความเคารพผู้อื่นการ กระตุ้นให้ผู้อื่นให้เห็นมุมมองและแนวคิดที่ชัดเจน การวิเคราะห์ที่รู้จุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งชั้น การจัดการความขัดแย้ง การนำเสนอมุมมองและรูปแบบที่ชัดเจน และการเข้าใจความเสี่ยง นอกจากนี้ทางด้านมุมมองของนายจ้างพบว่ามีสมรรถนะและคุณลักษณะที่ถูกเลือก จำนวน 9 ตัวแปร ได้แก่ กลยุทธ์ทางความคิด การดำเนินงานด้วยเหตุผล การวางแผนและการจัดการ การ แก้ปัญหาการสื่อสารที่มีประสิทธิผล การมุ่งบริการลูกค้า การรับรู้ทางภาวะการเงิน ความ กระตือรือร้น และการทำงานเป็นทีม

Hui-Wen (2014) ศึกษาเรื่อง การสร้างแบบจำลองชี้วัดความ สามารถสำหรับมืออาชีพ ระดับนานาชาติในอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า มีงานวิจัยไม่มากนักที่ศึกษาด้านสมรรถนะความเป็น มืออาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ จึงศึกษา เรื่อง ความรู้ ความสามารถ ทักษะด้านการบริหาร และการ ดำเนินงาน มุ่งเน้นการค้นหาสมรรถนะหลัก 3 ด้าน คือ ด้านวัฒนธรรมข้ามชาติ ด้านการสื่อสาร และด้านการเป็นมืออาชีพ สำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับนานาชาติ พบว่า ด้านการ เป็นมืออาชีพเป็นสมรรถนะหลักที่สำคัญที่สุดที่มืออาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องมี รองลงมา คือ ด้านการสื่อสาร และด้านวัฒนธรรมข้ามชาติ ตามลำดับ ผลจากการวิเคราะห์ AHP ภายใต

สมรรถนะหลักในด้านการเป็นมืออาชีพ แสดงให้เห็นว่า ทักษะการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ และ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นสมรรถนะที่ได้คะแนนสูงสุดสำหรับบุคลากรไมซ์ในระดับ นานาชาติ สมรรถนะหลักด้านวัฒนธรรมข้ามชาติ เป็นสมรรถนะที่ได้คะแนนสูงสุดสำหรับบุคลากร ไมซ์ในระดับนานาชาติ และสมรรถนะด้านการสื่อสาร ด้านการสนทนา และสมรรถนะ ด้านภาษา ศาสตร์เชิงสังคมวิทยา เป็นสมรรถนะที่ได้คะแนนสูงสุดสำหรับบุคลากรไมซ์ในระดับนานาชาติ ภาพรวมของการจัดลำดับของตัวบ่งชี้ด้านสมรรถนะ แสดงให้เห็นว่า สมรรถนะหลักในด้านการเป็น มืออาชีพ เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจการทำงานที่มีประสิทธิภาพในระดับสากลมากกว่าอีกสอง สมรรถนะ นอกจากนี้ ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นอีกว่า ด้านการเป็นมืออาชีพ ที่นอกเหนือจาก มุมมองด้านการสนทนาสื่อสารและด้านภาษาศาสตร์เชิงสังคมวิทยา ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจะสนับสนุนให้เกิดเป็นบริการที่ดีมีคุณภาพเพียงพอต่อ การก้าวสู่เป็นอุตสาหกรรมไมซ์ที่ให้บริการในระดับสากล

Nolan (2010) ศึกษาเรื่อง ความต้องการสมรรถนะในธุรกิจโรงแรมของชาวไอร์แลนด์ในมุมมอง ของผู้ว่าจ้างและผู้สำเร็จการศึกษา โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่จัดทำ เกี่ยวกับสมรรถนะและทำการสรุปสมรรถนะที่สำคัญในการจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและ บริการไว้เป็น 9 กลุ่ม ด้านนี้ 1) ความสัมพันธ์กับลูกค้า/แขกผู้เข้าพัก เช่น การเข้าใจความต้องการ ของลูกค้า การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าและการตระหนักถึง วัฒนธรรม 2) ความเป็นมืออาชีพ เช่น การรักษามาตรฐานของความเป็นมืออาชีพและจริยธรรม การติดต่อทางธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ และการเปิดใจยอมรับความคิดเห็นและความต่าง 3) การ ติดสื่อสาร เช่น การสื่อสารการเขียนและด้วยวาจาที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการมีทักษะทางด้าน การฟังที่ดี 4) ความสัมพันธ์กับพนักงาน เช่น ความมุ่งมั่นในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน คนอื่น ๆ การสะท้อนให้เห็นถึงความระมัดระวัง ความตระหนักในเรื่องของวัฒนธรรม และ ความสามารถในการพัฒนาการทำงานร่วมกับผู้อื่น 5) ความเป็นผู้นำ เช่น การสะท้อนให้เห็นถึง ความเป็นผู้นำที่ดี การดำเนินงานภายใต้แรงกดดันหรือสถานการณ์วิกฤต และการแสดงให้เห็นถึง ในการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ 6) การจัดการตนเอง เช่น การจัดการเวลา เพื่อให้ได้ผลผลิตตาม เป้าหมาย การควบคุมความต้องการที่หลากหลาย การจัดลำดับงาน การมุ่งมั่นในการพัฒนา ตนเอง และการมีเป้าหมายในสายอาชีพ 7) มุมมองในด้านกฎหมาย เช่น การปฏิบัติตามกฎและ ข้อบังคับของชิวอนามัยและความปลอดภัย การปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านกฎหมายของ

สมาคมด้านการโรงแรม และการจัดเตรียมสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยให้กับลูกค้า 8) ความรู้ด้านเทคนิคและการดำเนินงาน เช่นความรู้เกี่ยวกับสินค้าและ/หรือบริการ การบ่งชี้ปัญหาในการดำเนินงาน และการจัดการการดำเนินงานในการคืนทุน ความสามารถในการเข้าใจแนวโน้มทางการตลาด ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม ความมุ่งมั่นในการทำงาน

Jauhari (2006) ศึกษาเรื่อง สมรรถนะของอาชีพในอุตสาหกรรมบริการในมุมมองของอินเดีย ในงานวิจัยนี้ได้อ้างอิงถึงสมรรถนะที่สำคัญๆ ในการประกอบอาชีพทางด้านอุตสาหกรรมบริการไว้ค่อนข้างหลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะกล่าวถึงสมรรถนะทางการจัดการ (managerial competency) สมรรถนะต่าง ๆ ประกอบด้วย ความเข้าใจปัญหาของลูกค้า ความไวในการตอบสนองประเด็นปัญหาของลูกค้า การแสดงความเป็นมืออาชีพและควมมีคุณธรรม ความสามารถในการสื่อสารโดยวาจาและการเขียน การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การจัดการเวลา ความยืดหยุ่นและความสามารถในการประยุกต์พัฒนาตนเอง ความมุ่งมั่นในเรื่องคุณภาพ ความเป็นผู้นำ ทักษะในการประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่น และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับผู้จัดการทางด้านธุรกิจบริการว่าควรมีสมรรถนะดังต่อไปนี้ ความเข้าใจในโลกาภิวัตน์ในเรื่องของความหลากหลายแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรม การมุ่งเน้นในการบริการลูกค้า ความใส่ใจในการจัดการต้นทุน ความเข้าใจในเรื่องผลกำไรและการคืนทุน ความสามารถในการเข้าใจแนวโน้มทางการตลาด ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม ความมุ่งมั่นในการทำงาน

สรุปจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ ทำให้ค้นพบสมมุติฐานสมรรถนะ และปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะแล้วในเบื้องต้น ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปสมรรถนะที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีทั้งหมด 8 สมรรถนะ ซึ่งประกอบไปด้วย 1.สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) 2.สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) 3.สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) 4.สมรรถนะหลัก (Core Competencies) 5.สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) 6.สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) 7.สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) 8.สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) (Hamel and Prahalad (1994), R. E. Boyatzis (1982), Blancero, Boroski and Dyer (1996), McLagan (1997), Jauhari (2006), Nolan (2010), Khongkhasawat (2005), Akaraborworn (2006), Samithikrai (2009),

Saentong (2003), Donna Fletcher, Julie Dunn, and Rosemary Prince. (2009), ณรงค์วิทย์ แสันทอง (2546), จิรประภา อัครบวร (2549), จิรประภา อัครบวร และกัลยาณี คุณมี (2547), เทือน ทองแก้ว (2545), รัชนี รื่นเรือง (2548), วรางค์ ศิริทรงศีล (2549), ธานินทร์ อุดม (2540), เดชา เดชะวัฒนไพศาล (2543), ดนัย เทียนพุด (2546), อังรงค์ศักดิ์ คงศาสน์ (2548), สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ (2549), นุช สัทธาจักรมงคล (2561); และ ปริมกนกพัช วงศ์ทวีรัตน์ (2557) ตาม ตารางสรุปการสกัดตัวแปรสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์

เมื่อค้นพบสมรรถนะควรมีการศึกษาเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อได้ทราบถึงคุณสมบัติและคุณลักษณะ และความต้องการของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทยเพื่อพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ไปสู่ขีดความสามารถทางการแข่งขัน และนำไปสู่รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย ซึ่งจะอธิบายรายละเอียดจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขัน ในหัวข้อถัดไป

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.4.1 ความเป็นมาของแนวคิดขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน Competency – Based Approach

แนวคิดเรื่องขีดความสามารถหรือตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Competency” ได้เริ่มเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1970 โดย ศาสตราจารย์เดวิดแมคเคลเลน (David C. McClelland) ในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดที่ได้ศึกษาถึง คุณสมบัติและคุณลักษณะของนักธุรกิจและผู้บริหารระดับสูงที่ประสบความสำเร็จในองค์กรชั้นนำ และมีข้อค้นพบว่า ประวัติตลอดจนผลลัพธ์ทางการศึกษาที่ดีเด่นของบุคคลไม่ได้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในหน้าที่การงานของบุคคลนั้นๆ เสมอไป หากแต่ความสำเร็จนั้นจะต้องประกอบไปด้วยคุณลักษณะอื่นๆ อีกเช่น ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ความสามารถในการสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เป็นต้น (สุรชาติ ณหนองคาย, 2449: Online) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้ของแมคเคลเลนเอง ซึ่งได้ทำการศึกษาถึงปัญหาของการคัดเลือกเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติงานเป็นตัวแทนของประเทศสหรัฐอเมริกาในประเทศต่างๆ (Foreign Service Information Office: FSIOs) ที่มีหน้าที่ในการเผยแพร่วัฒนธรรมและเรื่องราวของสหรัฐอเมริกาให้กับคนในประเทศต่างๆ และเมื่อมีการติดตามผลการปฏิบัติงานกลับพบว่า คะแนนสอบไม่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน กล่าวคือผู้ที่ทำคะแนนสอบได้ดีอาจไม่มีการปฏิบัติงานที่ดีตามที่องค์กรคาดหวังเสมอไป

จากปัญหาดังกล่าว แมคคาลาเลนจึงค้นหาเครื่องมือชนิดใหม่ที่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ FSIOs ที่แม่นยำขึ้น และเขาได้ข้อค้นพบถึงลักษณะพฤติกรรมที่แตกต่างกันของคน 2 กลุ่ม ซึ่งแมคคาลาเลนเรียกลักษณะของพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี นี้ว่า “Superior Performer” โดยมีข้อเสนอว่า “ความฉลาดทางปัญญา (IQ) ไม่ใช่ตัวชี้วัดที่ดีของผลงานและความสำเร็จโดยรวม ซึ่ดความสามารถ (Competency) ต่างหากที่จะเป็นสิ่งที่สามารถทำนายความสำเร็จในงานที่ดีกว่า” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ที่ประสบผลสำเร็จในการทำงานต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการประยุกต์ใช้หลักการหรือองค์ความรู้ตลอดจนทักษะที่มีอยู่ในตัวเองเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในงานในหน้าที่ โดยบุคคลดังกล่าวจะมีสิ่งที่เรียกว่า ซึ่ดความสามารถ

โดยเขาได้ให้คำจำกัดความของซึ่ดความสามารถ (Competency) ว่าบุคลิกภาพของบุคคลประกอบด้วยลักษณะต่างๆ ที่สามารถช่วยให้พวกเขาทำงานได้ดีที่สุดในงานหรือบรรลุเป้าหมายบางอย่าง (McClelland, 1973) ผู้คนมีลักษณะที่แตกต่างกันหลายอย่าง บางอย่างที่ยังมองไม่เห็น และบางอย่างที่ยังมองไม่เห็น แต่ส่วนที่สำคัญคือลักษณะเหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ มากมาย ปัจจัยเหล่านี้บางส่วนมองเห็นและวัดผลได้ยาก แต่ปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญเนื่องจากปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้คนมากกว่าสิ่งที่ปรากฏบนพื้นผิว ตัวอย่างเช่น บทบาทที่แสดงออกต่อสังคม (Social Traits) ซึ่งรวมถึงทัศนคติ ค่านิยม ภาพลักษณ์ที่มีต่อตนเอง (Self Image) คุณลักษณะส่วนบุคคล (Traits) เช่น ภาวะผู้นำ ความอดทนต่อความกดดันรวมทั้งบุคลิกประจำตัวตลอดจนแรงจูงใจหรือแรงขับภายใน (Motives) ของแต่ละคน ซึ่งเรียกรวมกันว่า Self – concept หรือ Soft- Skill ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่พัฒนายาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ในภายในตัวบุคคล

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อคุณลักษณะในส่วนบนของภูเขาน้ำแข็ง ตามที่ แมคคาลาเลนได้อธิบายไว้ถือว่าเป็นส่วนที่สามารถพัฒนาให้มีมากขึ้นได้ไม่ยากนัก ด้วยการศึกษอบรมและค้นคว้าอันก่อให้เกิดความรู้ (knowledge) และการฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดทักษะ (skill) ซึ่งเป็นส่วนของ “Hard Skill” จึงอาจกล่าวได้ว่า คนที่มีความเฉลียวฉลาด มีเชาว์ปัญญายังไม่เพียงพอที่จะเป็นผู้มีผลการปฏิบัติงานที่โดดเด่น ยังจำเป็นต้องมีแรงผลักดันจากเบื้องลึกหรือปัจจัยส่วนที่อยู่ใต้น้ำแข็งนั่นเองแต่อย่างไรก็ตามคนที่มีความเฉลียวฉลาด มีเชาว์ปัญญาสูงก็มีแนวโน้มจะพัฒนาความรู้ ทักษะที่จำเป็นต่อความสามารถในการปฏิบัติงานได้ดีกว่าคนที่มีความเฉลียวฉลาด มีเชาว์ปัญญาต่ำกว่า ดังนั้นการพัฒนาซึ่ดความสามารถของบุคคลซึ่งต้องให้ความรู้ ความเข้าใจและมีแนวทางปรับเปลี่ยนแรงผลักดันจากเบื้องลึกหรือปัจจัยส่วนที่อยู่ใต้น้ำแข็งเหล่านั้นควบคู่กันไป

2.4.2 ความหมายของขีดความสามารถ

Rylatt & Lohan (1995) ให้ความหมายของขีดความสามารถว่าเป็นลักษณะของทักษะ ความรู้และทัศนคติที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ณ สถานการณ์หนึ่งๆ หรือเฉพาะงานนั้นๆ

O' Hagan (1996) กล่าวว่า ขีดความสามารถคือ การที่คนสามารถถ่ายทอดหรือเคลื่อนย้ายทักษะและความรู้ ไปสู่เหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานอันเป็นสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่ไม่ใช่งานประจำทั่วไป ตลอดจนหมายถึง คุณภาพของควมมีประสิทธิภาพของบุคคลที่ถูกค้นหาในสถานที่ทำงาน

Hall & Jones (1976 อ้างใน กุลยา ตันติผลลาชีวะ, 2532: 56) กล่าวว่า ขีดความสามารถ มีหลายชนิดแตกต่างกัน ซึ่งส่วนหนึ่งขึ้นกับวัฒนธรรม เวลา ลักษณะเฉพาะของงาน และทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ ตลอดจนความรับผิดชอบ และการกำหนดขีดความสามารถในวิชาชีพเดียวกันจะต้องมีขีดความสามารถหลัก (Core Competency) ที่ทุกคนต้องมีเหมือนกันไม่ว่าจะทำงานอยู่ที่ใดหรือสถานการณ์ใด อยู่ระดับหนึ่ง และต้องมีขีดความสามารถเฉพาะ (Functional Competency) ที่แตกต่างกันไปตามสถานการณ์หรือตำแหน่งหน้าที่แต่ละคนจะต้องเผชิญอีกระดับหนึ่ง

อาภรณ์ ภูวิทย์พันธ์ (2549) กล่าวว่า ขีดความสามารถควรจะหมายถึง ความสามารถ ขีดความสามารถ ศักยภาพ หรือสมรรถนะ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดรายละเอียดของพฤติกรรม การแสดงออกอันจะส่งผลให้งานที่ได้รับมอบหมายประสบความสำเร็จ ซึ่งการกำหนดขีดความสามารถ มองได้ 3 มิติ โดย KSA Model คือ โครงสร้างหรือแนวคิดที่ใช้อธิบายคุณสมบัติของตัวบุคคล ผ่าน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) Skills (ทักษะ) Attribute (คุณลักษณะ) มีรายละเอียด ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) คือ ข้อมูลหรือสิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาทั้งในและนอกระบบ ได้รับจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์กับผู้อื่นในสายวิชาชีพต่างๆ ความรู้ในงาน รวมถึงความเข้าใจจากประสบการณ์ในงานหรือการเรียนรู้จากการทำงานจริง และนำไปใช้ประโยชน์ในการสรุป และตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ ในการทำงาน ว่าเราเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่เราจะไปทำงานหรือไม่ อาทิ รับสมัครนักวิเคราะห์และสถิติ แต่เราจบสังคมศาสตร์ทั่วไป ซึ่งถ้าเราไม่มีความรู้ความสามารถของสถิติ ก็ไม่ควรสมัครเข้าไป

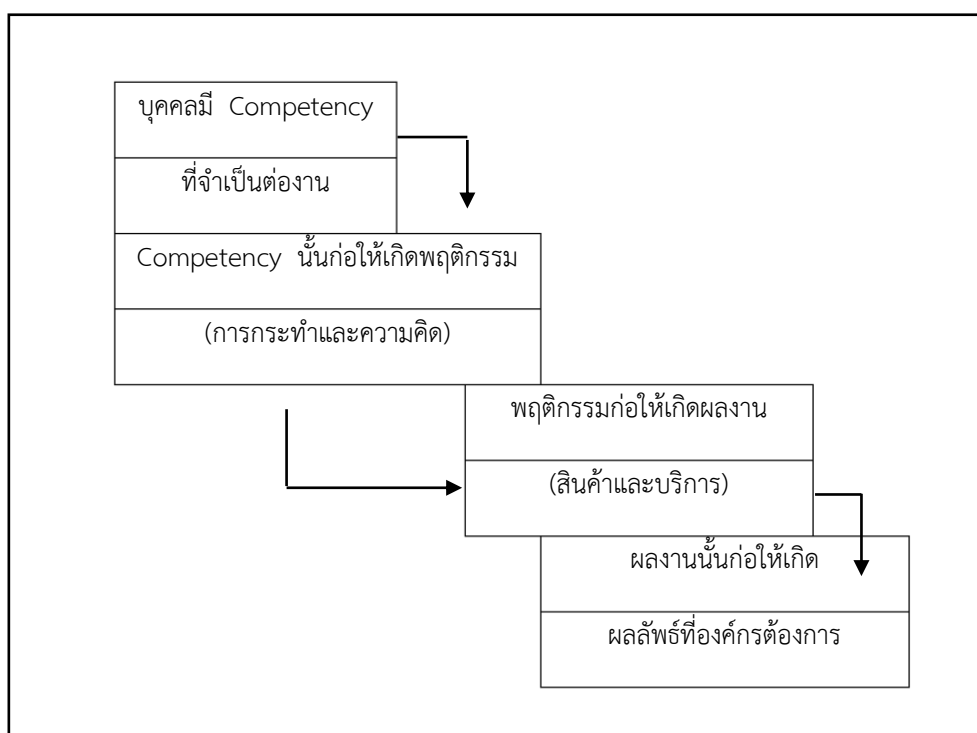
2. ทักษะ (Skills) คือ ความสามารถของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นทักษะทางด้านร่างกาย สถิติปัญญาและสังคม เกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้ การฝึกฝนเครื่องมือ (Tools) ต่างๆ

รวมถึงการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นการสั่งสมขึ้นมาเรื่อยๆ ของตัวเรา ประกอบด้วย ทักษะวิชาชีพ (Hard Skill) เช่น ทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์, ทักษะการใช้เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ต่างๆ และ ทักษะทั่วไป (Soft Skill) เช่น ทักษะการสื่อสาร, ทักษะการต่อรอง, ทักษะการพูดต่อที่สาธารณะ เช่นนั้นแล้วเราต้องมั่นใจในทักษะที่เราสั่งสมมา ว่าเป็นทักษะสกิลที่สามารถนำไปประยุกต์พัฒนาต่อได้ในตำแหน่งใหม่ที่เราต้องการจะไปได้ หรือ สิ่งที่ต้องพัฒนาและฝึกฝนให้เกิดขึ้นโดยต้องใช้เวลาการฝึกปฏิบัติให้เกิดทักษะนั้นขึ้นมา โดยทักษะนี้จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ด้านได้แก่ทักษะด้านการบริหารจัดการ (Management skill) หมายถึง ทักษะในการบริหารควบคุมงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบความคิดและการบริหารจัดการงานต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ เช่น ทักษะในการมีวิสัยทัศน์ การมีทักษะด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยทักษะดังกล่าวจะแสดงออกถึงความสามารถในการจัดระบบความคิดเพื่อมองไปถึงเป้าหมายในอนาคตและทักษะด้านเทคนิคเฉพาะงาน (Technical skill) หมายถึง คุณต้องมีทักษะที่แตกต่างกันสำหรับงานที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น เมื่อต้องเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มบนรถบัสนั้น คุณต้องใช้ทักษะที่แตกต่างจากงานบริการขับรถโดยสาร

3. คุณลักษณะ (Attribute) คือ คุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งรวมความถึงความรู้สึกทัศนคติ แรงจูงใจ ความต้องการส่วนตน เป็นสิ่งที่ติดตัว และค่อนข้างเปลี่ยนแปลงยากความคิดหรือ กรอบแนวคิด ที่จะเป็นตัวกำหนด การกระทำ และ การกระทำ เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะนิสัยของตัวเอง ซึ่งต้องรู้ตนเองว่าเราเป็นคนแบบไหน ชอบทำอะไร หรืองานแบบไหนที่เหมาะสมกับเรา ซึ่งหากเราตัดสินใจทำงานในทางที่ไม่ใช่และขัดกับความคิด ก็ยากที่เราจะก้าวหน้า หรือประสบความสำเร็จในงานนั้นๆ ได้ดีเท่าที่ควร

จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า ซึ่ดความสามารถเป็น คุณลักษณะของปัจเจกชนที่จะส่งเสริมให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพ โดยซึ่ดความสามารถเป็นผลรวมของ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับภารกิจที่ปฏิบัติอยู่ และซึ่ดความสามารถปรับเปลี่ยนและยกระดับขึ้นได้ด้วยการพัฒนาที่ส่งเสริมในบุคคลเกิดการเรียนรู้สารสนเทศหรือข้อมูลใหม่ๆ ที่จำเป็นในการปรับเปลี่ยนแรงขับไปสู่ความสามารถที่สูงขึ้นได้ และเชอร์มอน (Shermon, 2004) ได้สรุปความหมายของซึ่ดความสามารถไว้ 2 ความหมาย คือ 1) หมายถึงความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในขอบเขตงานที่ตนรับผิดชอบ 2) หมายถึงคุณสมบัติที่จำเป็นต้องมีของบุคคลเพื่อให้ตนสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่เชอร์มอนเน้นไปที่ความหมายที่ 2 เพราะซึ่ดความสามารถ (Competency) จะหมายถึง สิ่งที่ทำให้บุคคลแสดงออกถึงพฤติกรรมที่จะนำมาสู่ผลการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นผลลัพธ์

ทางธุรกิจที่องค์กรต้องการ ซึ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการก่อเกิดหรือเหตุผลที่จะต้องมีการจัดการอบปัจจัยขีดความสามารถที่จำเป็นในการปฏิบัติงานแต่ละตำแหน่ง โดยมีความเชื่อว่า หากบุคคลมีระดับขีดความสามารถดังกล่าวในระดับตามที่ถูกคาดหวัง อันจะส่งผลต่อพฤติกรรม การปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดผลิตภาพในการผลิตและบริการ ซึ่งในท้ายที่สุด ก็จะไปสู่เป้าหมายที่องค์กร กำหนดไว้นั่นเองซึ่งสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 ความหมายของขีดความสามารถที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม ผลงาน และผลลัพธ์
ที่มา: สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ (2549: 16)

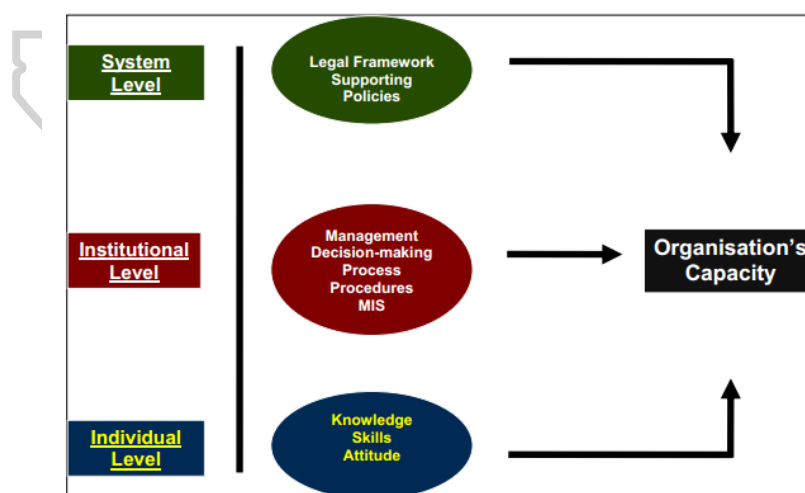
การพัฒนาขีดความสามารถนั้นเป็นทั้ง แนวทาง กลยุทธ์ และวิธีการที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากภายนอกเข้าไปช่วยยกระดับสมรรถนะ (Improve Performance) ด้านใดด้านหนึ่งของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายใน ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึงคนหรือเครือข่ายภายในชุมชน (Bolger, 2000) นอกจากนั้นยังมีการปรับกระบวนการทัศน์และเปลี่ยนจากการเสริมสร้างขีดความสามารถ (Capacity Building) มาใช้คำว่า การพัฒนาขีดความสามารถ (Capacity Development) แทน โดยให้คำจำกัดความว่า คือ กระบวนการที่ปัจเจก กลุ่มคน องค์กร สถาบัน และสังคม เพิ่มศักยภาพตนเองด้านการปฏิบัติหน้าที่หลักในการกำหนดปัญหา แก้ไขปัญหา และดำเนินการให้

บรรลุวัตถุประสงค์ได้ ทั้งนี้การพัฒนาขีดความสามารถนั้นสามารถทำได้ใน 3 ระดับ ดังแสดงในภาพที่ 2.1 (ทองเปลว กองจันทร์และคณะ, 2557) กล่าวคือ

1. ระดับภาพรวมทั้งระบบ (System Level) เป็นลักษณะของการกำหนดแนวนโยบาย (Policy) กฎหมาย/ข้อบังคับ (Legal/Regulatory) แนวทางการใช้ทรัพยากร (Resources) รวมถึงแนวทางปฏิบัติ (Process) เพื่อนำมาสนับสนุนให้การบริหารจัดการทั้งระบบเกิดประสิทธิภาพ

2. ระดับหน่วยงาน/องค์กร (Institutional Level) เป็นลักษณะของการพัฒนากระบวนการวางแผนและจัดการของหน่วยงาน/องค์กร โดยการเพิ่มทักษะความชำนาญให้แก่บุคลากร สำหรับนำมาใช้ปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน/องค์กรนั้น

3. ระดับบุคคล (Individual Level) เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ทั้งนี้เพื่อเพิ่มทักษะความชำนาญ ความรู้ ความสามารถทัศนคติที่ดีให้บุคลากร การเพิ่มขีดความสามารถนั้นเป็นได้มากกว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยการส่งบุคลากรไปเข้าฝึกอบรมหรือเข้าไปเรียนในโปรแกรมการเรียนรู้ต่างๆ แต่บุคลากรยังต้องสามารถนำทักษะและความรู้ใหม่ๆ มาใช้ในหน่วยงาน/องค์กรนั้นๆ ได้นอกจากนี้ยังต้องสามารถประเมินได้ว่าหน่วยงานของตนยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพของหน่วยงานและองค์กรหรือไม่



ภาพที่ 9 ระดับของการเสริมสร้างขีดความสามารถ
ที่มา ทองเปลว กองจันทร์ และคณะ, มปป: 3

ทั้งนี้แนวคิดพื้นฐานของการเสริมสร้างขีดความสามารถเกิดขึ้นบนพื้นฐานของการให้ชุมชนเป็นผู้ตัดสินใจดำเนินการ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอนการดำเนินการ ผ่านองค์ความรู้และศักยภาพของชุมชนจะเห็นได้ว่าการเสริมสร้างขีดความสามารถนับเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการดำเนินงานด้านการพัฒนา มีขอบเขตกว้างและครอบคลุมหลายหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการในการประเมินความรู้ ทักษะและทัศนคติ ของบุคคล เพื่อให้เกิดการพัฒนาให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น
2. การพัฒนาองค์กรและการสร้างเครือข่าย โดยเป็นพัฒนาระบบการจัดการ การวางแผน ขั้นตอนการทำงานของแต่ละองค์กร และหมายรวมถึงการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน
3. การพัฒนากรอบกฎระเบียบ ข้อบังคับเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ

2.4.2.4 องค์ประกอบของขีดความสามารถ

เมื่อพิจารณาความหมายของคำว่าขีดความสามารถแล้ว จะพบว่า ขีดความสามารถเป็นคุณลักษณะภายในบุคคลที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวพันและหนุนเสริมซึ่งกัน โดยมีผู้ให้นิยามองค์ประกอบของขีดความสามารถ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แมคคูลาเลน (1973 อ้างใน Spencer, 1993: 11) ได้แบ่งองค์ประกอบของขีดความสามารถไว้ 5 ส่วนและมีความหมายขององค์ประกอบทั้ง 5 ไว้ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) หมายถึงสิ่งที่ถูกส่งสมมาจากการศึกษาค้นคว้าจากทั้งในและนอกระบบเป็นบรรดาข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดของเรื่องราวการกระทำอันเป็นประสบการณ์ของบุคคลซึ่งสะสมและถ่ายทอดสืบต่อกันมาเมื่อบุคคลได้รับความรู้โดยการฟังการอ่านหรือการเขียนบุคคลจะทำความเข้าใจกับความรู้นั้นๆ ความเข้าใจนี้อาจแสดงออกในรูปของการพูดความคิดเห็นหรือข้อสรุปตามสถานการณ์จากนั้นบุคคลจะนำความรู้ไปใช้ ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ในตัวบุคคลซึ่งจำเป็นต้องานหน้าที่ที่รับผิดชอบเป็นความรู้เฉพาะด้านของบุคคลเช่นความรู้ภาษาอังกฤษหรือภาษาเพื่อการสื่อสารความรู้เกี่ยวกับระบบขับเคลื่อนของเครื่องยนต์ความรู้เรื่องของเส้นทางเดินรถ เป็นต้น จึงสรุปได้ว่า ความรู้และทฤษฎีปฏิบัติมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและต้องพึ่งพาอาศัยกันสร้างเสริมความรู้ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนนั้นจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัว ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ความรู้ในเรื่องเฉพาะ (knowledge of specifics) เช่น คำสั่งที่เป็นสัญลักษณ์ต่างๆ ความรู้ในขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้คำศัพท์เฉพาะ

(knowledge of terminology)ความรู้ในข้อเท็จจริง (knowledge of specific facts) 2)ความรู้ในเรื่องวิธีการจัดการเฉพาะเรื่อง(knowledge of ways and means of dealing with specifics) ได้แก่ ความรู้ในเรื่องวิถีทาง วิธีการจัดระเบียบ รวมทั้งการวิพากษ์วิจารณ์ มุ่งให้ผู้เรียนทำกิจกรรมที่อยู่ระหว่างความรู้เฉพาะสิ่งกับความรู้ในเรื่องทั่ว ๆ ไป ซึ่งได้แก่ ความรู้ในเรื่องระเบียบประเพณี หรือแบบแผนนิยม (conventions) ความรู้เรื่องแนวโน้มและลำดับเหตุการณ์ (trends and sequences) ความรู้เรื่องประเภทและจำพวก (classification and categories) ความรู้เรื่องเกณฑ์ (criteria) ความรู้เรื่องระเบียบวิธีการ (methodology) และ 3) ความรู้เรื่องที่เป็นสากลและนามธรรมในสาขาต่างๆ (knowledge of the universals and abstractions of a field) ได้แก่ ความรู้กฎ ทฤษฎี โครงสร้าง คือ ความรู้เรื่องหลัก และข้อสรุป ความรู้ทฤษฎีและโครงสร้าง (theories and structure)

2. ทักษะ (Skill) หมายถึง สิ่งที่จะต้องพัฒนาและฝึกฝนให้เกิดขึ้น และจะต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกปฏิบัติให้เกิดทักษะนั้นขึ้นมา เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานและจะส่งผลให้บุคคลกระทำกิจกรรมนั้นได้ดี และดียิ่งขึ้นเมื่อมีการฝึกปฏิบัติเป็นประจำจนเกิดความชำนาญ โดยความสามารถเหล่านี้จะรวมไปถึงการคิดเชิงระบบ (Analytical thinking) ที่คิดถึงความเป็นเหตุเป็นผลด้วย นอกจากต้องอาศัยแรงจูงใจ ความคิดรวบยอด และทัศนคติแล้ว ยังต้องอาศัยทักษะในการทำงานอีกด้วย ซึ่งทักษะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การทำงานมีความคล่องแคล่วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

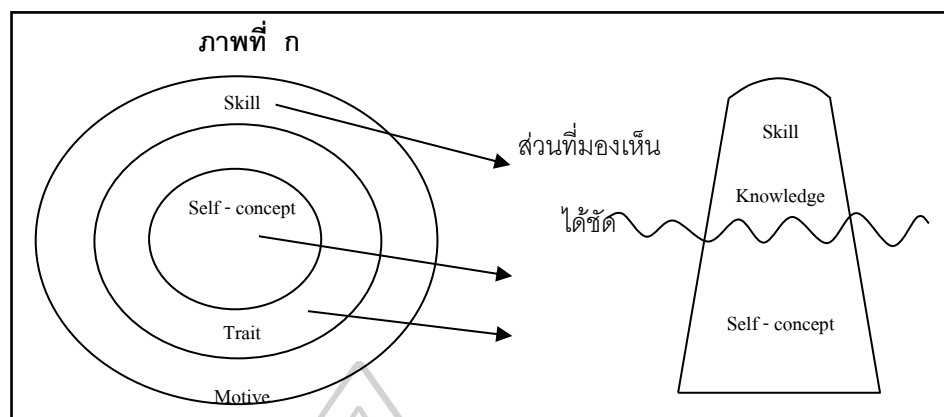
ทักษะเป็นการปฏิบัติซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งมีภาวะเบื้องต้นที่มีผลต่อการฝึกทักษะที่สำคัญ คือ 1) การเกิดขึ้นพร้อม ๆ กันของสิ่งเร้าและการตอบสนอง เมื่อเกิดสิ่งเร้า การตอบสนองจะต้องเกิดขึ้นทันทีและเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้การเรียนรู้ทักษะได้ดี 2) การปฏิบัติ (practice) เป็นการทบทวน ช่วยป้องกันการลืมส่วนย่อย ซึ่งก่อให้เกิดความชำนาญถึงขั้นเชี่ยวชาญ 3) การรู้ผลของการปฏิบัติ (feedback) หรือการรู้ผลของการกระทำที่ใช้กับการเรียนทักษะนั้น เป็นการเปรียบเทียบความสามารถ การกระทำที่ทำได้กับการกระทำอันเป็นมาตรฐานสำหรับทักษะนั้น 4) เกี่ยวกับตัวผู้ฝึก ต้องมีวุฒิภาวะ ลักษณะนิสัยส่วนตัว โครงสร้างทางร่างกาย ประสบการณ์เดิม ความพร้อมและมีแรงจูงใจและ 5) เกี่ยวกับวิธีการฝึก ต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายของการฝึกให้ชัดเจน สาธิตการฝึกให้ดูเป็นแบบอย่าง ดังนั้นการฝึกทักษะบางอย่างที่มีความซับซ้อนและยากเกินกว่าที่ผู้ฝึกปฏิบัติได้ จึงจำเป็นต้องแบ่งทักษะออกเป็นขั้น ๆ โดยในแต่ละขั้นนำไปสู่ความสามารถในระดับที่สูงขึ้นจนบรรลุถึงเป้าหมายในที่สุด

3. แนวคิดของตน (Self – concept) ซึ่งประกอบด้วย ทศนคติ (Attitude) ค่านิยม (Value) และภาพลักษณ์ของตน (Self image) หรือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็น จะสามารถสังเกตได้จากพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมา เช่น คนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง จะเชื่อว่าตนเองสามารถแก้ปัญหาต่างๆ ได้ การเห็นคุณค่าของงาน พึงพอใจในงานและการรับรู้ เรียกว่าพฤติกรรมด้านความรู้สึก (affective domain) พฤติกรรมด้านนี้เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรู้สึก (feeling) ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับความสนใจ ทศนคติ ความซาบซึ้ง และคุณค่า

4. ลักษณะส่วนบุคคล (Trait) หมายถึง บุคลิกลักษณะประจำของบุคคล เป็นสิ่งที่อธิบายถึงลักษณะของบุคคลผู้นั้น เป็นคุณลักษณะที่มักแสดงออกเพื่อโต้ตอบต่อสถานการณ์หนึ่งๆ เช่น ความเป็นคนที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (บุคลิกลภาพ) ความอดทนต่อความเหนื่อยล้า ความเครียดต่อความเหนื่อยล้า ภาวะผู้นำ หรือลักษณะและความสามารถในการเรียนรู้

5. แรงขับภายในหรือแรงจูงใจ (Motive) หมายถึง สิ่งซ่อนเร้นอยู่ในความคิด ซึ่งเป็นต้นเหตุของการแสดงออกหรือพฤติกรรมที่จะมุ่งไปสู่เป้าหมายของเขา เช่น บุคคลที่มุ่งผลสำเร็จ มักชอบตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย และพยายามทำงานให้สำเร็จตามเป้าที่ตั้งไว้ ตลอดจนพยายามปรับปรุงวิธีการทำงานของตนเองเสมอ

ดังนั้น องค์ประกอบทั้ง 5 ข้างต้นจึงกลายมาเป็นแนวทางในการกำหนด นิยาม ความหมายของขีดความสามารถ ว่าเป็นกลุ่มของความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ (attributes รวมส่วน self – concept และ trait, motive ไว้ด้วยกัน เนื่องจากทั้งสามส่วนนี้เกี่ยวข้องกัน สิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบต่องานหลักของตำแหน่งงานและความรับผิดชอบในหน้าที่ของคนๆ นั้น ซึ่งสามารถวัดผลแล้วนำไปเปรียบเทียบกับมาตรฐานได้ อย่างไรก็ตามสิ่งเหล่านี้สามารถสร้างเสริมขึ้นได้ โดยผ่านการฝึกอบรมและพัฒนา ที่แสดงว่าส่วนที่เป็นยอดภูเขาน้ำแข็ง คือส่วนที่เป็นทักษะและความรู้ที่สามารถมองเห็น แต่ส่วนที่จมน้ำ อันประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล แนวคิดของตน และแรงจูงใจ จะปรับปรุงและพัฒนาดีกว่า ต้องค่อยๆ พัฒนาโดยการให้ข้อมูลสารสนเทศที่ถูกต้อง ผ่านการหล่อหลอมจากการดำรงชีพและการทำงานนั่นเอง ดังภาพ



ภาพที่ 10 แสดงความหมายของขีดความสามารถตามแนวคิดของเดวิด ซี.แมคเคลเลน

ที่มา: สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ (2549: 14)

2.4.2.5 ประเภทของขีดความสามารถ

สืบเนื่องจาก คำจำกัดความและขอบเขตของขีดความสามารถ ซึ่งสามารถสรุปเพื่อนำไปสู่การกำหนดประเภทของขีดความสามารถของบุคคลากรนั้น สามารถสรุปได้ว่า ขีดความสามารถเป็นงาน (Competency as Task) กล่าวคือ ขีดความสามารถตามลักษณะงานเป็นการแสดงถึงขีดความสามารถต่างๆ ที่แบ่งออกเป็นงานย่อยๆ และกำหนดขอบเขตของงานที่จะทำได้ เช่น งานขับรถบรรทุกหรือขับรถโดยสาร จะมีงานย่อยต่างๆ กล่าวคือ ความสามารถในการอดทนต่อระยะเวลาการเดินทาง อดทนต่อความเมื่อยล้า เป็นต้น ขีดความสามารถจะแสดงให้เห็นถึงผลงาน (Outcome) โดยผลงานดังกล่าวสามารถวัดได้โดยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบย่อยๆ ซึ่งจะรวมกันไปสู่ผลลัพธ์ร่วมอีกทั้งขีดความสามารถยังเป็นผลลัพธ์ (Competency as Outputs) กล่าวคือขีดความสามารถต้องค้นหาความต้องการจากลูกค้าทั้งภายในและลูกค้าภายนอก เพื่อให้ได้มาถึงลักษณะของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งสามารถเรียนรู้และพัฒนาได้จากการฝึกฝน (ปิยะชัย จันทรวงศ์ไพศาล, 2549: 15; กิริติ ยศยิ่งยง, 2549: 14) ดังนั้น การกำหนดขีดความสามารถของแต่ละงานในองค์กรนั้น จึงจะต้องสอดคล้องเชื่อมโยงและตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ภารกิจ และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดขึ้นขององค์กร (อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์, 2549:1) นอกจากนี้แนวคิดเรื่องขีดความสามารถ ยังสามารถนำมาใช้ในกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ทั้งในส่วนการสรรหา คัดเลือก พัฒนา และประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรได้ตรงกับวัตถุประสงค์ของตำแหน่งงาน และองค์กรมากที่สุด อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับการจัดการความรู้และ

องค์กรแห่งการเรี่ยไรอีกด้วย แนวคิดนี้จึงได้รับความสนใจแพร่หลายมากขึ้นและเป็นแนวคิดหนึ่งของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่ และเมื่อพิจารณาถึงที่มา นิยามและพัฒนาการของแนวคิดขีดความสามารถแล้ว พบว่าในองค์กรหนึ่งๆ สามารถจำแนกระดับของขีดความสามารถได้ 2 ระดับ (กีรติ ยศยิ่งยง, 2549: 10) คือ

1. ขีดความสามารถระดับองค์กร(Organization Competency or Organization Capability) เป็นสิ่งที่จะแสดงออกมาให้เห็นว่า องค์กรมีอะไรเป็นความสามารถหลักในการดำเนินธุรกิจ มีอะไรเป็นกิจกรรมหลักและจะทำอะไร ซึ่งจะปรากฏในวิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งอาจเรียกว่า ขีดความสามารถหลัก (Core competency) เนื่องจากเป็นคุณลักษณะร่วมพื้นฐานที่เป็นหลักและจำเป็นต้องมีในทุกตำแหน่งงานและทุกในองค์กรจะต้องมี โดยองค์กรต่างกันก็จะมี Core Competency ที่แตกต่างกันอันเป็นผลมาจากการผสมผสานที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร

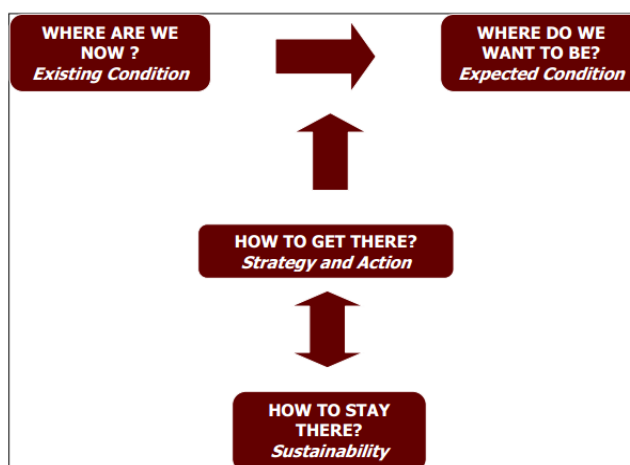
2. ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) หมายถึง พฤติกรรมหรือการแสดงออกของบุคคล (Individual Behavior) ตลอดจนการใช้ความรู้ และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง การรับรู้ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรหรือในการปฏิบัติงาน ซึ่งขีดความสามารถระดับทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรนี้จะเป็นตัวสนับสนุนหรือขีดขวางการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในภาพรวมต่อไป และบุคคลที่อยู่ในองค์กรเดียวกันแต่คนละหน่วยงาน หรือกลุ่มงานก็จะมีขีดความสามารถระดับบุคคลที่แตกต่างกันไปตามลักษณะงาน โดยทั่วไปจะมีการจำแนกขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กรได้ 3 กลุ่มคือ

2.1 กลุ่มขีดความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ ซึ่งอาจเรียก Functional/ Technical หรือ Job Competency ขีดความสามารถในกลุ่มนี้ หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งงาน ที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ คุณลักษณะส่วนบุคคล (Job-Based) ที่จะช่วยสนับสนุนให้บุคคลนั้นสามารถปฏิบัติงานนั้นๆประสบความสำเร็จและอาจโดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป

2.2 กลุ่มขีดความสามารถส่วนบุคคล Personal หรือ Individual Competency หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคล (Individual-Based) ที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป โดยบุคคลดังกล่าวจะต้องมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติเป็นพื้นฐานเบื้องหลังอยู่ (กีรติ ยศยิ่งยง, 2549: 91)

2.3 กลุ่มขีดความสามารถตามลักษณะในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ ตรงกับคำว่า Managerial or Professional Competency หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะของบุคคลในการบริหารจัดการที่จะส่งเสริมให้บุคคลนั้นสามารถบริหารจัดการบทบาทและหน้าที่ในการบริหารจัดการให้ประสบความสำเร็จ (กีรติ ยศยิ่งยง, 2549: 91) ขีดความสามารถในกลุ่มนี้มีความสำคัญและจำเป็นกับบุคคลากรระดับบริหารมาก ซึ่งจะมีลักษณะไม่นิ่งหรือมีความเป็นพลวัต (Dynamic) สามารถยืดหยุ่นให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรตั้งนั้น ขีดความสามารถในกลุ่มนี้จึงไม่จำเป็นที่ทุกคนในองค์กรจะต้องมี โดยขีดความสามารถเหล่านี้จะทำให้บุคคลแตกต่างจากผู้อื่น (Differentiating Competency) ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานขับรถขนส่งสินค้าและขนส่งโดยสาร มีผลการดำเนินงานได้ตามมาตรฐานหรือดีกว่าบุคคลทั่วไป โดยขีดความสามารถกลุ่มนี้จะมุ่งเน้นที่การใช้ความรู้ ทักษะและคุณลักษณะอื่นๆ เช่น ค่านิยม แรงจูงใจ ทัศนคติ ฯ เพื่อช่วยให้เกิดผลสำเร็จที่ดีที่สุดซึ่งในส่วนของความรู้จะเป็นความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การขับรถที่จะนำมาประยุกต์หรือนำมาใช้จนเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่จะทำให้เกิดความปลอดภัย ตรงเวลา และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคนและในส่วนของทักษะจะเป็นเฉพาะการใช้ทักษะที่ก่อให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพ เช่น ความตระหนักต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในหน้าที่ รวมไปถึง คุณลักษณะภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการทำงาน เช่น การทำงานให้สำเร็จตรงตามเวลา การตระหนักถึงชีวิตและทรัพย์สินที่ขนส่ง หรือความพึงพอใจในงานและองค์กรอันเป็นแรงจูงใจส่วนหนึ่ง เป็นต้น

(ทองเปลว และคณะ, 2550) กล่าวว่าในการพัฒนาขีดความสามารถทั้ง 3 ระดับนั้น (ระดับภาพรวมของระบบ ระดับหน่วยงาน/องค์กร และระดับบุคคล) จำเป็นต้องประเมินสถานะภาพปัจจุบันของตนเอง รวมถึงคาดการณ์สถานะภาพที่คาดหวังให้เกิดขึ้นในอนาคต จากนั้นกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการปฏิบัติเพื่อไปสู่สถานะที่คาดหวัง รวมถึงการหาวิธีที่ยั่งยืนหยุดอยู่ ณ จุดนั้นได้อย่างยั่งยืน ดังแสดงตามภาพที่ 11 ทั้งนี้ตัวชี้วัดที่ใช้ในการประเมินการพัฒนาขีดความสามารถนั้นพิจารณาได้จากองค์ประกอบที่หลากหลาย ดังแสดงตามภาพ



ภาพที่ 11 ขอบข่ายการพัฒนาขีดความสามารถ

ที่มา ทองเปลว กองจันทร์ และคณะ, มปป: 4

จากการวัดประเมินการพัฒนาขีดความสามารถนั้น ถือเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและท้าทาย จึงได้นำเสนอให้มีการแบ่งส่วนประกอบ ตามแนวคิดของ (Australian Volunteers International, 2006) ในการเสริมสร้างขีดความสามารถโดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับดังต่อไปนี้

1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หรือการพัฒนาทักษะงานต่างๆ โดยมีกิจกรรมในการพัฒนาผ่านการถ่ายทอดทักษะความรู้ การฝึกงาน การจัดระบบพี่เลี้ยง การสังเกตการณ์ การฝึกสอน เป็นต้น

2) การพัฒนาระบบงานในองค์กร ผ่านเครื่องมือที่หลากหลายเช่น การพัฒนาองค์กร การปรับโครงสร้างองค์กร คู่มือการทำงาน คู่มือรายการการทำงาน การเปรียบเทียบมาตรฐาน (Benchmarking) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ เป็นต้น

3) การพัฒนาเครือข่ายการติดต่อสื่อสาร ผ่านจัดทำเครือข่ายการทำงาน สมาคม ประชุมกลุ่ม การจัดตั้งกลุ่มการทำงานร่วมกันในการให้คำปรึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

การพัฒนาคุณสมบัติของบุคลากรในองค์กรให้เกิดพฤติกรรมในการทำงานหรือเกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี (Performance Assessment) ให้ได้ตามที่องค์กรหรืออุตสาหกรรมคาดหวัง ก็จะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในที่สุด อย่างไรก็ตาม การจะจัดการให้บุคลากรในตำแหน่งต่างๆ มีระดับสมรรถนะเป็นไปตามที่องค์กรหรืออุตสาหกรรมคาดหวังนั้น จำเป็นที่ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างและมีกระบวนการยกระดับสมรรถนะดังกล่าว ซึ่งในปัจจุบันได้มีแนวคิดของการพัฒนาสมรรถนะในรูปแบบที่เรียกว่า Competency –

Based Training (CBT) ซึ่งมุ่งเน้นที่การพัฒนาคุณสมบัติของบุคคลที่จำเป็นต้องงานเฉพาะบทบาทหน้าที่ เช่น พนักงานส่วนหน้ายังไม่มีทักษะให้ข้อมูลต่างๆ ระหว่างการสื่อสารกับลูกค้าได้ ไม่มีความรู้ในตัวสินค้าและบริการของตนอย่างชัดเจน มีทักษะในเรื่องของการสื่อสารและเรื่องความปลอดภัยต่ำกว่าระดับที่เหมาะสม ก็จะมีแผนการพัฒนาเฉพาะส่วนที่ขาดและจำเป็นต้องภาระหน้าที่งาน

จึงอาจกล่าวได้ว่า กระบวนการพัฒนาสมรรถนะที่เรียก Competency – Based Training: CBT เป็นกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสมรรถนะ ซึ่งจะต้องออกแบบให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง การแข่งขันของตลาด ความหลากหลายของลูกค้า และต้องตอบสนองต่อกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กรซึ่งอาจขึ้นถึงเป้าหมายระดับอุตสาหกรรม รวมทั้งต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายใน เช่น วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างองค์กร ความรู้และทักษะของพนักงาน เทคโนโลยีที่องค์กรใช้ และผลของการดำเนินการพัฒนาบุคคลโดยผ่านกระบวนการอบรมเชิงสมรรถนะจะส่งผลต่างๆ คือ 1) บุคลากรและองค์กรได้รับการพัฒนาสมรรถนะ (ความรู้ ทักษะ ทักษะคิดและคุณลักษณะ) 2) พฤติกรรมของบุคคลและองค์กรเปลี่ยนไปตามสมรรถนะที่ได้รับการพัฒนา 3) พฤติกรรมของบุคคลและองค์กรก่อให้เกิดผลงาน (สินค้าและบริการ) 4) ผลของ 3 ขั้นตอนก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นเป้าหมายขององค์กร สุดท้ายจะก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานบนฐานสมรรถนะ (Competency – Based Performance) ในการสร้างและพัฒนาสมรรถนะตามแนวคิดกระบวนการฝึกอบรมเชิงสมรรถนะ นี้ มีผู้เสนอวิธีการและขั้นตอนแต่ต่างหลากหลายวิธี และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดแต่ละขั้นตอนเหล่านั้นแล้วจะพบว่า มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันโดยหลักการ หากแต่จะมีความแตกต่างกันบ้างในบางขั้นตอนซึ่งเป็นการแตกต่างระดับวิธีการ โดยงานวิจัยที่สรุปเกี่ยวกับขีดความสามารถทางการแข่งขัน ของ Blancer, Boroski and Dyer (1996) ได้ศึกษาความสามารถที่ต้องการในหน่วยงานการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจการศึกษาพบว่า โมเดลขีดความสามารถ (Competency Model) ของทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ขีดความสามารถหลัก (Core Competencies) เป็นความสามารถหลักที่ทุกตำแหน่งในหน่วยงานการบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องมีเป็นความสามารถหลักที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งประกอบด้วย 11 ความสามารถและจัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. ศักยภาพส่วนบุคคล (Personal

Integrity) ประกอบด้วย 3 ความสามารถ 1. จริยธรรม (Ethics) จริยธรรม ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ความยุติธรรม 2. คุณภาพที่ได้มาตรฐาน (Standards of Quality) มีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพในการทำงาน 3. การตัดสินใจ (Judgment) ความสามารถในการตัดสินใจ โดยอาศัยหลักของความเป็นเหตุเป็นผลและความเป็นจริงภายใต้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง กลุ่มที่ 2 การมุ่งก้าวหน้าและแรงผลักดัน (Ambition and Drive) เป็นความสามารถที่จะรู้ว่าทำอย่างไร งานจึงจะได้ผลสำเร็จตามต้องการ 1. การมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result Orientation) ความสามารถที่จะรู้ว่าทำอย่างไรจึงจะทำงานได้ตามผลที่ต้องการ 2. ความคิดริเริ่ม (Initiative) ความสามารถที่จะทำงานได้เหนือความต้องการที่ตั้งไว้ในสถานการณ์หนึ่งๆ 3. ความมั่นใจ (Self Confidence) ความมั่นใจในต่อความสามารถของตนเอง 4. ความกระตือรือร้นและยึดมั่น (Enthusiasm and Commitment) ความกระตือรือร้นที่จะทำงานและยึดมั่นต่อผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพอยู่เสมอ กลุ่มที่ 3 ทักษะการทำงานเป็นทีม (Team Skill) ประกอบด้วย 4 ความสามารถ 1. การสื่อสาร (Communication) ความสามารถในการใช้ภาษา การนำเสนอและอธิบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการพูด และการเขียนเพื่อที่จะทำให้ผู้อื่นเข้าใจและแสดงการตอบสนองที่เหมาะสม 2. การฟัง (Listening) ความสามารถในการตีความ และการใช้ข้อมูลที่ได้รับจากการสนทนา 3. การสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Building) ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์รายบุคคลและกลุ่มความสัมพันธ์ 4. การทำงานเป็นทีม (Teamwork) ความสามารถในการสร้างและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือกับผู้อื่น

2. ขีดความสามารถเสริม (Leverage Competency) เป็นความสามารถเสริมในการทำงาน ประกอบด้วย 6 ความสามารถ คือ 2.1 การมีอิทธิพล (Influence) ทักษะและความสามารถในการที่จะก่อให้เกิดผลกระทบทางส่วนบุคคลและองค์กร โดยที่ไม่ใช้อำนาจในการออกคำสั่ง 2.2 การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ (Utilization of Resource) ความสามารถในการหา รับแลดวางทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกอย่างเหมาะสม 2.3 ตระหนักถึงลูกค้า (Customer Awareness) มีความเข้าใจในลูกค้าทั้งในและนอกองค์กร 2.4 ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความสามารถในการประดิษฐ์สำรวจและสร้างแนวคิด การแก้ปัญหาแบบใหม่ๆ รวมทั้งการกระตุ้นให้เกิดความคิดแก่ตนเองและผู้อื่น 2.5 การตั้งคำถาม (Questioning) ความสามารถในการรวบรวมและตีความข้อมูลโดยผ่านการตั้งคำถามที่เหมาะสม 2.6 ความฉลาดมีไหวพริบเกี่ยวกับองค์กร (Organization Astuteness) ความเข้าใจในความรู้สึกรายบุคคล อำนาจและความสัมพันธ์

3. ความสามารถเฉพาะตำแหน่งงาน (Role-Specific Competencies) เป็นความสามารถเฉพาะของแต่ละตำแหน่งงานทั้ง 6 ตำแหน่งงานคือ 3.1 ผู้ปฏิบัติงานในด้านการศึกษเกี่ยวกับความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Competency Practitioner) 3.2 นักวางกลยุทธ์ทางด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Strategist/Generalist) 3.3 ผู้ริเริ่มหรือผู้คิดค้นใหม่ ๆ ในงานด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Initiative Leader) 3.4 ผู้สนับสนุนงานด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Operation Support) 3.5 ที่ปรึกษาด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Consultant) 3.6 ผู้นำทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร (Human Resource Organization Leader)

สรุปจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถทางการแข่งขันพบว่า ขีดความสามารถเป็นเรื่องคุณลักษณะภายในบุคคลที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องพันธุและหนุนเสริมซึ่งกัน ทักษะ ความรู้ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของทรัพยากรมนุษย์ ขีดความสามารถจะมีลักษณะและองค์ประกอบ คือ ทักษะและความรู้ (Skill and Knowledge) สิ่งที่คุณเห็นคือสิ่งที่คุณสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน สิ่งที่ไม่เห็นเป็นสิ่งที่ซ่อนเร้นยากแก่การสังเกต (Value, Trait, Attitude, Drive) ความสามารถในการทำข้อสอบได้ดีจะสะท้อนให้เห็นในพฤติกรรมของใครบางคน นี่เป็นเพราะคนที่ฉลาดและมีความรู้มักจะประพฤติตนในลักษณะที่บ่งบอกว่าพวกเขาทำได้ดีในการทดสอบ เช่นรู้จักการกำหนดเป้าหมายการทำงาน การหาหนทางในการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมตามเป้าหมายได้ด้วยตนเอง ส่วนขีดความสามารถตามคุณลักษณะเดิมของแต่ละคนซึ่งประกอบด้วย ค่านิยม อุปนิสัย ทัศนคติ แรงขับจะส่งผลให้คนสามารถประยุกต์ใช้ขีดความสามารถของตนในการปฏิบัติงาน เช่น ความสามารถในการจูงใจคนให้ปฏิบัติงานตามซึ่งเป็นศักยภาพของลักษณะผู้นำ และ ความรู้ ทัศนคติ ทักษะ และความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมดังกล่าว จะทำให้การพัฒนาคนให้สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพการเปลี่ยนแปลงหรือการเข้าควบคุมการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสังคม ที่จะประกอบกันและทำให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับธุรกิจ ดังนั้นเมื่อเราพูดถึงขีดความสามารถในการแข่งขัน เราจึงหมายถึงการที่บริษัทหรือประเทศสามารถที่สนองความต้องการด้านการอุปโภคบริโภคสินค้าหรือบริการด้วยราคาและคุณภาพที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการรายอื่น และมีผลตอบแทนเป็นกำไรคุ้มค่าเพียงพอกับปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่ลงทุนไป โดยเฉพาะในโลกยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงมากในทุกๆ ด้าน และมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

โดยการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ผ่านการศึกษาสมรรถนะทั้งหมด 8 ด้าน ประกอบด้วย ซึ่งประกอบไปด้วย

1. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)
2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)
3. สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)
4. สมรรถนะหลัก (Core Competencies)
5. สมรรถนะในงาน (Functional Competencies)
6. สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency)
7. สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)
8. สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)

ที่จะเป็นมาตรฐานของสมรรถนะวิชาชีพในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ตอันประกอบด้วย คุณลักษณะภายในบุคคลที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวพันและหนุนเสริมกัน ได้แก่ ทักษะ ความรู้ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของทรัพยากรมนุษย์ที่จะสามารถสร้างขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency or Organization Capability) เป็นสิ่งที่แสดงออกมาให้เห็นว่า องค์กรมีอะไรเป็นความสามารถหลักในการดำเนินธุรกิจ มีอะไรเป็นกิจกรรมหลักและจะทำอะไร ซึ่งจะปรากฏในวิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งอาจเรียกว่า ขีดความสามารถหลัก (Core competency) เนื่องจากเป็นคุณลักษณะร่วมพื้นฐานที่เป็นหลักและจำเป็นต้องมีในทุกตำแหน่งงานและทุกในองค์กรจะต้องมี แต่อาจแตกต่างกันอันเป็นผลมาจากการผสมผสานที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร และ ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) คือ การใช้ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง การรับรู้ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรหรือในการปฏิบัติงาน

แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้คือ ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นกำลังหลักสำคัญ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการ โดยในหัวข้อถัดไปจะพูดถึงอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมไมซ์หรือการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจไมซ์ (MICE Business travel) เป็นการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ 4 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุมองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และการจัดแสดงสินค้า (Exhibitions) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีขนาดใหญ่และเป็นอุตสาหกรรมกลุ่มรายได้สูงของประเทศ รวมทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนโดยทรัพยากรมนุษย์เป็นหลัก

2.5 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

2.5.1 ความหมายของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry)

อุตสาหกรรมไมซ์หรือการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจไมซ์ (MICE Business travel) เป็นการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ 4 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุมองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และการจัดแสดงสินค้า (Exhibitions) โดยเรียกธุรกิจทั้ง 4 กลุ่มนี้ว่าธุรกิจไมซ์ หรือ MICE Business (Rae Dreith and Lisa Wade, 2011) ธุรกิจไมซ์ถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นที่รับรู้กันว่าสามารถสร้างรายได้ต่อหัวได้สูงกว่าการท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนทั่วไป ซึ่งจากประเด็นดังกล่าวส่งผลให้หลายๆ ประเทศเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์และพยายามที่จะสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมดังกล่าวให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะตัดวงผลประโยชน์จากการจัดงานไมซ์ในประเทศของตน ซึ่งการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจผ่านทาง การใช้จ่ายด้านต่างๆ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม บริษัทขนส่ง สถานที่จัดงานต่างๆ ผู้บริหารจัดการงานไมซ์ บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ซึ่งเงินที่ถูกใช้จ่ายลงไปเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่จะช่วยให้ผู้ที่ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ยังคงสามารถประกอบอาชีพต่อไปได้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไมซ์ คือ เป็นการสร้างรายได้ทางตรงจากรายได้ของนักท่องเที่ยวที่มาใช้จ่ายในประเทศไทย ความสำคัญด้านรายได้ทางอ้อมและการส่งเสริมธุรกิจอื่น นอกเหนือจากรายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ทางตรงแล้ว รายได้ที่เกิดจากการเจรจาการค้า การลงทุน การจัดงานแสดงสินค้า เป็นต้น ล้วนก่อให้เกิดรายได้ต่อประเทศหมุนเวียนจำนวนมหาศาล อุตสาหกรรมไมซ์ยังสามารถส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลของประเทศได้ด้วย นอกจากนี้ธุรกิจไมซ์ยังเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องในระบบเศรษฐกิจของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

2.5.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจอีเวนต์และจัดงานคอนเสิร์ต

อีเวนต์หรือการจัดกิจกรรมทางการตลาด เป็นการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและสร้างยอดขายให้กับสินค้าและบริการ นอกจากการเป็นประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ยังเป็นการกระตุ้นยอดขาย และสามารถใช้ในการสร้างกระแสการพูดถึงกิจกรรมที่เกิดขึ้น ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก การจัดงานอีเวนต์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไม่ว่า

จะเป็นสินค้าประเภทใด สิ่งสำคัญที่สุด คือ การทำให้ลูกค้านั้นมีประสบการณ์และมีความสัมพันธ์กับสินค้าโอกาสที่ได้สัมผัสทดลองสินค้า ภาพลักษณ์ขององค์กร จะถูกถ่ายทอดผ่านรูปแบบของการจัดงาน การตกแต่งของสถานที่ รวมไปถึงบรรยากาศของงานที่จัดขึ้นมา การจัดกิจกรรมเป็นจัดขึ้นได้รับความสนใจทั้งกลุ่มเป้าหมาย สื่อมวลชน และสาธารณชน ถือเป็นส่วนหนึ่งในการแนะนำสินค้า การบอกต่อ และต่อยอดให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถจำแนกผู้ประกอบการธุรกิจอีเวนต์ในประเทศไทยออกได้เป็นสองกลุ่มหลักๆ ได้แก่ องค์กรธุรกิจอีเวนต์ขนาดใหญ่ และองค์กรธุรกิจอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็ก

องค์กรธุรกิจอีเวนต์ขนาดใหญ่ จะเป็นกลุ่มธุรกิจอีเวนต์ที่มีประสบการณ์ยาวนาน ความคิดสร้างสรรค์เทคโนโลยีการบริหารจัดการงานอีเวนต์รวมถึงเงินทุนสูง มีบริษัทในเครือ และบริษัทที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น การจัดหาอุปกรณ์ ระบบแสงเสียง และบุคลากรอย่างครบวงจร รวมทั้งมีสื่อมวลชนที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์การจัดงานเพื่อสร้างการรับรู้การรับจัดงานของธุรกิจอีเวนต์ขนาดใหญ่นั้นจะครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น การจัดงานในเทศกาลต่างๆ คอนเสิร์ต การประชุม งานสัมมนา งานแสดงสินค้าในระดับประเทศ และนานาชาติ เป็นต้น องค์กรธุรกิจอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็กจะเป็นธุรกิจองค์กรที่เพิ่งเริ่มต้นประกอบธุรกิจจึงมีประสบการณ์เทคโนโลยีการบริหารจัดการงานอีเวนต์รวมถึงเงินทุนไม่มากนักรวมทั้งไม่มีบริษัทที่สนับสนุนองค์กร เช่น การจัดหาอุปกรณ์ระบบแสงเสียง และบุคลากร โดยส่วนใหญ่จะติดต่อประสานงานกันเป็นรายครั้ง และเปลี่ยนให้สอดคล้องตามรูปแบบและขนาดการจัดงานตามความเหมาะสม การจัดงานขององค์กรธุรกิจอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็กส่วนใหญ่จะจัดงานภายในประเทศ เช่น งานเปิดตัวสินค้า งานจัดเลี้ยงบริษัท งานครบรอบ งานพิธีการ เป็นต้น หรือทางธุรกิจอธิบายอย่างเห็นภาพได้ชัดเจนอีเวนต์ ความหมายในภาษาไทยคือ การจัดงาน งานกิจกรรมต่างๆ เรียกทับศัพท์ว่า “อีเวนต์” ซึ่งอีเวนต์อยู่รายรอบในชีวิตเราตลอดเวลาจนแทบจะนึกไม่ถึง เดินออกจากบ้าน มาทำงานมีประชุม มีอบรม ตามห้างร้านมีโปรโมชั่นเล็กใหญ่ ไปดูคอนเสิร์ต ไปงานแต่งงาน งานวันเกิด กิจกรรมการกุศล งานวัดงานบุญบ้าน งานเลี้ยงสังสรรค์ พลัดไม่ได้คืองานแสดงสินค้าที่เรียกว่า มหกรรมตามห้าง ตามศูนย์สินค้า

ตามความหมายของนักการตลาด อีเวนต์จะหมายถึง การตลาดเชิงกิจกรรม หรือภาษาอังกฤษคือ Event Marketing คือ เครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบกิจกรรม ที่แต่ละผลิตภัณฑ์จะคิดขึ้นมา เพื่อดึงดูดลูกค้าเป้าหมายให้มาเจอกับสินค้าและบริษัทสามารถสร้างยอดขาย ณ บริเวณจัดงานได้ทันที การทำกิจกรรมมีหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น การจัดประกวด การจัดแข่งขัน การจัดฉลอง การสัมมนา เป็นต้น(เกรียงไกรกาญจนะโกติน, 2550) นอกจากนี้ยังมี

นักวิชาการหลายคนพยายามอธิบายว่างานอีเวนต์คืออะไร หนึ่งในนั้นคือ Jeff Goldblatt ซึ่งเป็นผู้ที่นิยามความหมายได้อย่างตรงไปตรงมามากที่สุดว่า “งานอีเวนต์คือเหตุการณ์ที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะ ซึ่งจัดขึ้นในช่วงเวลาสำคัญหนึ่ง โดยมีการประกอบงานพิธีการและพิธีกรรมเพื่อบรรลุความต้องการอันจำเพาะเจาะจง” อีกความหมายของงานอีเวนต์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายซึ่งเป็นการนิยามผ่านมุมมองของผู้จัดงาน คือ “งานอีเวนต์คือกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว หรือกิจกรรมที่ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อย ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นอกเหนือไปจากโปรแกรมหรือกิจกรรมปกติที่เป็นการ สนับสนุน หรือการจัดการต่าง ๆ ” และอีกหนึ่งความหมายเป็นการอธิบายคำว่าอีเวนต์จากมุมมองของแขกผู้เข้าร่วมงาน ดังนี้

“งานอีเวนต์คือโอกาสที่จะได้รับประสบการณ์ทางสุนทนาการ สังคม หรือวัฒนธรรม ที่นอกเหนือไปจากตัวเลือกกิจกรรมปกติทั่วไป หรือนอกเหนือไปจาก ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในทุก ๆ วัน” จะเห็นได้ว่าความหมายจากทั้งมุมมองของผู้จัดงานและแขกรับเชิญต่างเน้นไป ถึงงานอีเวนต์ว่าเป็นสิ่งที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ถูกสร้างขึ้นให้กับ ผู้มาร่วมงาน นอกจากนี้ยังมีรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับความหมายของงานอีเวนต์ ซึ่งไม่ได้ ระบุไว้ในความหมายต่าง ๆ ข้างต้น ดังนี้ ประการแรกคือความหมายข้างต้นไม่ได้รวมถึงการระยะเวลาของการจัดงาน อีเวนต์ ซึ่งไม่สัมพันธ์กับความเป็นจริงที่ว่างานอีเวนต์มีช่วงเวลาจำกัดและเฉพาะเจาะจง แม้แต่งานอีเวนต์อย่างการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกที่มีระยะเวลาหลายสัปดาห์ และเมื่อสรุปว่า งานอีเวนต์มีกรอบเวลาที่เฉพาะเจาะจง จึงทำให้พิจารณาได้ว่างานอีเวนต์เป็นงานที่ ‘พิเศษ’ ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกเดือน

ประการที่สองคือ การจำกัดความของงานอีเวนต์ว่าเป็นเทศกาลแห่งการเฉลิมฉลอง และงานรื่นเริงเท่านั้น แต่ความเป็นจริงแล้ว งานอีเวนต์บางงานก็ไม่ได้เป็นเทศกาลแห่งการ เฉลิมฉลอง ดังเช่น งานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ ที่โดยธรรมชาติแล้วมีแต่ความ ไศกเศร้า และบางงานก็ไม่มีแง่มุมแห่งความรื่นเริงบันเทิงใจหรือการเฉลิมฉลองใด ๆ ดังเช่น การชุมนุมของพรรคคอมมิวนิสต์ในสาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อขอจัดข้อจำกัดของแนวความคิดที่ว่างานอีเวนต์เป็นเพียงงานรื่นเริงเท่านั้นออกไป ทำให้งานอีเวนต์สามารถถูกแยกออกมา จากบริบทของการท่องเที่ยวและกลายเป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งได้ ซึ่งก็คืออุตสาหกรรมการ จัดงานอีเวนต์ (Matthews, 2016) ด้วยเหตุนี้ ความหมายที่นิยามโดย Doug Matthews จึงอาจเหมาะสมที่สุด และ ในขณะเดียวกันก็สามารถเข้าใจได้ง่าย โดยได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

“งานอีเวนต์คือการรวมตัวกันของมนุษย์ ซึ่งโดยทั่วไปการรวมตัวกันจะคงอยู่ประมาณ ตั้งแต่ไม่กี่ชั่วโมงไปจนถึงหลายวัน และมีการออกแบบเพื่อเฉลิมฉลอง เป็นเกียรติแก่บุคคลหรือ

องค์กร จำหน่ายสินค้า ให้ความรู้ หรือเฝ้าสังเกตความอุตสาหะพยายามของมนุษย์” ความหลากหลายของประสบการณ์ต่าง ๆ ก็สามารถจัดเข้าประเภทของ “อีเวนต์” ได้ตั้งแต่การจัดงานทั่วไป เช่น งานฉลองวันเกิดของครอบครัวและเพื่อนสนิท ไปจนถึงงานที่มี ผู้มาร่วมงานนับพันคน เช่น พิธีเปิดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ เมื่อพิจารณาจากสิ่งที่กล่าว มานี้ แมทธิวส์ (2016) ได้สรุปว่างานอีเวนต์จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีช่วงเวลาที่กำหนดและแน่นอน โดยปกติมักเกิดขึ้นไม่กี่ชั่วโมงหรือไม่กี่วัน
2. เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวหรือเกิดขึ้นไม่บ่อยครั้ง โดยปกติจะจัดเป็น รายเดือนหรือรายปี
3. ถ้าอีเวนต์นั้นเป็นส่วนหนึ่งของซีรีส์การจัดงานที่จัดขึ้นเป็นประจำ ก็ต้องเป็นส่วนประกอบที่พิเศษของซีรีส์นั้น ๆ
4. มีลักษณะพิเศษเฉพาะ
5. มีผู้จัดงานอย่างน้อยหนึ่งคนหรือหนึ่งองค์กรทำหน้าที่เป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการวางแผนและควบคุมงาน

2.5.3 ประเภทของงานอีเวนต์

2.5.2.1 งานอีเวนต์เชิงบุคคล (Personal Event) เป็นประเภทงานอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือครอบครัว ได้แก่ งานแต่งงาน งานวันเกิด งานบวช งานขึ้นบ้านใหม่ หรืองานศพ ซึ่งงานที่กล่าวมาทั้งสิ้นมีจุดประสงค์ในการเข้าร่วมที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นการร่วมแสดงว่ายินดี การร่วมทำบุญ หรือแม้กระทั่งการแสดงความเสียใจ ซึ่งงานอีเวนต์เหล่านี้เป็นงานอีเวนต์ที่จัดขึ้นทั่วไปโดยใช้สถานที่ใกล้เคียงบริเวณชุมชนที่พักอาศัยและความร่วมมือจากเครือข่ายครอบครัวเพื่อนสนิทในบริเวณใกล้เคียงและความร่วมมือจากชุมชน

2.5.2.2 งานอีเวนต์เชิงธุรกิจ (Business Event) จัดอยู่ในหมวดหมู่อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ซึ่งถือว่าการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ อาทิ การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การฝึกอบรม การจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น เหล่านี้ล้วนแล้วแต่อยู่ในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ อุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า MICE (Meeting, Incentive, Convention, และ Exhibition) จึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ได้รับความยอมรับมากขึ้นในฐานะกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีการเติบโตสูงและมีความสำคัญต่อการ สร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประเทศ เนื่องจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ มี

เป้าหมายเฉพาะทางธุรกิจ มีอำนาจซื้อสูง และมีความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี ทั้งอาหารและเครื่องดื่ม สายการบิน โรงแรม ธุรกิจการขนส่ง สินค้า การเดินทางในประเทศ เป็นต้น ทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มไมซ์ จึงอยู่ในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ประมาณ 2-3 เท่า

2.5.3 รูปแบบของธุรกิจอีเวนต์

รูปแบบอีเวนต์ตามที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) แบ่งไว้ มี 5 รูปแบบดังนี้

1. อีเวนต์เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรม เป็นการแข่งขัน เกมพิธีมอบรางวัล หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ วัฒนธรรมและชีวิตทางสังคม เช่น ภาพยนตร์เพื่อการศึกษา เทศกาล ศิลปะการทำอาหารและทัศนศิลป์ซึ่งรวมถึงจิตรกรรมประติมากรรมภาพถ่าย และสื่อสื่อดิจิทัลอื่น ๆ

2. อีเวนต์เกี่ยวกับความบันเทิง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ แพชั่นการออกแบบผลิตภัณฑ์ คอมพิวเตอร์กราฟิก การนำเสนอรายการไลฟ์สไตล์ที่ผลิตในรูปแบบของการแสดง การประชุมเชิงปฏิบัติการ การนำเสนอเทคโนโลยีขั้นสูง สื่อภาพหรือแม้กระทั่งการใช้จุดหมายปลายทางเป็นพื้นหลังของการแสดง

3. อีเวนต์เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และไลฟ์สไตล์ are events that revolve around human creativity, fashion, product design, computer graphics, lifestyle items presentation that are produced in the form of performances, workshops, high-tech presentations, visual media or even the use of the destination as the background with lighting and performance.

4. อีเวนต์กีฬา ถูกกำหนดให้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศ หรือระดับภูมิภาค ระหว่างทีมสมาคมและบุคคลที่เป็นตัวแทนอย่างน้อย 3 ประเทศ

5. อีเวนต์การท่องเที่ยว รวมถึงเทศกาลรื่นเริง และการแสดง ด้วยการตกแต่งจุดหมายทางหรือภูมิทัศน์เมืองเป็นพื้นหลังหรือสถานที่สำคัญสำหรับเหตุการณ์

ปัจจุบันอีเวนต์ได้พัฒนาจากอีเวนต์ในอดีตไปอย่างมาก ทั้งนี้แล้วแต่วัตถุประสงค์ของแต่ละองค์กร แต่ละแบรนต์ การทำอีเวนต์สามารถจำแนกได้ดังนี้ ริรพันธ์ โฉมทองคา (2546) และ Giannini (2010) แบ่งกิจกรรมพิเศษ ออกเป็น 2 ประเภท

1) กิจกรรมพิเศษที่สร้างเอง (Created Event หรือ Self-Produced Event) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่องค์กรคิดและจัดขึ้นเอง

2) กิจกรรมพิเศษที่ไปร่วมกับผู้อื่น (Participating Event หรือ Third-party Event) หมายถึง กิจกรรมที่แบรนต์หรือองค์กรได้เข้าไปมีส่วนร่วมร่วมกับองค์กรอื่นเพื่อจัดกิจกรรม หรือการ

เข้าไปมีส่วนร่วมในงานที่ผู้อื่นคิดขึ้น อาจจะอยู่ในสถานะผู้สนับสนุนก็ได้เช่นกัน กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นเองนั้นองค์ที่จัดงานสามารถออกแบบงานอีเวนต์ให้เป็นไปตามที่องค์กรต้องการและควบคุมงบประมาณได้เองและง่ายกว่ากิจกรรมพิเศษที่ไปร่วมกับผู้อื่นนั้นจะมีในเรื่อง รูปแบบของงานและงบประมาณที่ต้องมีการตกลงกันและอาจไม่สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบของงานอีเวนต์ได้ตามที่องค์กรต้องการมากนัก (เกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2555) ที่ได้แบ่งกิจกรรม พิเศษออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1) กิจกรรมที่เจ้าของแบรนด์เป็นเจ้าของหรือผู้จัดแต่เพียงหนึ่งเดียว (Sole event) โดยเจ้าของแบรนด์สามารถกำหนดรูปแบบของกิจกรรม และวัตถุประสงค์ ระยะเวลา สถานที่จัดงานงบประมาณได้เพียงผู้เดียว

2) กิจกรรมที่มีองค์กรหนึ่งเป็นเจ้าของงาน และมีองค์กรอื่น ๆ เข้าร่วม (Joint Event) ซึ่งสามารถเข้าร่วมในฐานะผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor) หรือเข้าร่วมโดยเป็นส่วนหนึ่งของงานหากจะแบ่งประเภทของกิจกรรมพิเศษตามเนื้อหาของกิจกรรมพิเศษแล้ว สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท (ธีรพันธ์ โฉมทองคา, 2545) คือ

1) กิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับตัวสินค้า (Product Event) เป็นการจัดกิจกรรมขึ้นมาเพื่อนำเสนอสินค้าเพียงอย่างเดียวเพื่อวัตถุประสงค์ ในการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าโดยตรง

2) กิจกรรมพิเศษที่เน้นองค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Corporate Event) เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าและองค์กร เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างทัศนคติตามที่คุณจัดงานต้องการหรือตั้งวัตถุประสงค์ไว้

3) กิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับชุมชน (Community Event) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน หรือจัดขึ้นเพื่อชุมชนการจัดกิจกรรมพิเศษนั้นจะแบ่งกิจกรรมพิเศษตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานอีเวนต์ว่างานอีเวนต์นั้น จัดขึ้นเพื่ออะไร เมื่อทราบวัตถุประสงค์แล้วถึงจะสามารถคิดรูปแบบของงานอีเวนต์นั้น ๆ เพื่อให้งานออกมาดูดีที่สุด และตอบโจทย์วัตถุประสงค์ที่ลูกค้าตั้งไว้ให้มากที่สุด

Masterman & Wood (2006) ได้แบ่งกิจกรรมพิเศษที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารองค์กรออกเป็น 3 ประเภท คือ

1) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotional Event) เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดโดยเฉพาะ โดยมากจะเป็นกิจกรรมที่เปิดตัวหรือแสดงสินค้าใหม่นอกจากนี้ยังสามารถสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรได้อีกด้วย

2) กิจกรรมที่องค์กรเข้าไปเป็นผู้สนับสนุน (Corporate Sponsorship of Event) โดยองค์กรที่ไปสนับสนุนต้องใช้กิจกรรมนั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการสื่อสารเพราะสามารถใช้กิจกรรมนี้ในการสร้างการรับรู้แบรนด์ ภาพลักษณ์องค์กร รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร

3) กิจกรรมที่องค์กรเป็นเจ้าของภาพเพื่อให้ความบันเทิงกับกลุ่มเป้าหมาย (Corporate Hospitality) การจัดกิจกรรมนี้ องค์กรแต่ละองค์กรหรือแบรนด์สามารถจัดขึ้นได้เองเพื่อเชิญลูกค้า หรือแขกคนพิเศษขององค์กรเองให้เข้ามาร่วมงานซึ่งในงานจัดขึ้นเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับผู้เข้าร่วมงานโดยเฉพาะ เช่น การจัดกิจกรรมนันทนาการ การจัดคอนเสิร์ต การฉายภาพยนตร์ กิจกรรม เหล่านี้จัดขึ้นนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมิตรภาพความผูกพันและความเข้าใจระหว่างองค์กรกับ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลที่ดีต่อกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดและสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กรได้ นอกจากนี้ ยังการจัดกิจกรรมในรูปแบบนี้ นอกจากจะจัดเพื่อกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรแล้ว ยังนำมาจัดกิจกรรมให้กับกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรเพื่อสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นภายในองค์กรเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กลับองค์ได้ด้วยกล่าวโดยสรุป กิจกรรมพิเศษที่องค์กรสามารถใช้สื่อสารแบรนด์นั้น แบ่งออกได้เป็นกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาด กิจกรรมพิเศษที่เน้นองค์กร กิจกรรมพิเศษเพื่อชุมชนและกิจกรรมเพื่อความบันเทิงกับกลุ่มเป้าหมาย

2.5.4 กิจกรรมอีเวนต์ในปัจจุบัน

อีเวนต์นั้นครอบคลุมตั้งแต่งานขนาดเล็ก จนถึงงานใหญ่ งานที่มีผู้เข้าร่วมนับร้อยคนไปจนถึงหมื่นคน รวมไปถึงงานที่มีการถ่ายทอดสดไปทั่วโลกอย่างเช่นงานประกาศรางวัลออสการ์ หรืองานฟุตบอลโลก รูปแบบการจัดงาน Events มีได้หลากหลายรูปแบบ อยู่ที่ผู้จัดหรือผู้คิดจะสามารถ คิดได้ สำหรับรูปแบบของกิจกรรมพิเศษนั้น Allen (2000) ได้เสนอไว้ 6 รูปแบบ ดังนี้

1) การประชุม (Meetings) เป็นกิจกรรมที่เน้นให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรหรือสินค้าเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือจัดการฝึกอบรมต่าง ๆ โดยที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้พบปะ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือหาทางแก้ปัญหา กิจกรรมนี้อาจนำไปใช้เพื่อการสื่อสารขององค์กรหรือแบรนด์ รวมไปถึงการกระตุ้นยอดขายหากองค์กรนั้นมีพนักงานหรือตัวแทนจำหน่าย

2) กิจกรรมเกี่ยวกับองค์กร (Corporate Events) เช่นการจัดอีเวนต์เพื่อการแสดงความยินดี หรือยกย่องเจ้าหน้าที่ พนักงาน ลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต (Supplier) งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์งานเฉลิมฉลองความสำเร็จ รวมไปถึงงานมอบรางวัล เพื่อเป็นกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานหรือตัวแทนให้มีแรงบันดาลใจในการทำงานต่อไป

3) กิจกรรมระดมทุน (Fund-raising Event) กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อหารายได้เพื่อวัตถุประสงค์ ที่การจัดงานตั้งขึ้น

4) การประชุมทางวิชาการหรือวิชาชีพ (Conferences) เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมาย และคนที่สนใจ ได้มีโอกาสเข้ามาแลกเปลี่ยนความรู้ และความคิดเห็นของตนเอง ส่วนใหญ่มักเป็นภาครัฐจัดเพื่อเป็นพื้นที่ ในการใช้แลกเปลี่ยนความรู้ ทางวิชาการ ภาคเอกชนก็สามารถจัดได้ นอกจากนี้ยังใช้การประชุมนี้เพื่อการเปิดแบรนด์หรือสินค้า

5) กิจกรรมกระตุ้นยอดขาย (Incentives) เป็นกิจกรรมที่เน้นการเพิ่มยอดขาย หรือเป็นการพบปะระหว่างนักขายเพิ่มร่วมกันกำหนดกลยุทธ์การทำงาน เป็นต้น

6) กิจกรรมพิเศษอื่น ๆ (Other Special Events) ส่วนเกรียงไกร กาญจนโกศล (2555) ได้เสนอรูปแบบของกิจกรรมตามประเภทของกิจกรรมพิเศษ ดังนี้

1) กิจกรรมที่เจ้าของแบรนด์เป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว (Sole Event) สามารถแบ่ง ออกได้เป็น 10 รูปแบบ คือ

- งานเปิดตัวสินค้าหรือบริการ (Launching) รวมถึงพิธีเปิดงานต่าง ๆ (Grand Opening/Opening Ceremony) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้คนเห็น และรู้จักสินค้าและบริการนั้น ๆ อีกด้วย

- งานฉลองครบรอบ (Anniversary) สามารถจัดงานเพื่อหวังผลทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ หรือลูกค้าสัมพันธ์ก็ได้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบและแนวทางของแต่ละองค์กร

- งานประชุม (Meeting/Convention/Conference) เป็นกิจกรรมที่สามารถใช้สื่อสารองค์กรและเพื่อกระตุ้นยอดขายได้ ในกรณีเป็นองค์กรที่มีตัวแทนจำหน่าย และยังใช้เพื่อเป็นการให้ ตัวแทนได้พบปะกันเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และเป็นพื้นที่เพื่อการให้ความรู้ อย่างเช่น การฝึกอบรม กิจกรรมนัดพบทางการอื่น ๆ เป็นต้น

- การจัดประกวด (Contest) เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับการสร้างการมีส่วนร่วมกับแบรนด์ (Brand Participation) เช่น การประกวด Miss Universe Thailand โดยปัจจุบันผู้ถือลิขสิทธิ์ คือบริษัท ทีพีเอ็น 2018 จำกัด หรือ ทู อคาเดมี่ แฟนเทเชีย หรือไทยแลนด์ก็อตทาเลนต์ ที่มียูนิลีเวอร์เป็นเจ้าของรายการ

- การแข่งขัน (Competition) เป็นกิจกรรมที่ให้กลุ่มเป้าหมายมาร่วมแข่งขัน หรือร่วมชม เช่น การแข่งขันหุ่นยนต์ Rescue Robot ของเอสซีจี ที่สะท้อนภาพลักษณ์ความเป็น ผู้นำด้าน Innovation ของแบรนด์เอสซีจี

- งานสัมมนา (Seminar/Symposium) เป็นการจัดงานด้านวิชาการ ซึ่งกิจกรรมนี้เจ้าของแบรนด์จะได้ภาพลักษณ์ที่ดี เพราะมีการนำบุคคลที่เป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงในสาขานั้น ๆ หรือผู้เชี่ยวชาญมาพูด เป็นการสนับสนุนและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ เช่น ธุรกิจด้านความสวยความงาม นำผู้เชี่ยวชาญหรือแพทย์ในสาขานั้น ๆ มาพูดเพื่อให้ความรู้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้าหรือผู้เข้าร่วมฟังสัมมนา

- งานมอบรางวัล (Award Presentation) เป็นกิจกรรมที่สำคัญของธุรกิจที่มีตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจัดขึ้นเพื่อสร้างกำลังใจให้กับผู้ได้รับรางวัล รวมทั้งเป็นการจูงใจ และกระตุ้นให้ผู้ที่ยังไม่ได้รับรางวัลมีความมุ่งมั่นต่อไป เช่น บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จัดงานวันแห่งเกียรติยศ เพื่อเชิดชูเกียรติฝ่ายขาย

- กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (CRM Event) หรือกิจกรรมกระตุ้นยอดขาย (Incentive) เป็น กิจกรรมที่ตอบสนองฝ่ายขายหรือตัวแทนจำหน่ายที่มียอดขายถึงเป้าหมายที่กำหนดหรือตอบแทนลูกค้าพิเศษ โดยจัดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว หรือกิจกรรมพิเศษเฉพาะกลุ่ม เช่น จัดคอนเสิร์ต หรือ ชมภาพยนตร์รอบพิเศษ การจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์นั้น เพื่อสร้างความพึงพอใจในองค์กร และเกิด ความจงรักภักดี และสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าต่อองค์กร

- กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม (PR and CSR Event) การจัดกิจกรรมนี้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีที่มีต่อสังคมกับแบรนด์หรือองค์กรนั้น โดยการจัดกิจกรรมนั้นจะต้องแสดงให้เห็นว่า องค์กรหรือแบรนด์นั้น ๆ ใส่ใจคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และสังคม เช่น กิจกรรมทาสีสะพานตามเขตอนุรักษ์ป่าของ บริษัท เอสซีจี ซีเมนต์-ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง จำกัด หรือกิจกรรมปลูกป่าของกลุ่ม ปตท.

- กิจกรรมสร้างความบันเทิงและกีฬา (Entertainment/Sport Event) คือ กิจกรรมที่ใช้ ความบันเทิงมาเป็นจุดดึงดูดความสนใจ ของกลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น การแข่งขันฟุตบอล การแข่งขันขี่ม้า หรือการจัดงานคอนเสิร์ต เช่น Music Festival ที่เขาใหญ่ เป็นต้น

2) กิจกรรมที่มีหลายองค์กรเข้ามาเกี่ยวข้อง (Joint Event) มี 4 รูปแบบ คือ

- นิทรรศการ (Exhibition/Exposition) เป็นกิจกรรมที่องค์กรที่เข้าร่วมงานต้องการ แสดงภาพลักษณ์หรือแสดงผลงานต่าง ๆ มากกว่าการส่งเสริมการขาย เช่น งานบีไอไอแฟร์ ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าร่วม เพื่อแสดงศักยภาพความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และเน้นการสร้างภาพลักษณ์ และสื่อสารแบรนด์ขององค์กรเอง

- งานแสดงสินค้า (Trade Show) เป็นกิจกรรมเพื่อดึงดูดผู้ผลิตกับผู้ซื้อมาพบกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเจรจาทางการค้า เช่น งานมหกรรมสินค้าของขวัญ ของใช้ภายในบ้าน หรือ BIG+BIH ที่จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

- งานออกร้านขายสินค้า (Trade Fair) เป็นงานที่รวบรวมสินค้าประเภทต่าง ๆ ไว้ในงานเดียวเพื่อให้ผู้บริโภคจับจ่ายได้ง่ายขึ้น เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ งานแสดง สินค้า เครื่องสำอางค์

- การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมพิเศษ (Event Sponsorship) นั่นคือ องค์กรเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมพิเศษโดยการเป็นผู้สนับสนุน สิ่งที่จะได้รับกลับมาคือ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษครั้งนั้น เช่น เครื่องดื่มชูกำลังเรดบูล ให้การสนับสนุนการแข่งขันรถสูตร 1 (Formula 1) ก็สะท้อนแบรนด์ที่แสดงถึงพลัง ความเร็ว กระตือรือร้น คนรุ่นใหม่ เป็นต้น

2.5.5 ขั้นตอนการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ

ขั้นตอนของการวางแผนและการปฏิบัติตามแผน (Planning and Executing) ได้นำเสนอกรอบเบื้องต้นของการจัดกิจกรรมพิเศษให้ประสบความสำเร็จไว้ดังนี้ เกรียงไกร กาญจนะโกติน (2555) นักบริหารกิจกรรมพิเศษ ได้แบ่งการสร้างสรรค์ กิจกรรมพิเศษเป็น 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดวัตถุประสงค์ หรือ Objective กำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมพิเศษ Objective หมายถึง การกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดงานที่ชัดเจนและตรงเป้าหมายที่สุด เพื่อเป็นตัวกำหนดทิศทางในการทำงาน ว่า อีเวนต์จัดขึ้นเพื่อต้องการอะไร ต้องการเพิ่มยอดขายที่เปอร์เซ็นต์ อยากได้แบรนด์ Awareness สบายสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดี หรือต้องการ Brand Experience โดย Objective ขึ้นอยู่กับอีเวนต์แต่ละรูปแบบ ซึ่งเกรียงไกร กาญจนะโกติน (2555) เห็นว่า เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด โดยการจัดกิจกรรมพิเศษจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อเป็นตัวชี้วัด (KPI) ในการวัดผลต่อไป ในการกำหนดวัตถุประสงค์นั้นต้องระบุ (วารสาร ทัศนา ตีชาติ, 2556) 1) ช่วงเวลาในการจัดงาน โดยพิจารณาจากแผนการสื่อสารการตลาด และวิถีชีวิต หรือ Lifestyle ของกลุ่มเป้าหมาย 2) จำนวนผู้เข้าร่วมงาน เพื่อเป็นเป้าหมายในการทำงาน 3) งบประมาณ 4) สิ่งที่ต้องการจะสื่อสารในงานกิจกรรมพิเศษ 5) การรายงานข่าวในสื่อมวลชน หรือ Media Coverage โดยต้องกำหนดมูลค่าสื่อที่ได้ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกิจกรรมพิเศษให้เกิดขึ้นจริง การสร้างกิจกรรมพิเศษให้เกิดขึ้นจริงหมายถึงขั้นตอนของการคิดสร้างสรรค์งานภายใต้กรอบของกลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่งเกรียงไกร กาญจนะโกติน (2555) ระบุว่า ขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการผสมผสานจินตนาการเข้ากับศาสตร์

ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการสื่อสาร การตลาด ความรู้ด้านการออกแบบ ศิลปะการแสดง ดนตรี เป็นต้น โดยต้องออกแบบกิจกรรมพิเศษ ที่จะสื่อสารในรูปแบบใดจึงจะเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทั้งหมดนี้จะต้องตอบโจทย์ที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 3 คือ การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ หมายถึง การควบคุมและดูแลการผลิตทั้งหมด ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางเอาไว้อย่างละเอียด เป็นขั้นตอนการทำให้กิจกรรมพิเศษเกิดขึ้นจริงโดยเฉพาะอีเวนต์ที่มีผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก สถานที่การบริหารจัดการงานอีเวนต์จะมีความยุ่งยากและซับซ้อนมากขึ้น เพราะมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารมากขึ้น อาทิ ตำรวจ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ส่วนรักษาความปลอดภัย ส่วนดูแลเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนการตกแต่งสถานที่ หรือส่วนงานบนเวที ไม่ว่าจะเป็นพิธีกร นักแสดง งานฮาร์ดแวร์ต่าง ๆ ของการแสดง การบริหารงานสามารถมองเห็นปัญหาที่จะเกิดขึ้นจริง ในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษนั้น เกียรติกร กาญจนะโกศล (2555) ได้แนะนำให้ทำ Master Plan และ Script Rundown เพื่อกำหนดองค์ประกอบในการทำกิจกรรมพิเศษให้สมบูรณ์ ทั้งงานด้านเทคนิค เช่น ระบบแสง เสียง เอฟเฟกต์ ต่าง ๆ และต้องมีการประชุมทีมงานเพื่อให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจตรงกันและเตรียมความพร้อมให้ดีที่สุด เพื่อลดปัญหาหน้างานที่อาจจะเกิดจากสิ่งที่ไม่คาดการณืได้

ขั้นตอนที่ 4 คือ การประเมินผล การประเมินผล หมายถึง การติดตาม และประเมินในทุกขั้นตอน เพื่อนำผลที่ได้มาเป็น ข้อมูลในการวัดผลสำเร็จของกิจกรรมและเพื่อนำไปปรับใช้ในการจัดกิจกรรมพิเศษครั้งต่อไป และยังวัดว่าสิ่งที่ทามาตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด และทำให้ได้เรียนรู้ถึงสิ่งที่ทำว่า มีผลต่อผู้เข้าร่วมงานมากน้อยเพียงใด ทาให้รู้ว่เขานั้นชอบอะไร ไม่ชอบอะไร รู้ว่าการสื่อสารกับผู้ร่วมงานเป็นไปได้อย่างไรบ้างน้อยเพียงใด โดยจะนำผลจากกระประเมินผลนี้ไปพัฒนารูปแบบอีเวนต์ทั้งในรูปแบบที่เคยทาแล้วหรือพัฒนาไปสู่การสร้างสรรคอีเวนต์อื่น ๆ ต่อไป ซึ่งสามารถทา ได้ 5 มิติ นั่นคือ

1) ประเมินจากวัตถุประสงค์ว่า กิจกรรมพิเศษนั้น สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่

2) ผู้เข้าร่วมงาน (Participant) ว่าเป็นไปตามที่คาดหมายในเชิงปริมาณ (จำนวน) และคุณภาพ (คุณสมบัติ) หรือไม่

3) ผู้เข้าชมงาน (Viewer) คือบุคคลที่อาจจะไม่ได้รับเชิญโดยตรง แต่ได้รับข้อมูลข่าวสารว่า มีกิจกรรมเกิดขึ้นจึงมาร่วมชมงาน

4) การรายงานข่าวในสื่อมวลชน (Media Coverage) โดยนำข่าวของกิจกรรมพิเศษที่ เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ มาคิดคำนวณมูลค่าทางการประชาสัมพันธ์ (PR Value)

5) การสื่อสาร (Communication) ซึ่งเป็นการประเมินผลว่ากิจกรรมพิเศษสามารถสื่อสาร ข้อความหลักขององค์กรหรือแบรนด์ได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด โดยการประเมินผลด้านการ สื่อสารนี้สามารถประเมินได้ใน 4 มิติ นั่นคือ

- ความชอบ (Liking) คือ กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างความชื่นชอบในตัวองค์กรหรือแบรนด์ได้มากน้อยเพียงใด

- ความโดดเด่น (Outstanding) คือ กิจกรรมพิเศษมีความน่าสนใจ น่าประทับใจ หรือน่าจดจำเพียงใด

- ความเข้าใจ (Understanding) คือ กิจกรรมพิเศษสามารถทำให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับรู้ เข้าใจสิ่งที่องค์กรหรือแบรนด์ต้องการสื่อสารมากน้อยเพียงใด

- การโน้มน้าวใจ (Persuading) คือ กิจกรรมพิเศษสามารถโน้มน้าวใจผู้เข้าร่วมงานได้มากน้อยเพียงใด เกรียงไกร กาญจนะโกศล (2555) กล่าวว่า การประเมินผลกิจกรรมพิเศษจะทำให้ผู้จัดได้เรียนรู้ถึงงานของตนเอง และสามารถนำผลการประเมิน ไปพัฒนาการทำงาน รวมถึง สร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรม พิเศษใหม่ ๆ หรือการสื่อสารอื่น ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ขั้นตอนการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษที่เสนอโดย (จินตภา เหมจักรุชธรรม, 2559) Wood (2009) ศึกษาแนวทางการตีคุณค่าของความสำเร็จในกิจกรรมการตลาด โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับนักวิชาชีพด้านสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมซึ่งผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการตีคุณค่าของความสำเร็จในการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมนั้นมีหลายรูปแบบที่สามารถนำมาใช้ได้ เริ่มจากการนับจำนวนผู้เข้าร่วมชมงาน ถือได้ว่าเป็นการประเมินถึงความสำเร็จ เบื้องต้นของกิจกรรมที่เกิดขึ้นแบบง่ายที่สุด รวมทั้งการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับมุมมองของผู้เข้า ร่วมชมงานการจัดทำกฤตภาค (News Clipping) เพื่อประเมินการเปิดรับข่าวสาร ซึ่ง Wood (2009) เห็นว่า รูปแบบการประเมินผลทั้งหมดนี้ เป็นการตีคุณค่าของความสำเร็จของกิจกรรมนี้ได้ เน้นไปที่ตัวกิจกรรมพิเศษเป็นหลัก

และปัจจัยที่ทำให้ไอเวนต์ประสบความสำเร็จ ไอเวนต์ที่ประสบความสำเร็จ คือ ไอเวนต์ที่สามารถสร้างภาพจำในใจของผู้คน เป็นไอเวนต์ที่มีคนพูดถึง สนใจ และอยากที่จะมาร่วมงาน และยังต้องสร้าง Brand Awareness ได้เป็นอย่างดี โดยที่ไม่ลืมที่จะสะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์ออกมาได้อย่างลงตัวด้วย ปัจจัยที่ทำให้ไอเวนต์ประสบความสำเร็จ มี 3 ปัจจัยใหญ่ ๆ ดังนี้

1. สร้างไอเวนต์ให้เป็นคอนเทนต์ ที่คนอยากแชร์ หมายถึง ไอเวนต์ต้องถูกแปลงให้เป็น “คอนเทนต์” ของโลกยุคดิจิทัล ต้องมีคาแรกเตอร์ มีจุดขายชัดเจน หรือมี Selling Point และมีมุมให้คนมาถ่ายรูปได้ เพราะถึงอย่างไรฟังก์ชันของไอเวนต์ ยังมีความ Unique ของตัวมันเอง ที่สื่อดิจิทัลทำไม่ได้ คือ คนต้องการประสบการณ์จริง “Real Experience” และจะต้องเป็นไอเวนต์ที่มีความแปลกใหม่ ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน (เกรียงไกร กาญจนะโกคิน, 2555)

2. ต้องเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค หมายถึงการเข้าใจความรู้สึกของผู้บริโภค ว่า ผู้บริโภคสนใจสิ่งใด ชอบ หรือไม่ชอบสิ่งใด โดยสิ่งเหล่านี้เมื่อถูกนำเข้าไปสร้างสรรค์ให้อยู่ในไอเวนต์ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกสนใจ และอยากมีส่วนร่วมกับไอเวนต์มากยิ่งขึ้น (เกรียงไกร กาญจนะโกคิน, 2555)

3. การเรียนรู้เรื่องของเทคโนโลยีและดิจิทัล หมายถึง การเรียนรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อนำกลับมาปรับใช้ในกิจกรรมพิเศษ เพราะปัจจุบัน เทคโนโลยีนั้นมีมากมายเปลี่ยนแปลงไปรวดเร็วในทุก ๆ ปี ดังนั้นนักกิจกรรมพิเศษจึงต้องตามโลกให้ทันเพื่อสามารถแข่งกับคู่แข่งที่มากมายให้ได้ ทั้งนี้ นักคิดสร้างสรรค์ต้องนำเทคโนโลยี ที่เกิดขึ้นมาปรับเข้ากับกรอบของไอเวนต์เพื่อนำมาเล่นหรือจุดขายใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง เช่น การลงทะเบียน การวิเคราะห์ฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมงาน หรือแม้แต่การต่อยอดในเรื่องของการให้บริการ หรือแม้กระทั่งหุ่นยนต์ทรานส์ฟอร์มเมอร์จากต่างประเทศมาโชว์ในงานที่เมืองไทย หรือการนำโดรน 1500 ลามาโชว์ในงาน ไอคอนสยาม เป็นต้น

2.5.6 อนาคตอุตสาหกรรมไอเวนต์

2.5.6.1 รูปแบบของอุตสาหกรรมไอเวนต์ในปัจจุบัน

การจัดงานไอเวนต์และงานประชุมนั้นถือได้ว่าเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่มีความสำคัญสำหรับภาคธุรกิจเนื่องจากเป็นการนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย อย่างเช่น การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับพันธมิตรใหม่ ๆ สร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเชื่อมต่อกับลูกค้าทางธุรกิจของตน ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตทางธุรกิจต่อไป ในปัจจุบันเป็นเรื่องยากสำหรับงานไอเวนต์ที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจทุกฝ่ายมาเข้าร่วมงานด้วยตนเอง และ

พบปะกันในสถานที่จริง เนื่องจากพวกเขาเหล่านี้อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตาม
ตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารทำให้เกิดการพัฒนาอีเวนต์ขึ้นในอีกหนึ่งรูปแบบ
ที่เรียกว่า Virtual event คือ การจำลองสภาพแวดล้อมของงานอีเวนต์ที่จัดขึ้นจริง ซึ่งผู้เข้าร่วมงาน
สามารถมีส่วนร่วมผ่านการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้จากทุกแห่งบนโลก Virtual
event นั้นสามารถจัดขึ้นเป็นส่วนขยายของอีเวนต์ที่เกิดขึ้นจริงหรือจัดเป็นอีเวนต์เดี่ยวๆ ก็ได้ โดยมี
แพลตฟอร์มยอดนิยมและเป็นที่รู้จักมากมายสำหรับการจัด Virtual event ตัวอย่างเช่น การใช้
Facebook หรือ YouTube

สำหรับไลฟ์สตรีม การใช้ Webinar Jam หรือ Zoom สำหรับสัมมนาออนไลน์ และ
การใช้ vFairs หรือ Connex สำหรับจัดงานอีเวนต์บนโลกเสมือนจริง ดังนั้นทุกประเภทของงานอี
เวนต์สามารถจัดงานแบบ Virtual event ได้ แต่ว่าอีเวนต์ออนไลน์ที่เป็นที่นิยมส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับ
ตลาดการหางาน งานประชุม การประชุมสมาชิก งานแสดงสินค้า และการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ จาก
ข้อมูลของทาง iVent บริษัทผู้ให้บริการ Virtual event

การจัดงานแบบ Virtual event นั้นนำมาซึ่งประโยชน์ที่หลากหลายให้กับทั้งผู้จัด
งานและผู้เข้าร่วมงาน สำหรับฝั่งของผู้จัดงานนั้น Virtual event สามารถเพิ่มการเข้าถึงต่องานอี
เวนต์และอาจสร้างผู้เข้าร่วมงานหน้าใหม่ในงานอีเวนต์ครั้งถัดๆ ไป จากข้อมูลของ Techjury
เว็บไซต์ที่ให้คำแนะนำทางด้านเทคโนโลยี ได้ให้ข้อมูลว่าผู้ชมกว่าร้อยละ 67 ที่ได้ดูการไลฟ์สตรีม
นั้นมีแนวโน้มที่จะซื้อตั๋วเพื่อไปเข้าร่วมงานที่มีลักษณะหรือเนื้อหาที่คล้ายๆ กันในอนาคต
นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการจัด Virtual event นั้นถือได้ว่าอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับการจัด
งานอีเวนต์ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่จริง ตัวอย่างเช่น หากจัดงานการประชุมโดยมีผู้เข้าร่วม 300 คน เป็น
ระยะเวลา 3 วัน สำหรับการประชุมแบบปกติที่ต้องไปร่วมงานด้วยตัวบุคคลจะมีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น
210,600 เหรียญสหรัฐ ในขณะที่การประชุมที่มีเนื้อหาเดียวกันสามารถจัดขึ้นในโลกเสมือนจริงมี
ค่าใช้จ่ายเพียง 20,000 เหรียญสหรัฐถึง 40,000 เหรียญสหรัฐขึ้นอยู่กับจำนวนกิจกรรมย่อยในงาน

บริษัทผู้ให้บริการด้านการบันทึกการประชุมได้คำนวณค่าใช้จ่ายไว้สำหรับฝั่งของ
ผู้เข้าร่วมงานนั้น Virtual event มีความยืดหยุ่นต่อการเข้าร่วมมากกว่า เพราะว่ามันทำให้ผู้เข้าร่วม
งานที่ไม่สามารถเข้าร่วมงานได้เนื่องจากปัญหาด้านการเดินทาง ปัญหาด้านเวลา หรืออุปสรรค
อื่นๆ สามารถมีส่วนร่วมผ่านช่องทางออนไลน์ อีกทั้งผู้เข้าร่วมงานยังสามารถรับชมอีเวนต์นั้นๆ ซ้ำ
ได้อีกในภายหลังจนกว่าผู้จัดงานอีเวนต์จะทำการนำข้อมูลดังกล่าวออกจากระบบ นอกจากนี้
Virtual event ยังทำให้ผู้ชมสามารถรับชมและสัมผัสกับกิจกรรมได้อย่างใกล้ชิดเท่าที่จะเป็นไปได้
เพราะในงานที่จัดขึ้นในสถานที่จริงบางครั้งอาจมีผู้คนหนาแน่นทำให้ลำบากในการเข้าร่วมและไม่

สามารถได้ทำกิจกรรมตามที่ต้องการ อีกหนึ่งประโยชน์ของ Virtual event คือ การมีส่วนร่วมแบบเรียลไทม์สำหรับผู้เข้าร่วมทุกคนผ่านการสื่อสารแบบแชทสด (Live Chat) ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการโต้ตอบกันกับผู้รับชมคนอื่น ๆ อย่างไรก็ตามการจัด Virtual event ก็มีข้อด้อยที่จำเป็นต้องพิจารณาอยู่เช่นกัน ได้แก่ การขาดการสื่อสารแบบตัวต่อตัว และสิ่งรบกวนที่ดึงความสนใจออกจากรายงานอีเวนต์ จากการสัมภาษณ์ Aucobo บริษัทที่เข้าร่วมในงาน Virtual event ของ NEXCON

ข้อเสียที่ใหญ่ที่สุดของ Virtual event คือ ผู้เข้าร่วมจำนวนมากมักทำอะไรหลายๆ สิ่งไปพร้อมกับการเข้าชมอีเวนต์ ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมเหล่านี้ไม่ได้ให้ความสนใจอย่างละเอียด ซึ่งแตกต่างจากการเข้าร่วมงานอีเวนต์ที่เกิดขึ้นจริงที่ผู้เข้าร่วมให้ความสนใจกับงานอีเวนต์ได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ Aucobo ยังกล่าวอีกว่าบริษัทยังชื่นชอบการจัดงานแบบพบปะต่อหน้า เพราะสามารถพูดคุยใกล้ชิดกับลูกค้าได้มากกว่า ดังนั้นการจัดงานอีเวนต์บนพื้นที่จริงยังคงมีความต้องการอยู่เสมอ แต่การผสมผสานระหว่าง Virtual event กับอีเวนต์ที่เกิดขึ้นบนโลกจริง จะช่วยลดข้อเสียเปรียบของแต่ละแบบและทำให้เกิดอีเวนต์ที่เหมาะสมให้แก่ทุกคน

Virtual event ถูกพัฒนามาจากรูปแบบไลฟ์สตรีมที่เรียบง่ายสู่รูปแบบการสร้างสภาพแวดล้อมเสมือนจริงที่สามารถปรับแต่งได้ตามความต้องการ ซึ่งนักวางแผนอีเวนต์สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีจากการใช้ประโยชน์ Virtual event ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

1. การไลฟ์สตรีม (Live streaming) หมายถึงการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถบันทึกและถ่ายทอดออกอากาศพร้อมกันแบบเรียลไทม์ ปัจจุบันการไลฟ์สตรีมมีสัดส่วนเป็นจำนวนมากถึงกว่าสองในสามของปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดและคาดว่าตัวเลขนี้จะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 82 ภายในปี 2563 ซึ่งในอุตสาหกรรมไมซ์ก็มีการใช้งานไลฟ์สตรีมด้วยเช่นกัน เนื่องจากเนื้อหาแบบไลฟ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเป็นอันดับสอง คือ การพูดบรรยาย การประชุม งานคอนเสิร์ตและเทศกาลต่างๆ โดยมีสัดส่วนการรับชมอยู่ที่ร้อยละ 43 ของไลฟ์คอนเทนต์ทั้งหมด จากข้อมูลของ Live stream ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มสำหรับการไลฟ์สตรีม ในปัจจุบันมีงานอีเวนต์ที่มีชื่อเสียงหลายงานได้ใช้ประโยชน์จากไลฟ์สตรีม ตัวอย่างเช่น South by Southwest (SXSW) เป็นการประชุมประจำปีเพื่อเฉลิมฉลองวงการเทคโนโลยี ธุรกิจ เพลงอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งจัดที่เมือง Austin รัฐ Texas ประเทศสหรัฐอเมริกา อีเวนต์ดังกล่าวได้ใช้ประโยชน์จากการไลฟ์สตรีมด้วย 2 วิธีที่ต่างกัน วิธีแรก คือ ทางงานได้เชื่อมโยงสถานที่จัดงานทั้ง 4 แห่งที่ตั้งอยู่ต่างที่กันใจกลางเมืองผ่านการไลฟ์สตรีม เพื่อทำให้ผู้คนที่อยู่ในแต่ละสถานที่รับรู้ถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละสถานที่ของงานอีเวนต์ วิธีที่สอง คือ ทาง SXSW ได้ถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง YouTube เพื่อให้ผู้คนที่ไม่สามารถเดินทางมาได้ สามารถ

รับชมงานกิจกรรมต่างๆ ได้ตลอดทั้งงานอีเวนต์ ซึ่งช่องทาง YouTube นี้มีสมาชิกกว่า 200,000 คน อีกทั้งทางผู้จัดงานยังได้อัปโหลดวิดีโอกิจกรรมไว้ให้ผู้ชมสามารถดูย้อนหลัง ซึ่งมีผู้รับชมวิดีโอทั้งหมดแล้วกว่า 3.7 ล้านครั้ง

2. เว็บินาร์ (Webinar) เป็นคำที่เอาไว้เรียก “web-based seminar” แบบสั้น ๆ หรือสามารถแปลได้ว่า “การสัมมนาผ่านเว็บไซต์” ซึ่งสามารถใช้ในการนำเสนอ (presentation) การบรรยาย (lecture) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) หรือการสัมมนา (seminar) โดยใช้แพลตฟอร์มซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ที่ช่วยการบริหารการประชุมผ่านวิดีโอและส่งข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก Webinar มีลักษณะเด่นหลายประการที่เหมาะสมแก่การประชุมที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์หรือความร่วมมือกัน อย่างเช่น การสื่อสารแบบเรียลไทม์ การแชร์ไฟล์วิดีโอ และการแชร์หน้าจอร่วมกัน เป็นต้น Webinar สามารถใช้ได้กับงานสัมมนาขนาดเล็ก ไปจนถึงงานที่มีกลุ่มคนขนาดหลายร้อยคน ตัวอย่างเช่น Schneider Electric บริษัทข้ามชาติที่เชี่ยวชาญด้านการจัดการพลังงาน มีสาขาอยู่ทั่วโลกมากกว่า 100 ประเทศ บริษัทตระหนักว่าลูกค้าหลายคนไม่สามารถเดินทางมาเข้าร่วมงานอีเวนต์ของบริษัทได้ ทำให้ทางบริษัทมีความยากลำบากในการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนั้น Schneider Electric จึงได้ขยายช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านการใช้งาน Webinar ซึ่งสามารถรวบรวมผู้คนจากหลายๆ ที่ทั่วโลก ให้พบปะกันผ่านที่ประชุมออนไลน์ ผลจากการใช้ Webinar ทำให้บริษัทสามารถทำให้ลูกค้าเข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นถึง 300 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 23 ของผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด และสามารถทำรายได้ให้กับบริษัทเพิ่มขึ้น 5 แสนเหรียญสหรัฐในการจัด Webinar เพียงครั้งเดียว

3. อีเวนต์สภาพแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual environment event) เป็นการจำลองสภาพแวดล้อมทั้งหมดเพื่อให้ความคล้ายคลึงกับสถานที่จริง ซึ่งงานอีเวนต์ประเภทนี้ถูกสร้างขึ้นจากการผสมเทคโนโลยีต่างๆ เช่น ไลฟ์แชท (Live chat) เว็บินาร์ (Webinar) วิดีโอสตรีมมิ่ง (Video streaming) และการสร้างภาพกราฟฟิกแทนตัวเอง (Avatar graphics) เข้าด้วยกัน ทำให้งานอีเวนต์ประเภทนี้สามารถมีประสิทธิภาพที่คล้ายคลึงกับอีเวนต์ในโลกจริง ซึ่งงานอีเวนต์ที่นิยมในการจัดงานรูปแบบนี้ ได้แก่ งานแสดงสินค้า ตลาดหางาน และงานประชุมวิชาการ มีตัวอย่างบริษัทที่จัดงานประเภทนี้ คือ Bamboo HR บริษัทผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นผู้จัดงานประชุมเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์ในแบบเสมือนจริงที่ใหญ่ที่สุดในโลก งานอีเวนต์นี้มีผู้ลงทะเบียนกว่า 20,000 ราย และมีกิจกรรมมากถึง 60 อย่างให้เข้าร่วม ซึ่งผู้เข้าร่วมสามารถใช้ภาพกราฟฟิกแทนตัวเองในการสำรวจพื้นที่ต่างๆ ของงานอีเวนต์ เช่น Theater ที่มีแขกรับเชิญมาเป็นผู้บรรยายพร้อมกับการตอบคำถามต่างๆ หรือ Expo Hall เป็น

พื้นที่สำหรับจัดแสดงบูธ (Booth) หรือ Resource Center ที่เป็นศูนย์กลางให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถดาวน์โหลดเอกสารออนไลน์ต่างๆ ได้ ส่งผลให้งานอีเวนต์นี้มีผู้เข้าร่วมงานอยู่ที่ 10,000 คน มียอดดูเนื้อหาต่างๆ ในงานกว่า 150,000 ครั้ง และมีผู้เยี่ยมชม Booth ถึง 20,000 ครั้ง

สรุป Virtual event เป็นการจำลองสภาพแวดล้อมของงานอีเวนต์ที่จัดขึ้นจริงแล้ว ย้ายขึ้นมาอยู่บนโลกออนไลน์ ซึ่งมันอาจเป็นส่วนขยายของอีเวนต์ที่เกิดขึ้นจริงหรือจัดขึ้นเป็นแบบอีเวนต์เดี่ยวๆ ก็ได้ Virtual event ถูกพัฒนามาจากรูปแบบไลฟ์สตรีมที่เรียบง่ายสู่รูปแบบการสร้างสภาพแวดล้อมเสมือนจริงที่สามารถปรับแต่งได้ตามความต้องการ โดย Virtual event เหมาะสำหรับการจัดงานขนาดใหญ่ที่มีผู้ร่วมงานจากหลายๆ ประเทศ หรืองานขนาดเล็กที่อาจไม่จำเป็นต้องใช้สถานที่จริงในการจัดงาน ซึ่งประโยชน์หลักของ Virtual event คือ เพิ่มการเข้าถึงของผู้เข้าร่วมงาน และการสัมผัสประสบการณ์ของงานได้อย่างใกล้ชิด แต่ก็มีข้อเสียบางเรื่องที่ต้องนำมาพิจารณา ได้แก่ การขาดการสื่อสารแบบตัวต่อตัวและสิ่งรบกวนที่ดึงความสนใจออกจากงานอีเวนต์ อย่างไรก็ตามการใช้งาน Virtual event เพื่อเป็นส่วนขยายของงานที่ถูกจัดขึ้นบนโลกจริง จะช่วยชดเชยข้อเสียเปรียบของแต่ละแบบและทำให้เกิดงานอีเวนต์ที่เหมาะสมให้แก่ทุกคน ยกตัวอย่างเช่น งานประชุม South by Southwest (SXSW) ได้ใช้ประโยชน์จากไลฟ์สตรีม (Live streaming) เพื่อเชื่อมโยงสถานที่จัดงานหลายๆ แห่งเข้าด้วยกัน และถ่ายทอดงานอีเวนต์ให้กับผู้คนทั่วโลกได้รับชม

2.5.6.2 แนวทางเพื่อการจัดงาน Virtual event ให้มีประสิทธิภาพ

แม้ว่าการจัด Virtual event จะมีความยุ่งยากและขั้นตอนในการเตรียมการที่น้อยกว่าการจัดงานหลักตามปกติ แต่ก็มีหลายๆ ปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาด้วยเช่นกัน เพื่อให้เกิดงานที่ประสบผลสำเร็จมากที่สุด สิ่งที่ต้องพิจารณาสำหรับการจัดงาน มีดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าร่วมงานแต่ละคนล่วงหน้าแล้วแต่มีความสำคัญในการวางแผนกิจกรรมทุกประเภท แต่ว่าการจัดงานแบบ Virtual event ทางผู้จัดงานจำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องความแตกต่างของเวลาในแต่ละภูมิภาค และแพลตฟอร์มการจัดงานที่เป็นที่นิยมและเข้าถึงได้ของกลุ่มเป้าหมาย

1.2 ควรมีอุปกรณ์ต่างๆ และประสิทธิภาพอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการถ่ายทอดเสียงและวิดีโอในแบบคุณภาพสูง เนื่องจากวิดีโอเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้เข้าร่วมงาน Virtual event จะได้สัมผัสตลอดตั้งแต่ต้นจนจบ

1.3 ควรมีทีมงานผู้ผลิตที่ชำนาญในด้านต่างๆ ได้แก่ 1) Producer ที่สามารถควบคุมความต่อเนื่องของงานอีเวนต์โดยรวม และมีความเข้าใจวิธีการสร้างอีเวนต์ให้ผู้ชมมี

ปฏิสัมพันธ์และสามารถโต้ตอบกับผู้ชมได้อย่างเป็นกันเอง 2) บุคลากรด้านเทคโนโลยี ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีต่างๆ และมีความพร้อมตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับเหตุฉุกเฉินทางเทคนิคที่อาจเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่จัดงานอีเวนต์ตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วที่สุด และ 3) Operators ผู้มีความรู้วิธีการควบคุมอุปกรณ์ต่างๆ เช่น กล้อง และสามารถตัดสินใจเลือกมุมหรือจุดที่จะถ่ายทอดสิ่งที่เกิดขึ้นในงานหลัก เพื่อให้ผู้ที่เข้าชมงานอยู่ในโลกเสมือนจริงได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุด

1.4 การเลือกแพลตฟอร์มให้เหมาะสมกับประเภทของงานอีเวนต์ที่จะจัดขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับกิจกรรมต่างๆ ที่แตกต่างกันได้อย่างไม่มีปัญหาและไม่ติดขัด นอกจากนี้ก็ต้องคำนึงถึงความนิยมของตัวแพลตฟอร์มอีกด้วย เพื่อเพิ่มการเข้าถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพของกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมงาน

1.5 ข้อแนะนำทั่วไปสำหรับการจัด Virtual event การจัดงานในอีเวนต์ทุกรูปแบบ จำเป็นจะต้องพิจารณาประเด็นพื้นฐานต่างๆ รวมถึง Virtual event ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ประเด็นเหล่านี้จะมีความแตกต่างสำหรับการจัดงานแบบ Virtual event สิ่งดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วมงานสามารถสร้างได้แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับรูปแบบของ Virtual event หากเป็นการไลฟ์สดเริ่มทั่วๆ ไป จุดดึงดูดของงานจะขึ้นอยู่กับความน่าสนใจของสถานที่จริง และการทำโฆษณาต่างๆ ที่จะช่วยดึงดูดจุดเด่นของไลฟ์สดเริ่มขึ้นมา ในทางกลับกันหากเป็นอีเวนต์สภาพแวดล้อมเสมือนจริง หน้าตาของตัวแพลตฟอร์มจะต้องได้รับการออกแบบให้มีเสน่ห์พอที่จะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วมงานได้ อย่างไรก็ตามคุณภาพของเนื้อหาในงานก็ยังคงเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจหลักๆ ที่จะทำให้ผู้คนอยากเข้ามาร่วมงานตั้งแต่แรกในอีเวนต์ทุกๆ รูปแบบการส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงานเป็นสิ่งที่จะอาจทำได้ยากกว่าในงานแบบ Virtual event เพราะว่าเป็นงานที่ไม่ใช่การสื่อสารแบบพบปะต่อหน้า แต่ก็สามารถทำได้ด้วยการใช้วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทของงาน อย่างเช่น การใช้แชทกลุ่มสำหรับไลฟ์สดเริ่มเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถแสดงความรู้สึกให้แก่คนหลายๆ คนได้รับรู้ หรือการใช้ Video call สำหรับ Webinar เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถเห็นหน้าและการนำเสนอของผู้พูด

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปรับปรุงงานอีเวนต์ในอนาคต สำหรับ Virtual event แล้ว ข้อมูลสามารถถูกเก็บรวบรวมได้ง่ายกว่างานอีเวนต์ที่เกิดขึ้นในโลกจริง เพราะว่าการกระทำทุกอย่างในโลกออนไลน์ส่วนมากสามารถถูกจัดเก็บบันทึกได้ในแบบอัตโนมัติ ดังนั้นผู้จัดงานจึงควรที่จะคอยเก็บรวบรวมข้อมูลเหล่านี้ไว้ เพื่อนำมาวิเคราะห์และ

ปรับปรุงการจัดงานในครั้งต่อไป ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะมีความแม่นยำมากกว่าการรวบรวมข้อมูลแบบอื่น ๆ อีกด้วย

2.5.6.3 แนวโน้มการจัดงานอีเวนต์ในอนาคต

1. แนวคิดการเพิ่มความมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงาน (Festivalization)

คำว่า “Festivalization” มีรากศัพท์มาจากคำว่า “Festival” และเมื่อเราพูดถึงคำว่า Festival หรือ เทศกาล ในภาษาไทยนั้น คนส่วนใหญ่ก็มักจะนึกถึงงานอีเวนต์ที่เต็มไปด้วยผู้คนจำนวนมากเข้ามาร่วมงานด้วยจุดประสงค์เดียวกัน ที่มีความต้องการเข้าร่วมสัมผัสประสบการณ์ที่เต็มไปด้วยสิ่งบันเทิงต่างๆ แต่ก็ยังคงได้สัมผัสประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์อยู่ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีองค์กรจำนวนมากได้ทำการศึกษาแนวคิด Festivalization และประสบความสำเร็จในการนำมาประยุกต์ใช้กับการจัดงานไมซ์ บริษัทจัดการประชุมและอีเวนต์นานาชาติ CWT Meetings & Events ได้นิยามคำว่า Festivalization ไว้ว่า “แนวคิด ที่รวบรวมเอาผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งวงในและวงนอกเข้ามาอยู่ในงานที่มีจุดประสงค์หลักเดียวกัน ที่สามารถนำไปสู่โลกที่เติมเปี่ยม ไปด้วยการสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่น่าจดจำ การสร้างความมีส่วนร่วมทางอารมณ์ และการแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน” ทั้งนี้ ประโยชน์หลักที่จะได้จากการนำ Festivalization มาประยุกต์ใช้กับการจัดงานไมซ์นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ การเพิ่มความมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงานและการสร้างประสบการณ์ในรูปแบบ Personalization หรือรูปแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล

ปีที่ผ่านมา มีองค์กรจำนวนมากได้ทำการศึกษาแนวคิด Festivalization และประสบความสำเร็จ ในการนำมาประยุกต์ใช้กับการจัดงานอีเวนต์ ประโยชน์ที่ได้จากแนวคิดนั้น แบ่ง ออกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ การเพิ่มความมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงานและการสร้างประสบการณ์ ในรูปแบบ Personalization หรือรูปแบบเฉพาะเจาะจงรายบุคคล ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมกับผู้เข้าร่วมงานที่เป็นกลุ่มที่เข้าสู่วัยทำงาน (Millennials Generation) ในช่วงเริ่มต้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความต้องการที่จะสัมผัสประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และมีความต้องการเฉพาะบุคคลอยู่ในระดับสูง การนำแนวคิดมาผสมผสานในงานอีเวนต์จะทำให้ผู้จัดงานต้องยึดผู้เข้าร่วมงานเป็นศูนย์กลาง นำเสนอโปรแกรมการเข้าร่วมที่หลากหลาย และสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่น่าจดจำจากการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วยสำคัญ ยกตัวอย่าง งานอีเวนต์ที่นำแนวคิดมาใช้และประสบความสำเร็จในการจัดงาน ได้แก่ บริษัท Google, งานประชุม SXSW และบริษัท HP & Intel

กล่าวโดยสรุป การจัดงานในรูปแบบ Festivalization นั้นเริ่มมีบทบาทที่ชัดเจนมากขึ้นในด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้เข้าถึงผู้เข้าร่วมงานและสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีมากยิ่งขึ้นผ่านความบันเทิงหลาย รูปแบบที่รวมอยู่ในที่เดียวกัน เช่น การจัดการประชุมผสมผสานกับการจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดงานแสดงสินค้าที่ยึดผู้บริโภค เป็นหลัก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การจัดงานรูปแบบนี้ยังมีความท้าทายในการนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์จากการจัดงานการประชุมและนิทรรศการรูปแบบนี้ เป็นรูปแบบการจัดงานที่ต้องใช้ต้นทุนค่อนข้างสูง ถ้าหากมีการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ อาจทำให้เกิดปัญหาระหว่างผู้จัดงานและเป้าหมายในการจัดงานได้ ดังนั้น เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาดังกล่าว ผู้จัดงานและผู้วางแผนงานการประชุมและนิทรรศการจำเป็นต้องเข้าใจผู้เข้าร่วมงานด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ของผู้เข้าร่วมงานและการจัดกลุ่มผู้เข้าร่วมงานอย่างเหมาะสม เพื่อให้เข้าใจความต้องการที่แท้จริงและนำไปสร้างโอกาสในการตอบสนอง ความต้องการเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การหาวิธีการที่เหมาะสมในการตอบโจทย์ความต้องการของผู้ร่วมงานจะสามารถ สร้างการลงทุนที่คุ้มค่าและสร้างกำไรในการจัดงานยกตัวอย่างเช่น

1. “คาร์นิวัล” งานฉลองที่เริ่มจากศาสนาขึ้นชื่อว่า “เทศกาล” แล้ว จัดที่ใดก็ยอมทำให้พื้นที่บริเวณนั้นเต็มไปด้วยผู้คน ทั้งในฐานะผู้จัดงาน หรือผู้เข้าร่วมงาน เทศกาลพาแสงสีความสนุกสนาน ไปสู่ทุกพื้นที่ที่มันก่อร่างสร้างตัวขึ้น เทศกาลที่ใหญ่ที่สุดในโลกเริ่มต้นขึ้นจากความเชื่อทางศาสนา นั่นคือ “เทศกาลคาร์นิวัล” (Carnival) ณ เมืองรีโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล งานเฉลิมฉลองยาวต่อเนื่องสี่วันของชาวคาทอลิกก่อนเริ่มเทศกาลมหาพรตเป็นงานฉลองที่ใหญ่ที่สุดในโลก และได้รับฉายาว่าเป็น “งานรื่นเริงที่ใหญ่ที่สุดในโลก” (The Biggest Show on Earth) มีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกหลั่งไหลเข้าสู่พื้นที่เมืองตลอดระยะเวลาเกินกว่า 6 ล้านคน (ข้อมูลปี 2018) ขบวนนักเต้นแซมบ้าคือตัวละครหลักของงาน พร้อมด้วยคาริอกับวงดนตรีที่เล่นดนตรีทุกร้านอาหาร ทุกคลับ ทุกห้องจัดเลี้ยงของโรงแรมในเมือง ผู้ที่จะเดินทางมาร่วมงานต้องจองตั๋วเครื่องบินนับเดือน และอาจต้องจองโรงแรมล่วงหน้าถึง 2 ปี (ซึ่งต้องจองผ่านเอเจนซีเท่านั้นด้วย) อีกทั้งราคาบัตรยังแพงขึ้นทุกปีอีกด้วยรายได้ที่ก่อเกิดจากนักท่องเที่ยวต่อหัวในระยะเวลา 4 วันนี้มากมายมหาศาล ในปี 2018 มีเมืองรีโอได้รายได้จากเทศกาลราว 3.02 พันล้านเรอัลบราซิล หรือประมาณ 17.4 พันล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าปี 2017 ถึง 6.8% สร้างงานกว่า 7,200 ตำแหน่งงานเม็ดเงินสะพัดไปทั่วเมืองรีโอ และทำให้เมืองแห่งนี้กลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

2. “อีอกโทเบอร์เฟส” เรื่องกินเป็นเรื่องใหญ่เสมอการกินดื่มเป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่อาจปฏิเสธได้ เทศกาลอาหารคือหนึ่งในเทศกาลที่หลายคนต้องเคยเห็นหรือแวะเวียนเข้าไปสักครั้ง แต่

หากพูดถึงเทศกาลอาหารและเครื่องดื่มซึ่งเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกก็คงต้องนึกถึงงาน “อ็อกโทเบอร์เฟส” (Oktoberfest) อ็อกโทเบอร์เฟสเป็น “เทศกาลเบียร์” ที่ใหญ่ที่สุดในโลก จัดขึ้น ณ เมืองมิวนิค ประเทศเยอรมนี เพราะเบียร์คือเครื่องดื่มชั้นนำที่ประเทศนี้ส่งออก ทุกคนรู้ถึงรสชาติและคุณภาพของเบียร์เยอรมัน ย่อมอยากเดินทางมาลองลิ้มชิมรสสักครั้ง ณ ประเทศต้นกำเนิด แน่ขน่าว่าเมื่อมาถึงแล้วนอกจากจะได้ดื่มเบียร์เยอรมันต้นตำรับที่เดินทางมาจากทั่วทุกสารทิศในประเทศ ยังมีอาหารจากร้านรวงต่าง ๆ ในมิวนิครอให้ผู้ร่วมงานเข้ามาลิ้มรสเทศกาลแห่งการดื่มกินอันยิ่งใหญ่นี้ จัดขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 1810 กลายเป็นเทศกาลที่ผูกโยงกับวัฒนธรรมบาวาเรีย และได้ชื่อว่าเป็นเทศกาลพื้นเมือง (Folk Festival) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก งานจัดติดต่อกัน 16-18 วัน มีบันทึกสถิติไว้ว่าปี 2013 ตลอดเทศกาลนั้น มีการเสิร์ฟเบียร์ถึง 7.7 ล้านลิตร ทุก ๆ ปีมีนักท่องเที่ยวมากมายทั้งจากในแถบบาวาเรีย ยุโรป และทวีปอื่น ๆ เดินทางไปร่วมงาน นอกจากอาหารดีมีคุณภาพ และเบียร์ชั้นยอดแล้ว ยังมีเครื่องเล่นและกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เข้าร่วมงานได้สนุกสนานไปตลอดบริเวณงานอีกด้วย

3. เมืองไทยยกระดับเมืองไม่ซ้ำผ่านเทศกาล ด้วยคอนเทนต์ “วัฒนธรรม” และ “ศิลปะหลายจังหวัดในประเทศไทยพยายามอย่างยิ่งที่จะยกระดับเมืองผ่านเทศกาลต่าง ๆ มีเทศกาลหลากหลายให้เห็นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งเทศกาลศิลปะ หรือเทศกาลดนตรี มีทั้งเทศกาลที่น่าคอนเทนต์จากต่างประเทศเข้ามา หรือหยิบยกคอนเทนต์ของท้องถิ่นมาเป็นตัวชูโรงหลัก สิ่งที่เห็นได้ชัดคือ เทศกาลส่วนใหญ่ นำ “วัฒนธรรม” มาเป็นองค์ประกอบหลักในงาน แม้จะมีบางเทศกาลในโลกที่ยกแนวคิดวิทยาศาสตร์ขึ้นมาเป็นแนวคิดหลักของงาน เช่น เลอเวน มายด์เกต (Leuven MindGate) ในเบลเยียม แต่เทศกาลนี้ก็ยังมีเรื่องราวของศิลปะและวัฒนธรรมของมนุษย์ผูกโยงไว้อยู่ด้วย “วัฒนธรรม” คือสิ่งที่ซึ่มลึกอยู่ในความเป็นอยู่ของชุมชน เมื่อหยิบยกขึ้นมาแล้วเป็นคอนเทนต์หลักของเทศกาลในแต่ละพื้นที่ จึงมีสีสันที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด เช่น คาร์นิวัล หรืออ็อกโทเบอร์เฟสที่ยกตัวอย่างมาข้างต้น หรืองาน Thailand Biennale Krabi ในจังหวัดกระบี่ที่ใช้คอนเทนต์ทางวัฒนธรรมและศิลปะ ยกระดับเมืองและดึงให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วย

นี่เป็นโอกาสของเมืองไม่ซ้ำภูมิภาคที่มีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนที่เข้มแข็งและนำไปต่อยอดเป็นเทศกาลระดับเมือง (City Scale) ได้ เช่น จังหวัดอุบลราชธานี มีประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาที่จัดเป็นประจำทุกปี เป็นประเพณีที่ผูกโยงกับวัฒนธรรมของคนในชุมชน ตั้งแต่ภูมิปัญญาการทำเทียน ความเชื่อทางศาสนา จังหวัดสามารถนำเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีมาผูกโยงร้อยเรียงกันเป็นเรื่องราวในเทศกาลให้น่าสนใจได้ อีกประการสำคัญของการยกระดับเมืองด้วยเทศกาลคือ เทศกาลนั้นต้องปลูก “ทั้งเมือง” ได้ เทศกาลดนตรีหรือศิลปะในไทยมักให้ความสำคัญแค่พื้นที่รอบ

ๆ สถานที่จัดงาน แต่ไม่ได้เชื่อมโยงไปถึงชุมชน หากสามารถสร้างเทศกาลที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหรือที่พักอาศัยในชุมชนมาร่วมมือกันได้ ย่อมสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล ซึ่งจะเกิดผลลัพธ์เช่นนี้ได้ต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ ทั้งนี้ ภาครัฐควรอยู่ในบทบาทของผู้สนับสนุน เช่น เทศกาลละครนานาชาติซีบิว (Sibiu International Theatre Festival) ในโรมาเนีย ผู้จัดคือมหาวิทยาลัย ขยายไปสู่หน่วยงานเอกชน และภาครัฐเป็นที่ปรึกษาหรือผู้สนับสนุน

2. แนวคิดการสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล (Personalization)

Personalization หรือการสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคลนั้น เป็นแนวคิดหรือเทรนด์กัลยุทธ์ทางการตลาดที่กำลังอยู่ในกระแสนิยม ปัจจุบัน Personalization ถูกจัดอันดับความสำคัญให้เป็น อันดับต้นๆ ในหลายอุตสาหกรรม รวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งนี้ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา มากกว่า 90% ของกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ (Millennials Generation) หรือ Generation Me คือ ผู้ที่เกิดระหว่าง ปี 2000-1980) มีความนิยมสินค้าและบริการที่สามารถรู้จักตัวตนและจดจำรายละเอียดของ ผู้ใช้งานได้ รวมถึงมีความพร้อมในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี แตกต่าง จากสินค้าและบริการที่มีอยู่ตามท้องตลาดในปัจจุบัน ดังนั้น การใช้ความสามารถในการวิเคราะห์ ความต้องการและความชอบที่มีความแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ด้วยแนวคิด Personalization จะทำให้ผู้จัดงานและผู้ออกงานการประชุมและนิทรรศการสามารถจัดงานในลักษณะที่เป็น ที่น่าจดจำและทรงคุณค่าในสายตาของผู้เข้าร่วมงานได้ ด้วยการใช้อุปกรณ์และอุปกรณ์ทาง เทคโนโลยี กัลยุทธ์ในรูปแบบการเผชิญหน้า หรือการวางแผนการจัดงานให้มีความเหมาะสมกับ ผู้เข้าร่วมงาน แนวคิด Personalization ถูกนำไปใช้ในการจัดงานการประชุมและนิทรรศการเป็น จำนวนมาก เช่น กัลยุทธ์การวางแผนเส้นทางการเข้าร่วมงานของบริษัท Reed Exhibitions บริษัทตัวแทนการจัดงานอีเวนต์ C2 Event Montreal เป็นต้น

Personalization หรือ One-to-one Marketing คือกัลยุทธ์การตลาดในรูปแบบที่สร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นวิธีการสร้างความประทับใจโดยการออกแบบและส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือประสบการณ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า แต่ละราย ซึ่งการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและสามารถสื่อถึงความเป็นตัวตนได้อย่างเหมาะสมนั้น เป็นปัจจัยสำคัญของแนวคิด Personalization โดยการทำความเข้าใจลูกค้าด้วยการเข้าใจมุมมอง ความต้องการ และความคาดหวังผ่านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ใช่เพียงแค่รู้จักชื่อและอีเมลของลูกค้าเท่านั้น ปัจจุบัน แนวคิด Personalization ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ในหลายธุรกิจ และมีธุรกิจจำนวนมากเริ่มนำแนวคิดนี้มาใช้ในการสร้างขีดความสามารถและความแตกต่างให้กับธุรกิจ

ของตนเอง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แปลกใหม่กว่าที่มีอยู่ในท้องตลาด สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ แนวคิด Personalization เป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ ดึงดูดผู้เข้าร่วมงานไมซ์มากขึ้น ลดกำแพงการสร้างเครือข่ายธุรกิจใหม่ และเชื่อมโยงผู้เข้าร่วมงานเข้าด้วยกัน ดังนั้น แนวคิด Personalization เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่ทำให้การจัดงานประชุมและนิทรรศการเป็นไปในรูปแบบที่มีนวัตกรรมและน่าดึงดูดผู้เข้าร่วมงานไมซ์มากยิ่งขึ้น จากเดิมที่มีแนวคิดทางการตลาด Fit-to-all หรือการที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม จะถูกแทนที่ด้วยแนวคิด การตลาดยุคใหม่ Personalization และการจัดงานการประชุมและนิทรรศการที่มุ่งเน้นผู้เข้าร่วมงานเฉพาะกลุ่ม เนื่องจากการจัดงานไมซ์ที่ผู้เข้าร่วมงานมีความต้องการเพิ่มขึ้นในการเลือกรูปแบบการจัดงานและวิธีนำเสนอในแบบฉบับของตัวเอง จากข้อมูลของ เว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการจองตั๋วและการจัดการอีเวนต์ของสหรัฐอเมริกา Eventbrite พบว่า 73% ของผู้เข้าร่วมงานกลุ่ม Millennials Generation เชื่อว่าการเข้าร่วมงานอีเวนต์เป็นช่องทางที่ดีในการแสดงความต้องการและความสนใจส่วนบุคคล

สำหรับงานอีเวนต์ในยุคนี้ การให้ความสำคัญกับผู้ร่วมงาน และทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึกว่าเป็นงานเพื่อเขาจริง ๆ เป็นสิ่งสำคัญ ไมเซอร์จำเป็นต้องจัดงานในลักษณะที่หลากหลาย เปิดกว้าง มีทางเลือกต่างๆ ให้กับผู้ร่วมงาน รวมถึงการเปิดโอกาสให้เสนอความคิดเห็น และกระตุ้นการมีส่วนร่วมให้เขาได้รู้สึกมีส่วนร่วมและรู้สึกว่าได้กำหนดทิศทางของงาน เพื่อให้ถูกใจและตรงกับความต้องการของผู้ร่วมงานมากที่สุด เพื่อเป็นการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ให้มีศักยภาพ เทคโนโลยีก็เป็นอีกหนึ่งตัวช่วยที่ส่งเสริมให้งานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เมื่อปรับใช้ร่วมกันกับแนวคิด Personalization นี้ สามารถช่วยในเรื่องการเก็บข้อมูลลูกค้าได้อย่างละเอียดและสมบูรณ์ และนำมาใช้ประโยชน์ต่าง ๆ ต่อยอดได้ ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีมาใส่เพื่อสร้างความตื่นตาตื่นใจ INTERACTIVE ELECTRONIC ART ศิลปะดิจิทัลสุดหือหวาเรียกความสนใจ พร้อมให้ผู้ร่วมงานได้มีปฏิสัมพันธ์ร่วม สร้างประสบการณ์และความประทับใจร่วมกัน อย่างเช่น DIGITAL ART MUSEUM จัดโดย teamLab จากประเทศญี่ปุ่น พิพิธภัณฑ์ผลงานศิลปะผสมผสานเทคโนโลยีที่มีการฉายแสงสีแนวศิลปะ พร้อมมีโซนส่งเสริมการเรียนรู้ มีการฉายภาพวาดศิลปะที่วาดเองโดยผู้ร่วมงาน นำขึ้นจอบนผนังในลักษณะ 3D หรือให้ผู้ร่วมงานมีปฏิสัมพันธ์ได้ต่อกับสิ่งของบนผลงานศิลปะได้ เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality (VR) การฉายภาพเสมือนจริงในงาน ให้ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้กลับดูเสมือนจริง เป็นการเพิ่มความน่าสนใจ สร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้กับผู้ร่วมงานได้อย่างดี อย่างเช่น Volvo ที่ให้ทดลองขอบรถยนต์ XC90 SUV ผ่าน VR การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ร่วมงาน ด้วยเทคโนโลยี CRYSTAL ตรวจจับบุคลิกภาพ ทำนายพฤติกรรม โลกไฟล์สไตล์

แรงจูงใจของผู้ร่วมงาน การใช้เทคโนโลยี PREDICTIVE SHOPPING ในการประเมินพฤติกรรมผู้ซื้อ ผู้ประกอบการที่มาแสดงสินค้า เพื่อจะได้เตรียมงานให้ตอบโจทยความต้องการรายบุคคล เทคโนโลยี DEEPFACE สูดทันสมัยระบุตัวบุคคลในภาพถ่าย พร้อมหาข้อมูลและประเมินความต้องการของผู้ซื้อหน้าใหม่

สิ่งสำคัญสำหรับไมเซอร์ในการทำการตลาดแบบ Personalization ก็คือ การรู้จักสังเกตและการใส่ใจในพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาต่อยอดและปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมมองหาวิธีเพิ่มมูลค่าและวิธีที่จะสร้างความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีกับสินค้าและบริการของเรา เพื่อมัดใจลูกค้าให้เกิดความผูกพันกับงานทั้งกลุ่มเป้าหมายเดิมประกอบกับการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ มาเป็นส่วนช่วยในการเพิ่มศักยภาพในการจัดงาน สิ่งหนึ่งที่พึงระวังก็คือ การทำ Personalization ต้องไม่รุกรานความเป็นส่วนตัวมากเกินไป ควรหาจุดสมดุลในการทำ และควรมีคำอธิบายกำกับอย่างชัดเจนว่า จะนำเอาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปทำอะไรบ้าง และจะมีการเก็บรักษาข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร พร้อมทั้งระบุว่าลูกค้าจำเป็นต้องอ่านเงื่อนไขก่อนเซ็น หรือมีการให้ความยินยอมในการมอบข้อมูลทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในตัวผู้จัดงานมากที่สุด

สรุปจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ การจัดการธุรกิจอีเวนต์และจัดงานคอนเสิร์ต พบว่าการจัดงานอีเวนต์มีรูปแบบการจัดงานที่หลากหลายซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและไลฟ์สไตล์ต่างๆ มีทั้งการจัดงานระดับท้องถิ่นไปจนถึงงานอีเวนต์ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ โดยการจัดงานอีเวนต์มีองค์ประกอบที่สำคัญมากมาย และมีส่วนขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศไทยที่เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว ตามที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) แบ่งไว้ ไม่ว่าจะเป็น อีเวนต์เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรม เป็นการแข่งขัน เกมพีธีมอบรางวัล หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ วัฒนธรรม และชีวิตทางสังคม เช่น ภาพยนตร์เพื่อการศึกษา เทศกาล ศิลปะการทำอาหารและทัศนศิลป์ซึ่งรวมถึงกิจกรรมประติมากรรมภาพถ่ายและสื่อใดก็ตามอื่น ๆ อีเวนต์เกี่ยวกับความบันเทิง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์แฟชั่นการออกแบบผลิตภัณฑ์ คอมพิวเตอร์กราฟิก การนำเสนอรายการ ไลฟ์สไตล์ที่ผลิตในรูปแบบของการแสดง การประชุมเชิงปฏิบัติการ การนำเสนอเทคโนโลยีขั้นสูง สื่อภาพหรือแม้กระทั่งการใช้จุดหมายปลายทางเป็นพื้นหลังของการแสดง อีเวนต์เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และไลฟ์สไตล์ อีเวนต์กีฬา ถูกกำหนดให้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศหรือระดับภูมิภาค ระหว่างทีมสมาคมและบุคคลที่เป็น

ตัวแทนอย่างน้อย 3 ประเทศ และที่สำคัญคือ อีเวนต์การท่องเที่ยว รวมถึงเทศกาลรื่นเริง คอนเสิร์ต และการแสดง ด้วยการตกแต่งจุดหมายทางหรือภูมิทัศน์เมืองเป็นพื้นหลังหรือสถานที่สำคัญ สำหรับเหตุการณ์ อีเวนต์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมดนตรี โดยจากการศึกษาจะสังเกตได้ว่า อุตสาหกรรมอีเวนต์ ไม่ว่าจะจัดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์ใดล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับผู้คนทั้งสิ้น เพราะเป็นกิจกรรมที่สร้างพื้นที่ให้กับผู้คน และในทางหนึ่งก็เป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยฝีมือ ทักษะ ความรู้ ประสบการณ์จากทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรม

จากการศึกษาพบว่า ยุคปัจจุบันความรู้ด้านดิจิทัล ซึ่งหมายถึง ความหลากหลายของ ทักษะที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ซึ่งทักษะเหล่านั้นอยู่ภายใต้ การรู้สื่อ (Media literacy) การรู้เทคโนโลยี (Technology literacy) การรู้สารสนเทศ (Information literacy) การรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เห็น (Visual literacy) การรู้การสื่อสาร (Communication literacy) และการรู้สังคม (Social literacy) กลายเป็นความรู้พื้นฐานสำคัญสำหรับทรัพยากรมนุษย์ทั่วโลก ในปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากยุค Analog ไปสู่ยุค Digital และยุค Robotic จึงทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตและการทำงาน จึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทของการเปลี่ยนแปลง ควบคู่กับการมีทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นทักษะด้านดิจิทัลพื้นฐานที่จะเป็นตัวช่วยสำคัญในการปฏิบัติงาน การสื่อสาร และการทำงานร่วมกับผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ตที่ต้องมีความเกี่ยวข้องกับดิจิทัลในหลายมิติ และจำเป็นจะต้องพึ่งเทคโนโลยีในการทำงานในหลากหลายระดับ และทักษะที่สำคัญอีกอย่างคือ ทักษะความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งทักษะความคิดสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในทักษะการคิดด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation. Skills) ของศตวรรษที่ 21 ทักษะสำคัญที่จะนำมาซึ่งกระบวนการคิดที่สามารถคิดได้หลากหลายและแปลกใหม่ นำไปประยุกต์ทฤษฎีหรือปฏิบัติได้อย่างรอบคอบและถูกต้องจนนำไปสู่การคิดค้น ความคิดใหม่ ๆ แนวทางใหม่ ๆ ทักษะคิดใหม่ ๆ ความเข้าใจและการมองปัญหาในรูปแบบใหม่ จนนำมาซึ่งนวัตกรรมที่จะสร้างสรรค์งานให้ตรงตามเป้าหมายของผู้จัดงาน และให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป นับว่าเป็นเรื่องท้าทายเป็นอย่างมาก สำหรับผู้จัดงานในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะเจาะจงลงไปในอุตสาหกรรมอีเวนต์ประเภทดนตรี หรืองานคอนเสิร์ต ซึ่งจะพูดถึงรายละเอียดภาพรวมของอุตสาหกรรมดนตรีในหัวข้อถัดไป

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดนตรี

2.6.1 ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมดนตรี

Feinstein, Jonathan (2007) ประวัติศาสตร์งานดนตรี หรือ ความเป็นมาของการจัดงานคอนเสิร์ต คำว่า Festival กำเนิดขึ้นครั้งแรกในศตวรรษที่ 16 โดยมีรากศัพท์มาจากคำว่า Feast ซึ่งแปลว่า งานเลี้ยง หรืองานฉลองตามพงศาวดาร ได้กล่าวไว้ว่า จริงๆแล้วมันมีมาตั้งแต่สมัยกรีกโรมันโบราณ เมื่อประมาณ 6 ศตวรรษก่อนคริสตศักราช เป็นการแข่งขันการเล่นดนตรีเหมือนกับกีฬาต่างๆ ใน Pythian Games (เหมือนกับ Olympic Games) หรือแม้กระทั่งปีในปีคริสตศตวรรษที่ 1000 ก็มีการจัดงานเต้นที่ชื่อว่า Mods ที่ประเทศสกอตแลนด์ หรือ Feis ที่ประเทศไอร์แลนด์ งานเทศกาลดนตรีที่จัดต่อกันยาวนานที่สุดอยู่ที่ประเทศอินเดียคืองาน Tyagaraja Aradhana ซึ่งเป็นงานเทศกาลดนตรีที่เกี่ยวกับเพลงอินเดียคลาสสิก ซึ่งจัดมาตั้งแต่ปี 1847 หรือจัดมานานกว่า 171 ปีแล้ว

ส่วนงานเทศกาลดนตรีของฝั่งตะวันตกที่มีการบันทึกไว้ คืองาน Newport Jazz Festival (ปัจจุบันยังคงจัดอยู่) ซึ่งเป็นงานดนตรี Jazz ที่จัดขึ้นที่ Rhode island(อเมริกา) ในปี 1952 ซึ่งมีผู้ชมถึง 13,000 คนเลยทีเดียว โดยมีการเล่นเพลง Jazz ,Blues และ Gospel มีศิลปินอย่าง Billie Holiday, Ella Fitzgerald และ Dizzy Gillespie มาร่วมแสดง ทั้งนี้ที่งาน Newport นี้จัดการโดยกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบงานครั้นแครง จึงเกิดความคิดที่จะให้มีการตั้งเต้นท์ หรือนอนในสถานที่โรงจอดรถ เพื่อที่จะได้ให้ผู้ชมมาอยู่ด้วยกันและ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางดนตรีด้วยกัน หลังจากนั้นในปี 1959 ปี ก็มีการจัดงานชื่อ Newport Folk Festival ซึ่งงานดนตรีส่วนใหญ่ก็จะเป็นแนวโฟล์ค ฟังสบายๆ แต่แล้วปี 1965 ซึ่ง Bob Dylan ศิลปินชื่อดังในขณะนั้น และได้เป็น Headliner ได้ออกมาเล่น กีตาร์ไฟฟ้าตอแสดง ซึ่งหลังจากนั้นก็กลายเป็นกระแสและทำให้เกิดการรู้จักการแสดงดนตรีประเภท RocknRoll ขึ้น หลังจากที RocknRoll กำลังดัง และยังไม่มีงานไหนที่นำเพลง RocknRoll มาจัดสักที ก็มีการจัดงาน The Monterey Pop Festival ขึ้นมาที่ California ในปี 1967 โดยมีศิลปินอย่าง Janis Joplin ,The Who หรือ Ravi Shankar และ ที่ขาดไม่ได้คือ Jimi Hendrix ที่ได้บรรเลงเพลงร็อคแอนด์โรลอย่างเมามันในตอนนั้น โดยถือว่าการแจ้งเกิด Jimi เลยก็ว่าได้ และประวัติศาสตร์ในวงการร็อคเลยก็ว่าได้ ในงานมีผู้เข้าชมรวมกว่า 90,000 คน

ในปี 1969 ได้มีงานเทศกาลดนตรีอันใหม่ที่มีชื่อว่า Woodstock จัดขึ้นที่ NewYork ในปี 1969 เป็นงานดนตรีที่สามารถรวบรวมหนุ่มสาวทั่วอเมริกาได้ถึง 500,000 คน อยู่ด้วยกันถึง 3 วัน 3 คืน มีพื้นที่ถึง 600 เอเคอร์ (2.4 ตร.กม.) ทั้งนี้ ตอนแรกทางเจ้าของงาน ต้องการขายบัตรเพียง 50,000 ใบ แต่สุดท้ายบัตรดันขายได้ถึง 180,000 ใบเลยทีเดียว แต่จนแล้วจนรอด ก็

มีคนไหลมาถึง 500,000 คน ที่มีคนหลังไหลมาฟังเสียงเพลง ความรัก และ สันติภาพ ด้วยความไกลהלของคนที่พรั่งพฐมาที่งานเยอะขนาดนั้น หลายคนคงคิดว่าน่าจะมีจลาจลเกิดขึ้นแน่ๆ แต่มีผู้เสียชีวิตเพียงแค่ 3 คน โดยไม่ได้มีจากการต่อสู้เลย อีกทั้งยังมีเด็กน้อยลืมตาตุโลกในงาน Woodstock นี้ด้วย โดยมีวงดนตรีอย่าง Joan Baez, Arlo Guthrie, The Who, Country Joe, Sly and The Family Stone, Canned Heat, Joe Cocker, Jimi Hendrix Crosby, Stills, Nash and Young The Grateful Dead, The Band, Bloods Sweat and Tears, Creedence Clearwater Revival, Incredible String Band, Johnny Winter, Paul Butterfield, Janis Joplin, Mountain and Keef Hartley, Melanie, Ravi Shankar

เทศกาลงานดนตรีฝั่งอังกฤษ ในปี 1970 กับเทศกาล Isle of white ที่อยู่ทางตอนใต้ของเกาะอังกฤษ มี Line up อย่าง Jimi Hendrix ,Cactus ,The door ,The Who ,ซึ่งตอนนั้นถือว่าเป็นงานเทศกาลดนตรีที่มีคนไปเยอะที่สุดในโลก ถึง 700,000 กว่าคนเลยทีเดียว (สถิติอยู่ที่งาน DONAUINSELFEST ที่เมือง Vienna ออสเตรีย ในปี 2015 กับผู้เข้าร่วมกว่า 3.3 ล้านคน ศิลปินกว่า 2000 คน ตลอด 3 วัน 3 คืน) แต่แล้ว 2 ผู้ชมจากในงาน Isle of Wight นี้แหละที่ได้เปิดโลกกับงานเทศกาลดนตรีแห่งแรกของเกาะอังกฤษ อย่าง Andrew Kerr และ Michael Eavis ก็ได้มีความคิดว่าอยากจะมีงานเทศกาลเป็นของตัวเอง Glastonbury จึงได้เกิดขึ้นมาจากการร่วมมือของเพื่อนทั้งสองคน โดยทั้งนี้ Michael เป็นเจ้าของฟาร์ม และได้คิดค่าตัวในตอนนั้นแค่ 1 ปอนด์ (ตอนนี้ 200 ปอนด์) ตอนนั้นงาน Glastonbury ถือเป็นงานที่มีคนอยากไปมากและเป็นสถานที่ศิลปิน อัลเทอร์เนทีฟ ทั่วโลกที่อยากไป ใครได้ขึ้นเป็น Headliner ถือว่าเป็นรางวัลชีวิตเลยก็ว่าได้ โดยงาน Glastonbury จะจัดขึ้นช่วงหน้าร้อนของปี โดยจัดขึ้น 3 วัน 3 คืน และจะหยุดพักทุก 5 ปี เพราะที่ต้องให้สภาพของฟาร์มฟื้นฟูเสียหน่อยหลังจากมีการเหยียบย่ำมา 5 ปี นอกจากนี้เกาะอังกฤษ ก็ยังมีงานเทศกาลดนตรีอื่นๆในยุโรปอีกอย่าง Pinkpop ที่จัดขึ้นที่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยจัดขึ้นในปีเดียวกันกับ Glastonbury เลย งานจะจัดขึ้นทุกวนสำคัญทางศาสนาอย่าง Pentecost Monday, ในช่วงแรกๆที่จัด มีการแจกหมูย่าง และแอปเปิลฟรีกับผู้ชม หลังจากนั้นเทศกาลดนตรีร็อคก็เริ่มขยายไปเรื่อยๆ ในช่วงปี 1980 ไม่ว่าจะเป็นงาน Roskilde ,Bubershoot หรือ Lollapalooza หรือในปี 1985 ได้มีงาน initail Rock ที่เมือง Rio de Janeiro ที่มีคนเข้างานถึง 1.5 ล้านคน ที่มี headliner อย่าง Queen และ AC/DC และก็มาถึงจุดเปลี่ยนอีกอย่างหนึ่งของงานเทศกาลดนตรีคือ งานอิเล็กทรอนิกส์ ตอนนั้นเพลงอิเล็กทรอนิกส์กำลังบูม โดยมีอิทธิพลมาจากอเมริการอย่าง แนว house จากเมือง Chicago และ techno จาก Detroit ได้เข้ามาเผยแพร่ในแถบยุโรปพอดีกับตอนนั้นที่ กำแพงBerlin ได้พังทลายลง จึงทำให้เมืองได้เปิดมากขึ้น ได้รับวัฒนธรรม

ต่างๆเข้ามา โดยเฉพาะทางด้านดนตรี จึงมีการกำเนิดของงานดนตรีอิเล็กทรอนิกส์เกิดขึ้นครั้งแรก อย่าง Loveparade ที่เปิดเพลง Trance/House/Techno ในปี 1989 ที่เมือง Berlin จัดขึ้นกลาง ถนน มีผู้ชมเข้าร่วมแค่ 150 คน (ล่าสุดมีคนเข้าร่วมงานถึง 800,000 คนในปัจจุบัน)

หลังจากนั้นก็มีการกำเนิดเทศกาลอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ อย่าง KaZantip ที่ คาบสมุทรโครเมีย ประเทศยูเครนในปี 1992 จัดถึงสามสัปดาห์เลยทีเดียวและมีดีเจกว่า 300 คน มาร่วมแสดงหลังจากนั้นก็ถือเป็นจุดกำเนิดของงานเทศกาลต่างๆ ในช่วงยุค 90 อย่างเช่น Big day out ที่ออสเตรเลีย , Fuji Rock ที่ญี่ปุ่น , Sziget ที่ประเทศฮังการี ,Coachella ในแคลิฟอร์เนีย (ตอนแรกมีคนเข้าร่วม 10,000 คน เพื่อที่จะไปดู Beck, Jurassic 5 และ Rage Against the Machine)รวมถึงมีการย้ายเทศกาลดนตรีไปไว้ที่เมืองอื่นบ้าง เริ่มแรกที่งาน The Vans Warped Tour ในเรื่องของ Production ตอนแรกงานเทศกาลต่างๆ ก็โฟกัสที่เรื่องของดนตรีอย่างเดียว แต่หลังจากที่มีเทศกาลอื่นผุดขึ้นมาเรื่อยๆ ทำให้หลายเทศกาลจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างให้กับ ตัวเอง เริ่มที่งาน Coachella ที่ลงทุนทำในเรื่อง Backdrop เรื่องไฟ เรื่อง Production ให้ดีขึ้น จนดังในเรื่อง production หรือแม้กระทั่ง มีธีมเป็นงานการกุศล อย่าง งาน Live Aid and Earth Aid ช่วงปลายปี 1999 ก็ได้มีการกำเนิดเทศกาล EDM งานแรกขึ้นอย่าง Electric Daisy Carnival ใน เมือง Los Angeles ปี 1999 ซึ่งก็เป็นที่ยอดนิยมได้ง่ายเพราะว่าด้วยความที่เป็นแนวเพลงที่ค่อนข้าง ตลาด ฟังง่าย จึงได้มีงานอื่นๆ ตามมาในช่วง ปี 2000 จนถึงปัจจุบัน ตอนนี้ก็มีทุกแนว ไม่ว่าจะเร้กเก้ หรือ ฮิปฮอป ก็เริ่มผุดขึ้นมาเรื่อยๆ

ส่วนที่ประเทศไทย เทศกาลแรกๆที่จัด คือ Big Mountain Music festival ที่จัดขึ้น ในปี 2010 ที่โบนันซ่า เขาใหญ่ จำนวนผู้ชมกว่า 25,000 คน ศิลปินกว่า 130 ชีวิต จัดแค่ 2 วัน ถือว่าเป็นส่วน Festival ที่ริเริ่ม หลังจากนั้นก็มีงานเทศกาลผุดมาอีกไม่ว่าจะเป็น Overcoat WARP S2O Waterzonic Dropzone Huahin Jazz Festival อีสานเขียว MAYA Music Festival และ Wonderfuit ในส่วนของเทศกาลดนตรีที่เป็นที่ฮือฮาของวงการคือ Tomorrowland ซึ่งบทความเรื่อง Is Tomorrowland World's Best Music Festival? โดย Kayvan Nikjou ซึ่งเผยแพร่ในเว็บไซต์ forbes.com ได้เขียนวิเคราะห์ถึงเส้นทางความสำเร็จของการสร้างแบรนด์ Tomorrow Land ให้ เป็นมากกว่าแค่เทศกาลดนตรี แต่มีความหมายต่อผู้คนที่รักดนตรีแนวนี้ทั่วโลก ชนิดที่ว่า ถ้าวันนี้โลกขาดเทศกาลนี้ไป สาวกเพลง EDM อาจลงแดงตายได้เลยทีเดียว “สำหรับคนทั่วไป เทศกาลดนตรี คือ เทศกาลที่พวกเขาจะได้ไปปลดปล่อย ร้องเพลง เต้น กับศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ ทว่า Tomorrowland ไม่ใช่เทศกาลดนตรีธรรมดาๆแบบนั้น เพราะนับแต่ครั้งแรกในปี 2005 ที่ ชาวโลกรู้จักกับงานเทศกาลดนตรี EDM ซึ่งจัดขึ้นในประเทศเบลเยียม มาในวันนี้ ชื่อของ

Tomorrowland ได้รับการยกย่องว่าเป็นแบรนด์เทศกาลดนตรีที่ยิ่งใหญ่และน่าจดจำที่สุดแบรนด์หนึ่งในโลกที่เดียว” “ตั้งแต่การจัดงานครั้งแรก เทศกาลดนตรีนี้สามารถดึงดูดผู้คนผู้ชื่นชอบในเพลงแนว EDM ให้เข้ามาร่วมได้ทั้งหมด 500-1,000 คน มาในการจัดครั้งที่ 3 จำนวนผู้เข้าชมได้เพิ่มขึ้นเป็น 50,000 คน กระทั่งในปี 2019 ที่ได้ชื่อว่า เป็นการจัดงานที่ใช้เงินลงทุนไปในงาน Production มหาศาลที่สุดเท่าที่ได้จัดเทศกาลดนตรีนี้มา พร้อมเปิดรับสาวกผู้ชื่นชอบเพลง EDM จากทั่วโลกถึง 400,000 คน ที่จะมามันส์ไปกับแนวเพลงที่เขาชื่นชอบใน 18 เวที บนพื้นที่ 38 เฮคเตอร์” (Kayvan Nikjou, 2019)

นอกจากข้อมูลข้างต้น ยังมีข้อมูลน่าสนใจเพิ่มเติมจากการจัดงานครั้งล่าสุดในปีนี้ ณ เมือง Boom ในประเทศเบลเยียม โดยจัดเป็น 2 ช่วง คือวันที่ 19-21 และ 26-28 กรกฎาคม 2562 ดังนี้

- มีคนมากกว่า 2 ล้านคน เข้าไปในระบบเพื่อลงทะเบียนซื้อบัตรเข้างาน Tomorrowland โดยในจำนวนนี้มีผู้ชมชาวเกาหลีเหนือ อัฟกานิสถาน และซีเรียรวมอยู่ด้วย ทว่ามีผู้โชคดีเพียง 400,000 คน เท่านั้น ที่ได้รับบัตรเข้าร่วมงาน

- อายุเฉลี่ยของผู้เข้าชม คือ 27 ปี และผู้ชมที่อายุมากที่สุดที่ได้บัตรคอนเสิร์ตครั้งนี้ไปคือ ผู้ชมอายุ 87 ปี ชาวเบลเยียม ซึ่งเข้าร่วมเทศกาลดนตรี Tomorrowland ตั้งแต่การจัดงานครั้งแรก

- บัตรถูกขายหมดภายในเวลาเพียง 45 นาที นับตั้งแต่เวลาเปิดขาย สถิตินี้เป็นรองแค่งานเทศกาลดนตรีที่ Glastonbury ซึ่งบัตรขายหมดภายใน 36 นาทีเท่านั้น แต่งานที่ Glastonbury มีผู้เข้าชมงานเพียง 267,000 คน

- ว่ากันว่ารายได้จากการขายบัตรงานนี้ ทำกำไรให้ผู้จัดถึง 20 ล้านยูโร หรือราว 668,544,000 ล้านบาท

- งานนี้ใช้ Staff กว่า 15,000 ชีวิต และทั้งหมดได้รับค่าจ้าง ไม่มีใครเป็นอาสาสมัครเลย

- เฟซบุ๊ก ไลฟ์ของงานนี้ มีผู้ชมมากกว่า 210,000 คน ทั่วโลก ในเวลาปกติ แต่ในช่วงพีค มีผู้เข้าชมทั่วโลกมากถึง 718 ล้านคน

เทศกาลดนตรีนี้มีมาตรฐานด้านการจัดงานซึ่งได้เสียงตอบรับจากผู้ชมงานว่าพึงพอใจและในบทสรุปของบทความ ผู้เขียนบอกชัดเจนว่า “การมีโอกาสไปร่วมเทศกาลดนตรีอันยิ่งใหญ่สักครั้ง คุณจะได้รับพลังชีวิตครั้งใหญ่” Debby Wilmsen ผู้อำนวยการด้านการสื่อสารของ de facto face of the festival ที่มีโอกาสได้เข้าร่วมในงาน Tomorrowland กล่าวถึงการ

ทำงานของ staff ในงานนี้ว่า มีความเป็นมืออาชีพและมีจิตใจที่จะช่วยเหลือผู้เข้าร่วมงานทุกคนในทุกเงื่อนไขแบบไม่เกี่ยง ซึ่งนี่เป็นอีกหนึ่ง key success ของการจัดงานมหกรรมดนตรีที่ผู้จัดงานมองข้ามไปไม่ได้ นั่นคือ การมี staff ที่มีจิตใจบริการพร้อมช่วยเหลือ โดย staff ที่ดี ต้องอยู่ข้างกายผู้ชมงานเสมอเมื่อต้องการความช่วยเหลือ ไม่ว่าจะหลงกับเพื่อน หรือรู้สึกเหมือนจะเป็นลม นอกจากนั้น การออกแบบแต่ละเวทีในงานนี้ ล้วนได้รับการสร้างสรรค์ด้วยความใส่ใจทุกรายละเอียดในแนว Custom made ซึ่งดีเทลเล็กๆ เหล่านี้เองที่สร้างความประทับใจให้ผู้เข้าร่วมงาน เพราะ “แม้แต่ถึงขยะในงานยังออกแบบมาเป็นอย่างดี”

ด้านการดูแลศิลปิน EDM (Electronic Dance Music) หรือแปลเป็นไทยว่า เพลงอิเล็กทรอนิกส์ทุกชนิด จากทั่วโลก ทีมผู้จัดงาน Tomorrow land ก็ได้รับคำชื่นชมจากเหล่าศิลปิน เช่น Nervo ดีเจฝาแฝด จากออสเตรเลีย ซึ่งได้รับเชิญมาเล่นที่เทศกาลนี้หลายครั้ง และพวกเขาก็ได้รับการต้อนรับที่ดีทุกครั้ง ทั้งยังรู้สึกได้ถึงการใช้เกียรติ ใจกว้างใจ เคารพ และความรักในเสียงเพลงที่พวกเขาสร้างขึ้น โดยปราศจากอคติ ดังนั้น ทุกครั้งที่ขึ้นเวที Nervo จึงปล่อยพลังแบบเต็มร้อย ส่วนบรรยากาศที่อบอุ่นอยู่ในเทศกาลดนตรี Tomorrow land นี้ก็ล้วนเป็นพลังบวก ไร้ซึ่งความขัดแย้งของเชื้อชาติ ชนชาติ ข้อเท็จจริงนี้พิสูจน์ได้ด้วยภาพและคำบอกเล่าจริงของผู้เข้าร่วมงาน หญิงสาวชาวอิสราเอลเดินอยู่เคียงข้างหญิงชาวอิหร่าน ขณะที่หนุ่มสาวชาวรัสเซียและชาวยูเครนแชร์อาหารและเครื่องดื่มกันระหว่างสนุกสนานกับเสียงดนตรีสุดเร้าใจในงาน หรือสาวกเพลง EDM (Electronic Dance Music) หรือแปลเป็นไทยว่า เพลงอิเล็กทรอนิกส์ทุกชนิด ชาวญี่ปุ่นและจีน จับมือกันร้องเพลง โบกธงสะบัดไปมาตามจังหวะเพลงอย่างรื่นเริง อีกหนึ่งตัวอย่างที่สร้างความประทับใจให้ผู้ชมทั่วโลก คือ ความ VIP จากการให้บริการแบบ VIP จนคุ้มค่าเงินที่เสียไป ทั้งอาหารและเครื่องดื่มจากร้านอาหารระดับ Michelin star หรือการจัดให้มีที่พักผ่อน แชะอังกาคุชิ และจุดชมการแสดงในวิวสุดพิเศษ ที่สุดแล้ว สิ่งที่ยกถึงความสำเร็จของแบรนด์เทศกาลดนตรีระดับโลก Tomorrow land คือ ผู้เข้าชมงานจำนวนมากนำเอาความประทับใจที่ได้จากการเข้าชมงาน Tomorrow land ไปเป็นพลังในการใช้ชีวิต ด้วยสโลแกน Live Today, Love Tomorrow, Unite Forever.

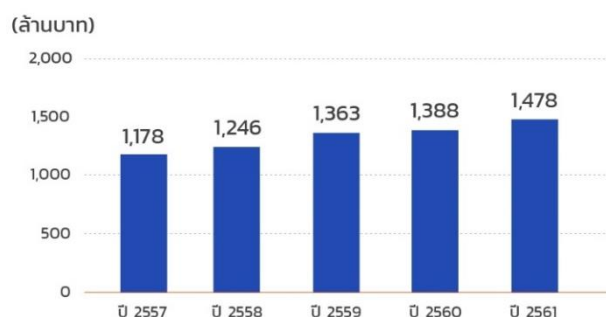
2.6.2 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมดนตรี

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA ดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Database) เป็นรายสาขา โดยมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลในส่วนของ 1) มูลค่าทาง

เศรษฐกิจ 2) ข้อมูลผู้ประกอบการนิติบุคคล และ 3) ข้อมูลด้านแรงงาน จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ ข้อมูลจำแนกรายอุตสาหกรรม เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลที่ได้นี้ไปวิเคราะห์ต่อยอด พร้อมวางนโยบายและกลยุทธ์เพื่อยกระดับ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของประเทศไทย ต่อไป (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กรม พัฒนาธุรกิจการค้า และ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2562)

1) มูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมดนตรี ณ ราคาประจำปี (Current Price) ตามรหัส TSIC 4 หลัก CEA รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลมูลค่าทางเศรษฐกิจจาก สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) โดยพิจารณาเลือกข้อมูลมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรี จากรหัส TSIC 4 หลัก แบบไม่นับซ้ำ จำนวน 1 รหัสธุรกิจ ประกอบด้วย 5920 กิจกรรมการบันทึกเสียงลงบนสื่อและการจัดพิมพ์จำหน่ายหรือเผยแพร่ดนตรี ข้อมูล ณ สิ้นปี 2561 อุตสาหกรรมดนตรีของไทย มีมูลค่าอยู่ที่ 1,478 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.1 ของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมด ซึ่งอยู่ที่ 1,461,788 ล้านบาท ทั้งนี้เมื่อพิจารณา เปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลัง 5 ปี ระหว่างปี 2557 - 2561 พบว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจของ อุตสาหกรรมดนตรี มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่อง และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมฯ ในปี 2561 ก็นับว่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยของทั้ง 15 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

มูลค่าเศรษฐกิจอุตสาหกรรมดนตรี



ภาพที่ 12 มูลค่าเศรษฐกิจอุตสาหกรรมดนตรี

ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การเติบโตทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมดนตรี



ภาพที่ 13 การเติบโตทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมดนตรี
ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

2) สถิติกิจการประเภทนิติบุคคล ในอุตสาหกรรมดนตรี

2.1 นิติบุคคล หากจำแนกเชิงพื้นที่ในระดับภูมิภาค พบว่า กิจการส่วนใหญ่จัดตั้งอยู่บริเวณกรุงเทพมหานคร สูงที่สุด จำนวน 461 ราย คิดเป็นร้อยละ 64 ของจำนวนกิจการทั้งหมด รองลงมาคือ ภาคกลาง 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8 ส่วนในภูมิภาคอื่นๆ นั้น มีการกระจายตัวของกิจการในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันนิติบุคคลที่อยู่ในอุตสาหกรรมดนตรี มีจำนวนทั้งสิ้น 720 ราย (ข้อมูล ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2563) เมื่อพิจารณาจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก (S) มากที่สุด ถึง 705 ราย คิดเป็นร้อยละ 98

2.2 ข้อมูลทางการเงินของกิจการในกลุ่มอุตสาหกรรมดนตรี รายได้รวมของนิติบุคคล มีจำนวนทั้งสิ้น 7,768.28 ล้านบาท หากจำแนกสัดส่วนของรายได้ตามขนาดกิจการและประเภทธุรกิจ พบว่า 1. กิจการขนาดเล็ก (S) มีสัดส่วนรายได้สูงที่สุดอยู่ในกลุ่มธุรกิจ 85422 กิจกรรมการเรียนการสอนด้านดนตรี 2. กิจการขนาดกลาง (M) มีสัดส่วนรายได้สูงที่สุดอยู่ในกลุ่มธุรกิจ 59203 กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำ 3. กิจการขนาดใหญ่ (L) มีสัดส่วนรายได้สูงที่สุดอยู่ในกลุ่มธุรกิจ 59203 กิจกรรมการดูแลสิทธิในการผลิตซ้ำ อย่างไรก็ตาม เมื่อคำนวณเป็นกำไรสุทธิแล้ว กลับพบว่า อุตสาหกรรมดนตรีมีกำไรสุทธิติดลบถึง -697.76 ล้านบาท ในจำนวนนี้ รหัสธุรกิจที่ 18200 การผลิตซ้ำสื่อบันทึก เป็นกลุ่มที่มีกำไรสุทธิติดลบมากที่สุดถึง -898.27 ล้านบาท โดยมีแรงอุดหนุนมาจากกลุ่มกิจการขนาดเล็ก (S) ที่มีจำนวนธุรกิจถึงร้อยละ 97 ของรหัสธุรกิจนี้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณานิยามของรหัสธุรกิจ 18200 “การผลิตซ้ำจากบันทึกต้นฉบับดนตรี หรือการ

บันทึกเสียงอื่น ๆ ลงบนแผ่นซีดีและเทปการผลิตซ้ำจากบันทึกต้นฉบับภาพยนตร์และวีดิทัศน์อื่น ๆ ลงบนแผ่นซีดีและเทป การผลิตซ้ำจากบันทึกต้นฉบับซอฟต์แวร์และข้อมูล ลงบนแผ่นดิสก์และเทป” มีข้อสังเกตว่า กลุ่มกิจการในรหัสธุรกิจนี้ ยังคงดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิม หรือ เทคโนโลยีแบบเดิมอยู่หรือไม่ และจะมีแนวทางการส่งเสริมกิจการเหล่านี้เพื่อยกระดับหรือปรับเปลี่ยนธุรกิจไปในทิศทางใด ให้ผลประกอบการโดยรวมดีขึ้น และธุรกิจยังคงอยู่รอดได้ในระยะยาว

2.3 ศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจ จากข้อมูลงบการเงินของนิติบุคคลในอุตสาหกรรมดนตรี สามารถนำมาวิเคราะห์ถึงศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจ พบว่า มีกิจการในอุตสาหกรรมดนตรีมากถึง 116 ราย ที่มีศักยภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับแข็งแกร่ง (Strong) หรือคิดเป็นร้อยละ 35.9 ส่วนกิจการอีก 110 ราย อยู่ในระดับปานกลาง (Regular) หรือคิดเป็นร้อยละ 34 และกิจการอีก 97 ราย อยู่ในระดับอ่อนแอ (Weak) หรือคิดเป็นร้อยละ 30 อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมแล้วเมื่อวิเคราะห์ในส่วนของการอยู่รอดของธุรกิจ จะพบว่า เกือบทุกรหัสธุรกิจมีอัตราการอยู่รอดในระดับสูง มากกว่าร้อยละ 90

3) สถิติด้านแรงงานสร้างสรรค์

3.1 จำนวนแรงงานสร้างสรรค์และลักษณะการทำงาน แรงงานในสาขาอาชีพดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ มีจำนวนทั้งสิ้น 58,402 คน คิดเป็นร้อยละ 6.48 เมื่อเทียบกับจำนวนแรงงานสาขาอาชีพสร้างสรรค์ทั้งหมด ซึ่งอยู่ที่ 901,609 คน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี ระหว่างปี 2559 – 2561 พบว่า แรงงานในสาขานี้มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องจาก 71,882 คนในปี 2559 เป็น 69,250 คนในปี 2560 และเหลือ 58,402 คนในปี 2561 หรืออาจกล่าวได้ว่า ในช่วงสามปีที่เก็บข้อมูลแรงงานในสาขาอาชีพดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ มีจำนวนแรงงานลดลงประมาณ 13,000 คน เมื่อพิจารณาในแง่ของลักษณะการทำงานจะพบว่า สัดส่วนของแรงงานในสาขาอาชีพดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เป็นแรงงานในระบบและนอกระบบ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

3.2 การกระจายตัวในแต่ละพื้นที่ของแรงงานในสาขาอาชีพดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จากข้อมูลปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในภาคกลาง มีจำนวนทั้งสิ้น 28,477 คน คิดเป็นร้อยละ 48.76 ซึ่งแตกต่างจากแรงงานสาขาอาชีพสร้างสรรค์ในภาพรวม ที่กระจุกตัวอยู่บริเวณพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 326,400 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 และจากการพิจารณาการกระจายตัวของแรงงานตามพื้นที่ เปรียบเทียบระหว่างช่วงปี 2559 – 2561 จะพบว่า มีการกระจายตัวไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 3 ปี

3.3 จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ จำแนกตามช่วงอายุ ช่วงอายุของแรงงานสร้างสรรค์ในสาขาอาชีพดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จากข้อมูลในปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 40-49 ปี มากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 13,381 คน คิดเป็นร้อยละ 22.91 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 35-39 ปี และช่วงอายุ 25-29 ปี ตามลำดับ ตัวเลขดังกล่าวยังสอดคล้องกับข้อมูลแรงงานสาขาอาชีพสร้างสรรค์ในภาพรวม ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 40-49 ปี มากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 244,495 คน คิดเป็นร้อยละ 27.12 และเมื่อพิจารณาการกระจายตัวของแรงงานตามช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างช่วงปี 2559 - 2561 จะพบว่า มีการกระจายตัวไปในทิศทางที่ใกล้เคียงกันทั้ง 3 ปี

3.4 จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ จำแนกตามรายได้ ค่าเฉลี่ยรายได้ของแรงงานสร้างสรรค์ในสาขาอาชีพดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จากข้อมูลระหว่างปี 2559 - 2561 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย ทว่าเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ของสาขาอาชีพดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เทียบกับค่าเฉลี่ยรายได้ของทั้ง 12 สาขาอาชีพสร้างสรรค์ จะพบว่า มีความแตกต่างกัน เฉลี่ยถึงร้อยละ 51.7 และหากพิจารณาจัดอันดับตามค่าเฉลี่ยรายได้ พบว่า ค่าเฉลี่ยรายได้ของแรงงานในสาขาอาชีพดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จะอยู่ในอันดับที่ 11 จาก 12 สาขาอาชีพสร้างสรรค์

3.5 จำนวนแรงงานสร้างสรรค์ จำแนกตามระดับการศึกษา ระดับการศึกษาของแรงงานสร้างสรรค์ในสาขาอาชีพดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ จากข้อมูลในปี 2561 พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 42,270 คน คิดเป็นร้อยละ 72.38 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับแรงงานทั้ง 12 สาขาอาชีพสร้างสรรค์ พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.27 และหากพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างช่วงปี 2559 - 2561 จะพบว่า มีการกระจายตัวไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน

2.6.3 ประเภทองค์กรในอุตสาหกรรมดนตรีปัจจุบัน

1. ผู้ประพันธ์เพลง

หัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมดนตรี ก็คือตัวดนตรีเองนี้แหละ การจะเกิดเป็นดนตรีขึ้นมาได้ก็ต้องมีคนแต่งเพลง ทั้งเนื้อร้อง ภาคนดนตรี หรือแม้แต่ผู้เขียนโน้ตสำหรับเพลงคลาสสิก ซึ่งบุคคลเหล่านี้ถือลิขสิทธิ์เป็นเจ้าของผลงานเอง แต่ในกรณีที่เป็นศิลปินในสังกัดค่าย ก็อาจจะมีการเซ็นสัญญาให้ค่ายเป็นเจ้าของร่วมในผลงาน มีการเก็บส่วนแบ่งจากการจัดจำหน่าย หรือเงื่อนไขอื่นเพิ่มเติมก็จะเป็นไปตามสัญญาที่มีกับทางค่าย ในขณะเดียวกัน ผู้ประพันธ์เพลง

อาจจะรับงานจากภาคธุรกิจอื่น ๆ ที่ต้องการให้แต่งเพลงสำหรับสินค้า บริการ หรือองค์กรอื่น ๆ ก็ได้เช่นเดียวกัน

2. การบันทึกเสียง

อีกปัจจัยสำคัญของวงจรมานี้ก็คือนักดนตรี นักร้อง ศิลปิน ที่จะเป็นผู้ถ่ายทอดผลงานประพันธ์ดังกล่าวให้ออกมาเป็นเสียงที่รับฟังกัน โดยจะมีการบันทึกเสียงภายใต้คำแนะนำของโปรดิวเซอร์ ซึ่งอาจเป็นทั้งผู้ควบคุมการบันทึกเสียง ผู้กำหนดแนวทางของดนตรี เลือกนักดนตรีที่จะมาร่วมอัดเพลง หรือเป็นผู้วางคอนเซ็ปต์เพลง ไปจนถึงภาพลักษณ์ของศิลปินเลยก็ได้ (ในที่นี่สำหรับศิลปินอิสระส่วนใหญ่สามารถนั่งตำแหน่งโปรดิวเซอร์เองได้เช่นกัน) และมี Mixing หรือ Mastering Engineer ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการผสมเสียง ปรับการตั้งค่าของเสียง ที่จะส่งผลการฟังเพลงนั้น ๆ เพื่อให้ได้ประสบการณ์การฟังตามความต้องการของศิลปิน หรือโปรดิวเซอร์ว่าต้องการนำเสนอผลงานที่ให้คุณภาพเสียงออกมาในรูปแบบใด

3. ฝ่ายจัดการศิลปิน

หรือที่รู้จักกันในชื่อ Artist Manager เป็นทีมงานที่คอยจัดการธุระนอกเหนือจากผลงานดนตรีของศิลปินนั้น ๆ ทำงานประสานกันระหว่างค่ายเพลงและศิลปิน อย่างการจัดการสัญญาเรื่องความเป็นเจ้าของผลงานระหว่างค่ายกับศิลปิน สัญญาว่าจ้างระหว่างผู้จ้างและศิลปิน ไปจนถึงการประสานงานติดต่อว่าจ้างเพื่อไปเล่นคอนเสิร์ต หางานเล่นให้ศิลปิน หรือเป็นผู้เดินสายพาศิลปินไปแนะนำตัวกับสื่อต่าง ๆ ส่งจดหมายแนะนำตัวศิลปิน จัดคิวสัมภาษณ์ แต่ก็มีคนที่รับเป็นผู้จัดการศิลปินอิสระที่ไม่สังกัดค่าย ในที่นี้อาจรวมไปถึงฝ่ายกฎหมาย หรือฝ่ายธุรกิจ ที่จ้างมาเพิ่มเพื่อรับผิดชอบในงานส่วนสัญญาและรายได้โดยเฉพาะก็ได้เช่นกัน

4. ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย

ศิลปินที่มีผลงานเพลงสมัยก่อนจะต้องมีสื่อบันทึกเสียงอย่างเช่นเทปคาสเซต ซีดี หรือแผ่นเสียง โดยผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ที่สามารถผลิต ทำซ้ำ และจำหน่าย ก็คือตัวศิลปินเอง หรืออาจเป็นค่ายเพลงที่พวกเขาทำสัญญาด้วย ผู้ที่รับฟังผลงานที่มีชีวิตของศิลปินนั้น ๆ ไม่มีสิทธิ์เป็นเจ้าของผลงานเพลง แค่เพียงมีสื่อบันทึกเสียงนั้นไว้ครอบครองเท่านั้น ห้ามทำซ้ำเพราะจะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ โดยยอดขายจากร้านแผ่นเสียงจะถูกหักเข้าสู่ค่ายเพลง และค่ายเพลงจะแจกแจงรายได้นั้นไปยังศิลปิน นักดนตรี ผู้จัดจำหน่าย แต่ในปัจจุบันที่มีระบบซื้อขายดนตรีออนไลน์และสตรีมมิง (Streaming) เข้ามา ผู้ถือสิทธิ์ในการจัดจำหน่ายออนไลน์และผู้ให้บริการสตรีมมิงก็จะต้องมอบรายได้จากจำนวนครั้งที่ฟังคินสู่ศิลปินหรือค่ายเพลงแทนนั่นเอง

5. การแสดงสด

เพราะยุคสมัยนี้ ศิลปินไม่สามารถขายเทปคาสเซ็ท ซีดี หรือแผ่นเสียง ได้เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป เพราะการมาถึงของ MP3 และสตรีมมิง ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมการฟังเพลงจาก Physical Media มาเป็นไฟล์เพลงและออนไลน์แทน ยอดขายที่ตกฮวบทำให้พวกเขาต้องหาทางรอดด้วยการแสดงสด ซึ่งการแสดงนี้ก็จะต้องมีโปรโมเตอร์ ที่จะจัดให้มีคอนเสิร์ต โดยติดต่อศิลปินผ่านทางค่ายเพลง ที่มักจะที่ตัวแทนศิลปินรับติดต่อเพื่อไปแสดงงานอีกที่ และประสานกับเจ้าของสถานที่เพื่อจัดงาน ไปจนถึงการขายบัตรผ่านตัวแทนจำหน่าย การประสานกับสื่อต่าง ๆ เพื่อกระจายข่าวประชาสัมพันธ์การแสดงที่จะเกิดขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขายตัว ทั้งนี้ยังมีทีมงานฝ่ายโปรดักชันแสง สี เสียง ทีมออกแบบเวที และสร้างบรรยากาศที่จะเติมเต็มประสบการณ์ของคนตรีสดได้

นอกจากนี้ยังมีสหพันธ์ หรือกลุ่มองค์กรที่ให้การคุ้มครองศิลปิน ช่วยดูแลทั้งด้านลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญา และการผลักดันส่งเสริม ให้เงินสนับสนุนในการสร้างผลงาน ซึ่งอาจเป็นรายได้หลักของประเทศ และส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศได้อีกทางเช่นกัน อย่างเช่นที่เกาหลีใต้ สามารถผลักดันบอยแบนด์และเกิร์ลกรุ๊ป ให้หลายมาเป็น pop culture ไปทั่วโลกได้ เห็นได้ชัดว่าอุตสาหกรรมดนตรี ไม่ได้เกิดขึ้นจากแค่ศิลปิน และค่ายเพลงเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีหลายภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องเพื่อให้ตัวศิลปินได้เป็นที่รู้จัก และทำให้เพลงนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด สร้างรายได้จากผลงานที่พวกเขาสร้างสรรค์ ในช่วงยุคหลัง ๆ ศิลปินหลายคนก็ไม่ได้จำหน่ายเพียงแคผลงานเพลงเดี่ยวอย่างเดียว แต่ยังขายภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการสร้างฐานแฟนเพลงที่จะมาเป็นผู้สนับสนุนผลงานให้มากขึ้นได้อีกด้วย หรือแม้แต่ผู้ให้บริการสตรีมมิงเอง ก็ยังมีการชักชวนศิลปินมาเป็น exclusive หรือ featured artists เพื่อเป็นอีกกลยุทธ์ในการขาย เพื่อเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดความพิเศษของสตรีมมิงตัวเอง ที่ผู้ฟังสามารถเลือกฟังเพลงของศิลปินคนนั้น ๆ ได้ที่สตรีมมิงนี้เป็นที่แรก

ในสื่อบันเทิงอื่น ๆ อย่างละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ต่างก็มีดนตรีมาเกี่ยวข้อง ผู้กำกับภาพยนตร์บางคนให้ความสำคัญกับเพลง ทั้งที่เป็น score สร้างบรรยากาศและขับเน้นอารมณ์เพื่อเล่าเรื่อง ไปจนถึงเพลงประกอบภาพยนตร์หรือที่เราเรียกกันว่า original soundtrack ด้วยการเลือกผู้ประพันธ์เพลงที่มีชื่อเสียง ซึ่งพวกเขาเหล่านั้นอาจมีวงดนตรีอยู่แล้ว ก็สามารถดึงแฟนเพลงอีกกลุ่มให้มาเสพผลงานอีกฝั่งหนึ่งได้เช่นกัน เช่น Thom Yorke แห่ง Radiohead กลายมาเป็นผู้ทำเพลงประกอบให้กับ Susperia และ Johnny Greenwood จากวงเดียวกัน ก็เป็นผู้ประพันธ์คูปัญของผู้กำกับ Paul Thomas Anderson (ภายหลัง Thom Yorke ก็มาร่วมงานกับเขาในเรื่อง Anima) และอีกคนที่ไม่กล่าวถึงไม่ได้เลยก็คือ Trent Reznor และ Atticus Ross แห่ง Nine

Inch Nails ที่มาทำเพลงให้ David Fincher ในหลายเรื่อง ในขณะที่เดียวกัน ผู้คนจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ ก็เห็นพ้องต้องกันว่า ดนตรี เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิต ที่แม้ไม่ใช่สิ่งพื้นฐาน แต่สามารถสร้างความบันเทิง และเกิดสุนทรียะในการใช้ชีวิตได้ ผังวิดีโอเกม ก็มีการซื้อเพลงดังของศิลปินหลายคนมาเป็นเพลงประกอบ อย่างเกมฟุตบอลชื่อดัง FIFA หรือ Need For Speed ก็กลายเป็นหนึ่งในเกมที่คอเกมต่างเห็นพ้องต้องกันว่า นี่คือแหล่งในการหาเพลงใหม่ ๆ ฟังชั้นยอด หรือตัวละครในเกมบางตัวก็กลายเป็นศิลปินที่มีแฟนคลับเป็นมนุษย์อย่างเรา ๆ อย่างพวก Vocaloid การแข่งขันกีฬาเช่น Superbowl หรือแฟชั่นโชว์ชุดชั้นในของ Victoria's Secret ก็มักจะมีการเชิญศิลปินมาแสดงสดเช่นเดียวกัน บ่อยครั้งที่ดนตรีถูกนำไปผนวกกับการส่งเสริมการขาย อย่างโฆษณาสินค้า พวกจึงเกิดที่ทำให้เราจำชื่อสินค้าได้อย่างไอศกรีมวอลล์ หรือนมถั่วเหลืองแลคตาซอย ไปจนถึงการสร้างภาพลักษณ์ให้บุคคล องค์กร อย่างเพลงประจำบริษัท เพลงมาร์ชโรงเรียน เพลงหาเสียงเลือกตั้ง ที่ก็มีผู้ประพันธ์เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสิ้น

ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมดนตรีทุกภาคส่วนต่างมีความสำคัญไม่แพ้กัน และยังเป็นฟันเฟืองที่นำไปต่อยอดในภาคธุรกิจอื่น ๆ ได้อย่างไรที่ล้ำสุด และในอนาคตที่ยังมีการพัฒนาของเทคโนโลยีอยู่เรื่อย ๆ อาจมีบูรณาการทางธุรกิจ ที่ดึงเอาดนตรีไปเกี่ยวข้องในรูปแบบที่เราคาดไม่ถึงอีกก็เป็นได้

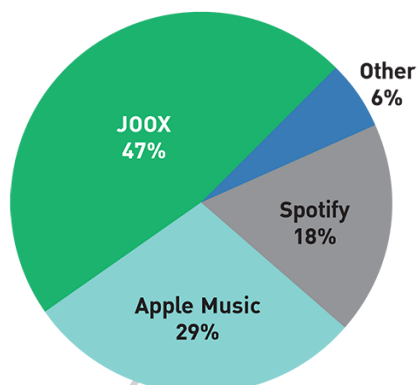
2.6.4 อุตสาหกรรมดนตรีโลก

อุตสาหกรรมดนตรีโลกกำลังหมุนเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมที่คนฟังสามารถฟังเพลงได้ทุกที่และทุกเวลาผ่านเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตที่เป็นสื่อกลาง แต่ประสบการณ์การรับฟังชม และรู้สึกผ่านการแสดงดนตรีสดที่ยังไม่มีเทคโนโลยีใดมาแทนที่ได้กลับกำลังเป็นทิศทางที่น่าจับตามอง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. Let's Stream, Let's Enjoy!

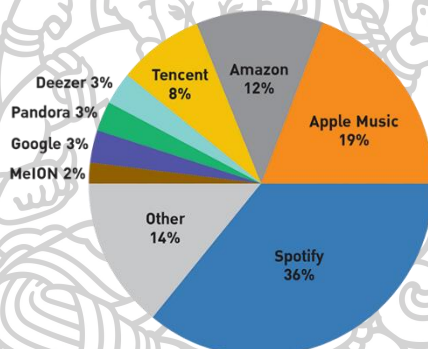
ตั้งแต่การเปิดตัวของมิวสิกสตรีมมิ่งเมื่อปี 2005 ที่สามารถเชื่อมดนตรี ศิลปิน และผู้ฟังให้เข้าใกล้กันมากขึ้น ดูเหมือนว่าเส้นทางการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรีนับจากวันนั้นก็เปลี่ยนไป จากเดิมที่มีผู้ใช้บริการมิวสิกสตรีมมิ่งแบบจ่ายเงิน 106 ล้านยูสเซอร์ในปี 2016 คาดว่าภายในปี 2025 จะมีสมาชิกที่จ่ายเงินให้กับบริการนี้เพิ่มขึ้นถึง 336 ล้านยูสเซอร์ ซึ่ง Spotify คือผู้ให้บริการมิวสิกสตรีมมิ่งที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดในโลก ขณะที่ Joox คือตัวเลือกที่ชาวไทยเลือกใช้บริการมากที่สุด

สัดส่วนการใช้บริการมิวสิกสตรีมมิง
ในประเทศไทยปี 2018



ภาพที่ 14 สัดส่วนการใช้บริการมิวสิกสตรีมมิงในประเทศไทยปี 2018

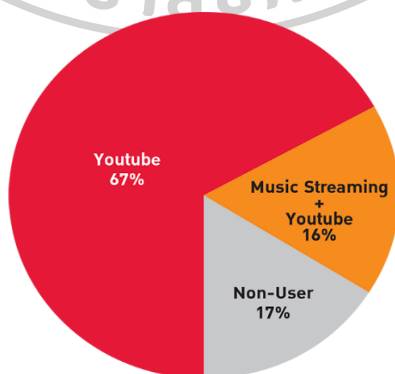
ที่มา : TCDC
สัดส่วนผู้ใช้บริการมิวสิกสตรีมมิงทั่วโลก
ในครึ่งปีแรกของปี 2018 (ข้อมูลจาก Statista)



ภาพที่ 15 สัดส่วนการใช้บริการมิวสิกสตรีมมิงทั่วโลกในครึ่งปีแรก 2018

ที่มา : TCDC

สัดส่วนการฟังเพลงผ่านระบบออนไลน์
ในประเทศไทยปี 2017



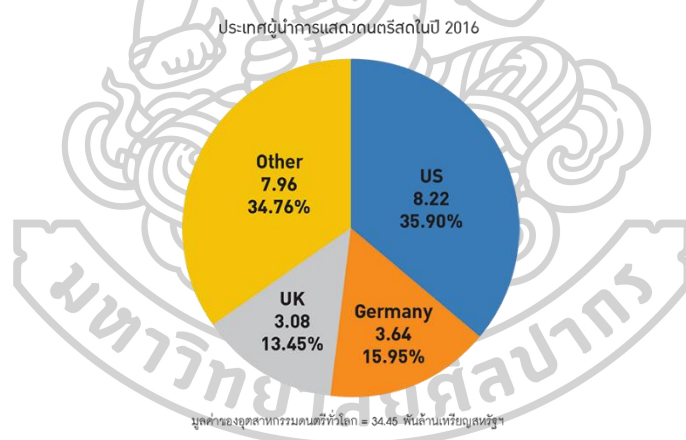
ภาพที่ 16 สัดส่วนการการฟังเพลงผ่านระบบออนไลน์ในประเทศไทยปี 2017

ที่มา : TCDC

2. The Live Music Era

ในปี 2017 อุตสาหกรรมการแสดงดนตรีสดทั่วโลกมีมูลค่ามากกว่า 23.49 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 62.31 ของมูลค่าอุตสาหกรรมดนตรีทั้งหมด และคาดว่าภายในปี 2021 มูลค่าของตลาดส่วนนี้จะมีมากถึง 32.43 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งสหรัฐอเมริกา เยอรมนี และอังกฤษ คือ 3 ประเทศผู้นำการแสดงดนตรีสดที่กินส่วนแบ่งการตลาดเกินกว่าครึ่งของทั้งหมด

ในส่วนการแสดงดนตรีสดของประเทศไทยก็มีมูลค่ามากที่สุดในอุตสาหกรรมดนตรีไทยในวันนี้เช่นกัน โดยมีมูลค่าคิดเป็น 268 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือร้อยละ 58.7 ของส่วนแบ่งอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศทั้งหมด เมื่อบวกกับศักยภาพของกรุงเทพฯ เมืองหลวงของประเทศไทยที่ได้ชื่อว่าเป็นสุดยอดของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลกมา 3 ปีซ้อนโดยผลสำรวจจาก Mastercard ทำให้การผลักดันกรุงเทพฯ ให้เป็นเมืองดนตรี (Bangkok Music City) คือโอกาสครั้งสำคัญที่จะทำให้อุตสาหกรรมดนตรีของประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 17 ประเทศผู้นำการแสดงดนตรีสด

ที่มา : TCDC

3. The Music City is HERE

Bangkok Music City คือเทศกาลดนตรีครั้งยิ่งใหญ่ของกรุงเทพฯ ที่จัดขึ้นในวันที่ 1-3 พฤศจิกายน 2019 บนความร่วมมือของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA), ฟังใจ และ NYLON Thailand จัดขึ้น ณ ย่านสร้างสรรค์เจริญกรุง โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะและดนตรีของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งยังเป็นการแสดงศักยภาพว่ากรุงเทพฯ สามารถเป็นจุดศูนย์กลางของการแสดงคอนเสิร์ตได้ไม่แพ้เมืองดนตรีไหน ๆ ของโลก โดยภายใน

งานประกอบด้วย 2 กิจกรรมหลัก นั่นคือ Music Festival และ Conference ที่จะช่วยส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมดนตรีไทย พร้อม ๆ กับการช่วยส่งเสริมพลังความคิดสร้างสรรค์ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจไทย

แม้จะบอกว่ายังไม่มีเทคโนโลยีใดแทนที่ประสบการณ์การรับชมดนตรีสดได้ แต่เทคโนโลยีที่มอบประสบการณ์ที่ใกล้เคียงที่สุดในขณะนี้ ได้แก่ เทคโนโลยี AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) ที่มอบโลกเสมือนจริงให้ผู้ใช้งาน โดยกำลังเป็นเทรนด์ใหม่ที่จะเปลี่ยนทิศทางการสร้างสรรค์เสียงเพลงในอุตสาหกรรมดนตรีโลกและพฤติกรรมผู้บริโภคคนตรีแก่ผู้ชมในวันนี้ เพราะนอกจากศิลปินระดับโลกจะผจญเทคโนโลยี AR และ VR ลงในมิวสิกวิดีโอเพื่อเสริมความเต็มอิมให้ผู้ชมในวันนี้แล้ว เทคโนโลยี VR ยังเข้าไปอยู่ในรูปแบบการรับชมคอนเสิร์ตและมิวสิกเฟสติวัลต่าง ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง นั้นหมายความว่าเทคโนโลยีนี้กำลังจะเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคคนตรี และมอบรายได้ทิศทางใหม่ให้กับอุตสาหกรรมเพลง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการสมัครสมาชิกหรือรายได้จากการลงโฆษณาแบบใหม่ จึงมีแนวโน้มว่าแฟนเพลงจะได้ันออนดูคอนเสิร์ต VR เต็มรูปแบบของศิลปินโปรดในบ้านตัวเองในเร็ววันนี้

“Music City” หรือเมืองดนตรี คือคอนเซ็ปต์การผลักดันดนตรีให้เป็นตัวช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมให้กับเมือง โดยตัวอย่างของเมืองดนตรีที่ประสบความสำเร็จในระดับโลกและสามารถสร้างรายได้มหาศาลผ่านการท่องเที่ยวเชิงดนตรี (Music Tourism) ได้แก่ New Orleans (USA) ที่ขึ้นชื่อในเรื่องของดนตรีแจ๊ส Austin (USA) ที่ถูกยกย่องให้เป็นเมืองของการแสดงดนตรีสดที่ยิ่งใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก และ Liverpool (UK) เมืองดนตรีต้นกำเนิดของวงเดอะบีเทิลส์และยังเป็นเมืองคอนเสิร์ตสำคัญของอังกฤษ เป็นต้น

2.6.5 แนวโน้มอุตสาหกรรมดนตรี

ธุรกิจดนตรีในประเทศไทยไม่ได้เป็นข้อยกเว้นจากผลสะท้อนจากการแพร่ระบาดของโควิดเช่นกัน ตัวอย่างที่เด่นชัดคือ กรณีของการสูญเสียดังกล่าวจากการแสดงสดตามงานเทศกาลประจำปีของวงดนตรีพื้นบ้าน โดยเฉพาะ การแสดงหมอลำ เนื่องจากทางรัฐบาลประกาศให้ยกเลิกงานเทศกาลเหล่านี้เพื่อยับยั้งการลุกลามของไวรัสโควิดที่อาจแพร่กระจายเมื่อผู้คนมาชุมนุมกันเป็นจำนวนมาก ศิลปินหมอลำชื่อดังบางรายอย่าง นกน้อย อุไรพร และคณะหมอลำเสียงอีสาน ยังต้องเผชิญกับภาวะหนี้สิน เพราะผู้จัดเทศกาลยกเงินงานทั้งหมดจึงไม่สามารถหารายได้จากการขึ้นเวทีแสดงสดได้ หรือ ไผ่ พงศธร นักร้องลูกทุ่งชื่อดัง ผู้ขับร้องเพลง “คนบ้านเดียวกัน” ต้องกลับมาเปิดร้านลาบเพื่อหารายได้ช่วยเหลือทีมงานในวงของตัวเองที่ตกงานเนื่องจากการยกเลิกการแสดงสด ผลกระทบของโควิดที่มีต่อวงหมอลำไม่ได้กระทบเพียงแต่

ศิลปิน แต่ยังคงกระทบต่อทีมงานของศิลปินที่ทำหน้าที่อันหลากหลาย ตั้งแต่การขับรถ การจัดการ เสื้อผ้า วงดนตรี หรือแม้แต่คนครัว ศิลปินหมอลำเช่น บอย ศิริชัย หัวหน้าคณะหมอลำใจเกินร้อย มีทีมงานเป็นจำนวนถึงประมาณ 300 ชีวิต การระบาดของโควิด-19 ในไทยจึงส่งผลให้ศิลปินและทีมงาน โดยเฉพาะรายที่พึ่งพิงรายได้จากการแสดงสด ยิ่งกว่านั้น กากาการระบาดของโควิดยังไปกระทบกับธุรกิจประเภทอื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานรื่นเริงตามเทศกาลต่างๆ เช่นธุรกิจรถแห่ที่เปรียบเสมือนเวทีเคลื่อนที่ให้ศิลปินและทีมงานนักดนตรีโชว์ตัวพร้อมกับแสดงไปพร้อมกับการเคลื่อนที่ของขบวนแห่ โดยทั่วไปแล้ว ธุรกิจรถแห่มักสร้างรายได้จากเทศกาลต่างๆ เช่น งานบวช งานผ้าป่า งานบุญกฐิน และงานสงกรานต์ สำหรับในกรณีของตัวเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด รถแห่จะได้ค่าจ้างในอัตราเริ่มต้น 16,000 บาท ต่อการแสดงสามชั่วโมง มาตรการของรัฐบาลที่ห้ามให้จัดงานรื่นเริงจึงทำให้ธุรกิจรถแห่ในต่างจังหวัดซบเซาไปด้วย โดยสรุปแล้ว ภาวะการระบาดของโควิดในสังคมไทยไม่ได้กระทบเฉพาะอุตสาหกรรมดนตรีในระดับชาติเท่านั้น แต่ยังคงกระทบผู้ประกอบการธุรกิจดนตรีตามภูมิภาคต่างๆ อีกด้วย เพราะในระยะแรกรัฐบาลจำเป็นต้องออกมาตรการยกเลิกการจัดงานรื่นเริงหรือเทศกาลตามฤดูกาลที่เป็นทั้งแหล่งรายได้จากการแสดงสดและโชว์ตัวของวงดนตรีที่มีชื่อเสียงระดับชาติ และแหล่งรายได้จากการรับจ้างจัดงานแสดงเคลื่อนที่ของรถแห่เครื่องเสียงที่เป็นกิจกรรมความบันเทิงที่ผูกอยู่กับขบวนแห่ของผู้คนในต่างจังหวัดคำถามสำคัญที่ควรขบคิดในช่วงเวลานี้ คือวงดนตรีพื้นบ้าน โดยเฉพาะวงหมอลำ และผู้ประกอบการรถแห่สามารถหารายได้จากช่องทางออนไลน์ได้อย่างไรบ้าง ในเมื่อกิจกรรมการแสดงดนตรีของพวกเขาผูกอยู่กับงานประเพณีรื่นเริงประจำปีที่ผู้คนในท้องถิ่นมาพบปะกัน และใช้ดนตรีเป็นหนึ่งในสิ่งเชื่อมโยงให้ผู้เข้าร่วมงานประเพณีมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างครื้นเครง เพราะผู้เขียนก็ไม่แน่ใจว่า เทคโนโลยีออนไลน์อย่าง สตรีมมิ่ง มีความสามารถในการผลิตซ้ำบรรยากาศแบบนี้ขึ้นมาได้

รูปแบบการจัดการอุตสาหกรรมดนตรีในสังคมไทยยุคหลังโควิด-19 จากประสบการณ์ในต่างประเทศและกรณีศึกษาในไทย อุตสาหกรรมดนตรีในยุคหลังโควิด-19 อาจดำเนินไปทิศทางต่อไปนี้ ในด้านหนึ่ง ศิลปินและผู้ประกอบการดนตรีอาจหารายได้พิเศษจากทางอื่น เช่นการเปิดร้านอาหารอย่างในกรณีของ ไผ่ พงศธร หรือพยายามเก็บเกี่ยวรายได้จากช่องทางออนไลน์ เพื่อให้อยู่รอดจนถึงวันที่โลกค้นพบวัคซีนที่สกัดการระบาดของไวรัสได้ เพราะหลังโควิดจบลง ผู้คนคงยินดีใช้จ่าย (ถ้าพวกเขายังมีเงินออมเหลืออยู่บ้าง) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมรวมกลุ่มทางสังคมในด้านความบันเทิงมากขึ้น ศิลปินและธุรกิจดนตรีเหล่านี้สามารถได้รับกระแสรายได้จากงานแสดงดนตรีสดในเทศกาลที่เต็มไปด้วยผู้คนที่อัดอั้นจากการอยู่ในที่พำนักเป็นเวลานานหลายเดือน และในอีกทางหนึ่ง ศิลปินอาจต้องจับมือกับ startup ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและช่าง

เทคนิคด้านภาพและเสียง เพื่อคิดค้น application ที่สามารถจำลองได้ทั้งบรรยากาศในการแสดงสดและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าชมการแสดงระหว่างกันได้ เพื่อทำให้งิจกรรมการชมการแสดงในโลกออนไลน์มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน กลุ่มธุรกิจดนตรีและศิลปินอาจเรียกร้องขอส่วนแบ่งจากการขายโฆษณาและการสตรีมมิงการแสดงหรือผลงานของเขา จากกลุ่มผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง youtube หรือ stopify ในสัดส่วนที่สูงขึ้น เพื่อเป็นการปรับตัวเข้ากับแนวโน้มในอนาคตที่การแสดงสดและการเสพดนตรีในโลกออนไลน์กลายเป็นภาวะปกติมากขึ้น

ก่อนการมาถึงของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมการบีบอัดไฟล์เสียง แหล่งรายได้หลักของอุตสาหกรรมดนตรีในระดับโลกคือ การจำหน่ายวัตถุดิบที่กเสียง ไม่ว่าจะเป็นแผ่นเสียง ตลับเทป หรือแผ่นซีดี แต่ความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เอื้อให้เกิดการผลิตซ้ำและกระจายผลงานดนตรีได้อย่างง่ายดายได้นำพาอุตสาหกรรมดนตรีเข้าสู่ยุค เพราะผู้คนในธุรกิจดนตรีไม่สามารถพึ่งพิงการจำหน่ายแผ่นเสียง ตลับเทป หรือซีดีในฐานะแหล่งรายได้หลักได้อีกต่อไป รายได้ของพวกเขา/เธอจึงมาจากการับชมการแสดงสดในสัดส่วนที่สูงขึ้น Daigj (2015: 298) ระบุว่า นับตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา รายได้จากการขายวัตถุดิบที่กเสียงมีมูลค่าลดลงอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการสามารถเข้าถึงเพลงในโลกออนไลน์โดยไม่ต้องจ่ายเงิน ขณะที่การแสดงสดกลายเป็นแหล่งรายได้ใหญ่ของศิลปินและอุตสาหกรรมดนตรี กระนั้นก็ตาม ยอดขายผลงานของธุรกิจดนตรีก็ไม่ได้ลดลง เพราะผู้บริโภคหันไปซื้อผลงานผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น การแพร่ระบาดของโควิดอาจผลักดันให้ผู้คนในอุตสาหกรรมดนตรีคิดทบทวนว่าจำเป็นต้องข้ามจักรวาลอีกรอบเหมือนที่เคยเกิดขึ้นในช่วงปี 2000 หรือไม่ เพราะโควิดทำให้การแสดงสดที่ขัดแย้งกับหลักการการรักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) กลายเป็นเรื่องต้องห้าม และการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจออนไลน์กลายเป็นความจำเป็น ไม่ใช่ความสามารถพิเศษอีกต่อไป

การระบาดของไวรัสโควิดทำให้ศิลปินและธุรกิจดนตรีต้องสูญเสียรายได้จากการแสดงสดไปอย่างมหาศาล เพราะพวกเขาจำเป็นต้องยกเลิกเทศกาลดนตรี หรือโปรแกรมแสดงสดที่ได้วางไว้เรียบร้อยแล้ว Pollstar บริษัทวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจการแสดงดนตรีในสหรัฐอเมริกาประมาณการว่า หากการแสดงดนตรีในปี 2020 สามารถเริ่มต้นในเดือนสิงหาคม แทนที่จะเป็นฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคมหรือเมษายน) อุตสาหกรรมดนตรีเสียรายได้ไปถึง 5.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และถ้าการแสดงดนตรีต้องเริ่มต้นในเดือนธันวาคม อุตสาหกรรมดนตรีเสียรายได้ไปถึง 8.9 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในทางตรงกันข้าม Pollstar คาดการณ์ว่า การแสดงดนตรีสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมเป็นมูลค่าถึง 12.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยสรุปแล้ว กระทบกระจายของไวรัสโควิดอาจทำให้

อุตสาหกรรมดนตรีเสียหายได้จากการแสดงดนตรีสดไปถึงประมาณร้อยละ 40-75 โดยขนาดของความเสียหายทางธุรกิจขึ้นอยู่กับภาวะชะงักงันของการจัดแสดงดนตรีสด ยิ่งกว่านั้น การยกเลิกการแสดงสดไม่เพียงแต่กระทบรายได้ของศิลปินและผู้จัดคอนเสิร์ตเท่านั้น หากแต่ยังผลักดันทีมงานเบื้องหลังที่คอยดูแลเวทีและสนับสนุนศิลปินเมื่อยามออกตระเวนแสดงคอนเสิร์ตให้เผชิญกับความไม่แน่นอนทางรายได้ เพราะรายได้ของคนกลุ่มหลังนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนของการจัดแสดงดนตรีสด พวกเขาไม่ได้รับเงินเดือนที่แน่นอน จากข้อมูลข้างต้น การยกเลิกการแสดงสดดนตรีอันเป็นผลจากโควิดจึงไม่ได้เป็นความเสียหายแก่อุตสาหกรรมดนตรีเพียงรายได้การจัดแสดงดนตรีสดและเทศกาลดนตรีในสัดส่วนที่สูงกว่าในอดีต แต่ยังคงส่งผลกระทบต่อคนกลุ่มอื่นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้โดยอ้อม ไม่ว่าจะเป็นแรงงานรับจ้างที่ตระเวนติดตามวงดนตรีไปยังที่ต่างๆ กลุ่มคนค้าขายตามการแสดงดนตรี หรือกลุ่มธุรกิจการให้บริการขนส่ง

อุตสาหกรรมดนตรีต้องปรับตัวเข้าสู่โลกออนไลน์ในระดับที่เข้มข้นขึ้น ถึงแม้การแสวงหารายได้ผ่านช่องทางในโลกออนไลน์ไม่ใช่เรื่องใหม่นัก เพราะเริ่มแพร่หลายตั้งแต่ทศวรรษ 2010 แต่การระบาดของโรคโควิดทำให้ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรีต้องคิดค้นกิจกรรมเชิงพาณิชย์ในโลกออนไลน์มากขึ้น รายได้จากช่องทางออนไลน์จึงไม่ได้มาจากการขายเพลงแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ยังมาจากการแสดงสดออนไลน์หรือการสอนทักษะการเล่นเครื่องดนตรีท่ามกลางภาระการแพร่กระจายของโควิดที่ทำให้ผู้คนไม่สามารถเข้าชมการแสดงดนตรีสดได้ ศิลปินบางรายเช่น Jackson Browne หรือ the Black Crow's Chris and Rich Robinson อาศัยเทคโนโลยีสตรีมมิ่งในฐานะช่องทางการถ่ายทอดการแสดงแก่ผู้ชมที่บ้าน ในกรณีนี้ผู้ประกอบการบางรายเช่น Big Room TV หรือ Wave XR พยายามหาทำกำไรจากการทำหน้าที่เป็นผู้จัดการแพลตฟอร์มการแสดงสดในโลกออนไลน์ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากศิลปิน การใช้เทคโนโลยีสตรีมมิ่งทดแทนการแสดงสดเกิดขึ้นในทั้งในกรณีของศิลปินเฉพาะรายและเทศกาลดนตรีขนาดใหญ่อย่าง Coachella ด้วย ในขณะเดียวกัน ศิลปินบางรายก็อาศัยช่องทางความบันเทิงประเภทอื่น เช่นเกม เป็นสื่อกลางในการจัดการสตรีมมิ่งการแสดงสดออนไลน์ กรณีศึกษา คือ การแสดงของ Travis Scott แร็ปเปอร์ชาวอเมริกันในเกม Fortnite ที่มีผู้เข้าชมถึง 12 ล้านคน โดย Travis ปรากฏตัวเป็นตัวละครแอนิเมชัน ความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการแสดงสดออนไลน์ผ่านสตรีมมิ่งอาจเปิดโอกาสให้ Startup ด้านการสื่อสารสร้างรายได้และอุตสาหกรรมดนตรีสร้างรายได้ร่วมกันก็เป็นได้ ยิ่งกว่านั้น ภาวะการระบาดของโควิดที่บีบให้ผู้คนต้องทำงานจากที่พัก (Work From Home) ยังทำให้ยอดขายซื้อเครื่องดนตรี อย่างกีตาร์โปร่ง หรือกีตาร์ฮาวาย (อูคูเลเล่) ผ่านเว็บไซต์ และยอดดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มพูนทักษะด้านดนตรี เติบโตขึ้นอีกด้วย

เนื่องจากผู้คนมีเวลาว่างเพียงพอที่จะเรียนรู้ด้านดนตรี อีกทั้ง นักดนตรีหน้าใหม่เหล่านี้ยังเข้าไปปรับชมการสอนวิธีการบรรเลงเครื่องดนตรีทางห้องเรียนออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นแล้ว การเติบโตของนักดนตรีฝึกหัดที่ใช้โอกาสจากการทำงานที่บ้านเพิ่มพูนทักษะดนตรีกระตุ้นธุรกิจดนตรีที่อิงกับโลกดิจิทัล (ชั้นเรียนดนตรีออนไลน์หรือโปรแกรมฝึกซ้อม) และธุรกิจดนตรีในโลกเศรษฐกิจจริง โดยเฉพาะการผลิตและจำหน่ายเครื่องดนตรีบางประเภท

2.6.6 กรณีศึกษาการปรับตัวของอุตสาหกรรมดนตรี

1. คอนเสิร์ตออนไลน์ของ GMM ที่เข้ามาเติมเต็มยุค New Normal

อุตสาหกรรมดนตรีโดยเฉพาะการจัดอีเวนต์ ที่เป็นการรวมตัวของคนหมู่มาก ซึ่งถือว่าเป็นรายได้หลักของอุตสาหกรรมดนตรีในยุคนี้เรื่องนี้ทำให้เกิดช่องทางการรับชมรูปแบบใหม่ เช่น การจัดคอนเสิร์ตแบบออนไลน์ การไลฟ์สดของดาราศิลปินต่างๆซึ่งก็เริ่มมาตั้งแต่ช่วง 3 - 4 เดือนที่ผ่านมา ตั้งแต่มีการล็อกดาวน์และเวลานี้ หลายคนก็คงจะเริ่มคิดถึง การชมคอนเสิร์ต หรือ การรับชมการแสดงของดาราศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบกันบ้างแล้วซึ่งก็ต้องยอมรับว่า การรับชมคอนเสิร์ตแบบออนไลน์นั้นย่อมมีข้อจำกัดต่างๆ มากมาย ที่ไม่สามารถเข้ามาแทนที่การชมคอนเสิร์ตแบบปกติได้ 100%แต่อย่างไรก็ตาม หากใครที่สามารถทลายข้อจำกัดต่างๆ เหล่านั้นออกไปได้ก็จะสร้างความได้เปรียบและสามารถดึงดูดผู้ชมได้มากยิ่งขึ้นโดยทาง GMM เอง ก็เป็นหนึ่งในค่ายเพลงที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และก็รับรู้ถึงปัญหานี้ดีจึงได้จัดคอนเสิร์ต GMM Online Festival ขึ้นซึ่งคอนเสิร์ตในครั้งนี้ ก็เรียกได้ว่าทาง GMM ไปไรท์อย่างเต็มรูปแบบ 360 องศา ผ่านทั้งสื่อออนไลน์ ที่มีผู้ติดตามรวมกว่า 70 ล้านผู้ติดตาม มีการปฏิสัมพันธ์ถึง 2.9 ล้านครั้ง ส่วนสื่อออฟไลน์นั้น ได้มีการใช้ Out of Home Media เต็มรูปแบบทั้งจอ LED ทั่วกรุงเทพ รวมไปถึงสื่อบนรถไฟฟ้า และประชาสัมพันธ์ข่าวผ่านสื่อบนแท็บเล็ตและสื่อการตลาดรวมกว่า 200 สื่อ มูลค่ารวมมากถึง 32 ล้านบาท

ส่วนประเด็นที่สำคัญที่สุดของการจัดคอนเสิร์ตออนไลน์ก็คือเรื่อง “อรรถรส” ที่อาจจะไม่ได้เติมอิมเมชันแบบในสถานที่จริงแต่ด้วยความเป็นมืออาชีพของ GMM เราจึงได้ชมคอนเสิร์ตที่มีการนำเทคโนโลยี ภาพเสมือนแบบ 3 มิติ มาเพื่อเป็นอีกหนึ่งความน่าตื่นตาตื่นใจในการรับชมเพิ่มมากขึ้น ที่เราอาจจะไม่ได้เห็นบ่อยนักในการรับชมคอนเสิร์ตแบบทั่วไป ซึ่งการนำเทคโนโลยีนี้เข้ามาช่วยก็ทำให้ ประสบการณ์การชมคอนเสิร์ตนั้น แปลกใหม่มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการสร้างภาพเสมือนจริง แสง สี ต่างๆ จากทั้ง 4 เวทีที่ให้อารมณ์ของการรับชมที่แตกต่างกันทำให้การรับชมคอนเสิร์ตนั้นมีความสุขมากยิ่งขึ้น

และถ้าหากใครคิดว่าจะเป็นคอนเสิร์ตไลฟ์สด ผ่าน Youtube หรือ Facebook แบบทั่วไปนั้นก็คงต้องบอกว่างานนี้แตกต่าง และเต็มรูปแบบมากกว่าการ Live สดแบบที่ผ่านๆ

ข้อจำกัดแรกของการชมแบบออนไลน์เลยก็คือ ความไม่เสถียรของ Platform ความถี่ในการรับชม และเรื่องของความคมชัดซึ่งเรื่องนี้ ทาง GMM ก็ได้เข้ามาจับมือกับ Platform Live สด ระดับต้นๆ ของโลก จากประเทศเกาหลีที่ชื่อว่า VLIVE ซึ่งแพลตฟอร์มนี้ ไม่เหมือน แพลตฟอร์มทั่วไปแต่เป็นแพลตฟอร์มที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อวงการบันเทิงโดยเฉพาะโดยในเรื่องของความราบรื่นของการรับชม และ ความเสถียรนั้น VLIVE ได้รับความไว้วางใจจากทั้งผู้ชมในเกาหลีเอง และอีกหลายๆ ประเทศทั่วโลกในเวลา VLIVE สามารถรับชมได้จากกว่า 200 ประเทศทั่วโลก และในออนไลน์คอนเสิร์ตครั้งนี้ ยังเลือกรับชมได้ถึง 3 ภาษา โดยมียอดรับชมสูงสุด 5 ประเทศ ได้แก่ ไทย สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น จีน และผู้ชมกดหัวใจและคอมเมนต์รวมกว่า 226,000,000 ครั้ง เรื่องนี้น่าสนใจ เพราะถือว่าการเปิดโอกาสให้กับทั้งทางผู้จัดคอนเสิร์ตเอง และแฟนเพลงของศิลปินทั่วโลก ที่สามารถรับชมได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตามและประเด็นต่อมา ก็คือ การชมผ่าน VLIVE นั้นยังสามารถรับชมได้แบบไม่จำกัดคนดูอีกด้วย ซึ่งจะแตกต่างกับแพลตฟอร์มอื่นที่จำกัดคนดู หรือไม่จำกัดคนดูแต่ระบบอาจไม่มีความพร้อมที่จะรองรับคนดูจำนวนมากส่วนเรื่องความคมชัด VLIVE สามารถเลือกระดับความคมชัดได้สูงสุดถึง 1080p ซึ่งถือเป็นระดับ HD

และเรื่องสุดท้าย ที่ VLIVE เข้ามาช่วยลดข้อจำกัดในการรับชมคอนเสิร์ตออนไลน์ก็คือ “เรื่องการใกล้ชิดศิลปิน” ซึ่ง VLIVE ได้ใช้วิธีการให้ศิลปินสามารถอ่านข้อความจากผู้ชมที่บ้านพร้อมตอบโต้กันได้แบบสดๆ ทำให้ ผู้คนรู้สึกไม่เหมือนกับดูคลิปวิดีโอธรรมดาทั่วไป เพราะสามารถโต้ตอบกับศิลปินได้ ส่วน Lineup ศิลปิน ทาง GMM จัดมาให้ตั้งแต่วงหน้าใหม่ไฟแรงอย่าง Tilly Birds, Three Man Down ไปจนถึงศิลปินรุ่นใหญ่ยอดนิยมตั้งแต่ Getsunova, เป็ก ผลิตโชค ไปจนถึงวงร็อกในตำนาน อย่าง Paradox ซึ่งปกติแล้วหากจะชมคอนเสิร์ตของพวกเขาเหล่านี้ คงไม่ได้มีโอกาสบ่อยนัก การจัดคอนเสิร์ตในครั้งนี้ถือเป็นอีกก้าวหนึ่งที่น่าสนใจของ GMM และถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งคอนเสิร์ตออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในปีนี้ การทำคอนเสิร์ต online จะเข้ามาเสริมทัพธุรกิจ Digital Music ซึ่งปัจจุบันเป็นหนึ่งในเสาหลักของ ธุรกิจเพลงของ GMM ซึ่งเรื่องนี้ถือเป็นตัวอย่างในการพัฒนาและการปรับตัวเพื่อรับมือกับวิกฤติที่เกิดขึ้น

2) แนวทางจัดคอนเสิร์ตหรือการแสดงดนตรีเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 สำหรับผู้จัดคอนเสิร์ต

2.1 การเตรียมความพร้อมสำหรับเจ้าหน้าที่และผู้จัดงาน

1. Standard Operation Procedure (SOP) ผู้จัดงานควรเตรียมจัดทำคู่มือและวางมาตรฐานการปฏิบัติงาน พร้อมจัดอบรมพนักงาน เจ้าหน้าที่ เพื่อเตรียมพร้อมรับสถานการณ์ต่างๆ ในงานอีกทั้งเมื่อเกิดกรณีฉุกเฉินต้องมีมาตรการรองรับที่ปฏิบัติได้ทันที

2. จัดเตรียมหน่วยงานด้านการแพทย์และอุปกรณ์เตรียมคัดกรองคนก่อนเข้างานให้พร้อม รวมถึงจัดอบรมพนักงานต้อนรับให้สามารถคัดกรองคนเข้าร่วมงานได้ และมีพื้นที่เฉพาะเพียงพอและเหมาะสมที่จะรองรับกลุ่มเสี่ยงได้ทันทีเมื่อเกิดกรณีพบผู้ที่มีแนวโน้มการติดเชื้อไวรัส

3. จัดเตรียมพนักงานและอุปกรณ์การทำความสะอาดให้เพียงพอต่อพื้นที่ของการจัดงานที่ต้องทำงาน เต็มเวลาโดยทำความสะอาดในทุก 1-2 ชั่วโมงในแต่ละจุดของงาน

4. จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ฝ่ายดูแลคุณภาพและอาชีวอนามัย ทำงานเต็มเวลาโดยคอยตรวจสอบและเช็คทุกกระบวนการในระหว่างการจัดงานเพื่อให้มีความสะอาดและความปลอดภัยในแต่ละจุด

5. ควรจัดทำข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเชื้อไวรัส COVID-19 ประชาสัมพันธ์ให้คนในองค์กรทราบ

6. จัดทำแผนที่แนะนำเส้นทางการเดินทางโดยระบุสถานที่จัดงานให้ชัดเจนพร้อมรูปแบบการเดินทางที่หลากหลายตอบโจทย์การเดินทางทุกรูปแบบ พร้อมแนะนำวิธีลดความเสี่ยงจากการเดินทาง

7. การจัดการพื้นที่ในแต่ละจุดของงานโดยคำนึงถึงการเว้นระยะห่าง และจัดให้เหมาะสมกับกิจกรรมนั้น อาทิ จุดคัดกรองคนเข้างานควรมีพื้นที่มากพอให้คนเว้นระยะห่าง

8. เตรียมอุปกรณ์ป้องกัน อาทิ หน้ากากอนามัยสำรอง เพื่อไว้เสมอและแจ้งผู้ร่วมงานล่วงหน้าเพื่อให้ผู้ร่วมงานใส่หน้ากากอนามัยเข้าร่วมงานทุกครั้ง

9. จุดลงทะเบียนเข้าร่วมงานควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสสิ่งของร่วมกัน อาจปรับเปลี่ยนแบบลงทะเบียนเป็น Digital Platform อาทิ QR Code และสถานที่ควรมี wifi เตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกหากสามารถทำได้

2.2 แนวทางปฏิบัติสำหรับเจ้าหน้าที่และผู้จัดงาน

1) ให้มีระบบการคัดกรองผู้ให้บริการ/ผู้แสดง ผู้ร่วมงาน นักข่าว โดยประสานสถานที่จัดงานให้จัดเตรียมจุดคัดกรอง จุดลงทะเบียน คูหาแสดงสินค้าให้เพียงพอและจัดระยะห่างตามที่มาตรการกำหนดรวมถึง จัดพนักงานทำความสะอาดเพียงพอ

2) ให้ผู้ให้บริการ/ผู้แสดงสินค้า พนักงานจัดสถานที่ ช่างแต่งหน้า ช่างไฟ นักดนตรี ผู้ร่วมงาน นักข่าว สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลา และจัดให้มีอุปกรณ์ป้องกัน

ตนเองที่จำเป็นสำหรับผู้ให้บริการ/ผู้แสดงสินค้า เช่น ถุงมือ แผ่นใสครอบหน้า (Face shield) เป็นต้น และรักษาระยะห่างระหว่างผู้เข้าชมงานอย่างน้อย 1 เมตร

3) จัดให้มีเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการบริเวณต่างๆ อย่างเพียงพอ

4) มีมาตรการลดความแออัดระหว่างที่จัดกิจกรรม เช่น จำกัดจำนวนผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า 4 ตารางเมตรต่อคน การจัดคิวเข้าชมงานเป็นรอบ กระจายจุดบริการต่างๆ เช่น จุดประชาสัมพันธ์ จุดเข้า-ออก จุดลงทะเบียน จุดบริการอาหารอาจจัดระบบลงทะเบียนล่วงหน้า จัดรูปแบบเวทีโดยใช้จอขนาดใหญ่ เพื่อให้การรับชมได้ทั่วถึงชัดเจนเพื่อลดความแออัด ลดระยะเวลา หรือเหลือเวลาเปิดและปิดการจัดแสดงดนตรีหรืออีเวนต์ หรือจัดให้มีการรับ - ส่งผู้เข้าร่วมกิจกรรม

5) จัดให้มีมาตรการลดการสัมผัส เช่น เตรียมอุปกรณ์ส่วนตัว (ไมโครโฟน Head set) ให้เพียงพอกับผู้ที่ต้องใช้ การลงทะเบียนเข้างานหรือแสดงรายละเอียดสินค้าออนไลน์หรือ QR Code งดการจับมือกับศิลปิน นักแสดง ปรับเปลี่ยนการจำหน่ายของที่ระลึกแบบออนไลน์ นักแสดงควรนำอุปกรณ์ของใช้ส่วนตัวมาหรือมีมาตรการทำความสะอาดกรณีใช้สิ่งของร่วมกัน

6) ปรับรูปแบบการจัดการแสดงและจัดให้มีมาตรการรักษาระยะห่าง เช่น ใช้ระบบการแสดงดนตรีออนไลน์ (Streaming) เข้ามาเพิ่มเติม จำกัดจำนวนนักดนตรี จัดกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม (Private group) จัดกลุ่มชมงานแบบจัดกลุ่ม (Social bubble) เป็นต้น หรือจัดเวทีหรือสถานที่จัดงานแบบเรียบง่ายเพื่อลดระยะเวลาการเตรียมสถานที่และรอถอน ทั้งนี้ หากจัดงานแบบ Streaming ให้พิจารณาใช้แนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 สำหรับการถ่ายทำรายการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่กำหนด

7) งดจัดกิจกรรมที่มีการสัมผัสหรือใกล้ชิดหรือกิจกรรมที่ทำให้เกิดการรวมตัวของประชาชน เช่น การจับมือ การถ่ายรูปหมู่และจัดให้มีระบบการตรวจสอบจุดที่มีการรวมกลุ่มภายในงานและติดตามการปฏิบัติตามมาตรการของผู้เข้าชมงานและผู้จัดแสดงสินค้า

8) ประชาสัมพันธ์มาตรการ คำแนะนำในการป้องกันการแพร่ระบาดให้แก่ผู้เข้าชมงานและผู้ร่วมแสดงสินค้าให้ทราบล่วงหน้า

2.3 การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ร่วมงาน

1) ศึกษาข้อปฏิบัติการจัดงานแล้วหรือไม่? ว่าไม่ขัดต่อประกาศ คำสั่ง และข้อกำหนด จากรัฐและศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19

2) เตรียมหาเครื่องมือในการสื่อสารที่ครอบคลุมทั้งในองค์กรและผู้เข้าร่วมงาน สำหรับ E-gan สำหรับการสื่อสารควรมีช่องทางการสื่อสารในการส่งข้อมูลรวมถึงแจ้งเหตุในกรณีฉุกเฉินที่ชัดเจน เพื่อให้เข้าใจตรงกันทุกฝ่ายโดยควรมีสิ่งที่ต้องส่งให้ ผู้เข้าร่วมงาน อาทิ คู่มือและวิดีโอคำแนะนำ (ก่อนเข้างานและระหว่างเข้าร่วมงาน)

3) มีเครื่องมือในการคัดกรองการติดเชื้อไวรัส COVID-19 ที่มีความน่าเชื่อถือจากหน่วยงานด้านสาธารณสุขให้ผู้ร่วมงานส่งข้อมูลคัดกรองตนเองส่งกระทรวงสาธารณสุขล่วงหน้า 24 ชม. ก่อนเริ่มเข้าร่วมงานแล้วหรือยัง? เพื่อรายงานสถานการณ์และติดตามได้อย่างรวดเร็วเมื่อเกิดกรณีฉุกเฉิน

4) ในกรณีที่มีผู้ร่วมงานเดินทางจากต่างประเทศเข้ามาไทยต้องตรวจประกาศและข้อปฏิบัติการเดินทางทางอากาศ โดยทำการแจ้งให้ผู้เข้าร่วมงานรับทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1-7 วันเพื่อเตรียมพร้อมปฏิบัติตามข้อกำหนดต่างๆ

2.4 แนวทางปฏิบัติสำหรับผู้เข้าร่วมงาน

1) สังเกตอาการตนเองสม่ำเสมอ หากมีไข้ ไอ จาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อยหอบ ให้งดการเข้าร่วมงานและพบแพทย์ทันที

2) สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1-2 เมตร งดการรวมกลุ่ม และหลีกเลี่ยงการตะโกน

3) ล้างมือด้วยสบู่และน้ำ หรือเจลแอลกอฮอล์บ่อยๆ ก่อนและหลังใช้บริการ หรือหลังจากสัมผัสจุดสัมผัสร่วมหรือสิ่งของ เครื่องใช้เมื่อกลับถึงบ้านควรเปลี่ยนเสื้อผ้าและอาบน้ำทันที

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดของอุตสาหกรรมดนตรี พบว่า อุตสาหกรรมดนตรีทั่วโลกมีแนวโน้มในการเติบโตทางธุรกิจ โดยเฉพาะการแสดงดนตรีสด หรือคอนเสิร์ต จากสถิติทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด ทำให้อุตสาหกรรมและธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตต้องหยุดชะงักเนื่องด้วยลักษณะการจัดงานไม่สอดคล้องกับสถานการณ์แพร่ระบาดที่ต้องมีการจำกัดจำนวนคน หรือการปิดการให้บริการทั้งหมด ผู้คนไม่สามารถเดินทาง และไม่สามารถจัดกิจกรรมใดก็ได้ อย่างไรก็ตาม การเติบโตของกิจกรรมทางดนตรีในโลกดิจิทัลเป็นอีกหนึ่งช่องทางในช่วงที่มีการแพร่ระบาดโควิด แต่นั่นไม่ได้นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของรายได้ที่แท้จริงของอุตสาหกรรมดนตรีเสมอไป การแสดงดนตรีสดผ่านช่องทางออนไลน์อาจฟังได้จากโฆษณา

และยอดวิวมากกว่าการเก็บค่าเข้าชมจากผู้ฟังโดยตรง เพราะโดยทั่วไปแล้วผู้ฟังมักไม่ยอมจ่าย เพื่อเสพเนื้อหาออนไลน์โดยตรง หากพวกเขาสามารถกระทำได้ ยิ่งกว่านั้น ยอดขายอัลบั้มในช่องทางออนไลน์และยอดฟังเพลงในสตรีมมิ่งยังคง แต่ในช่วงเวลาเดียวกัน ผู้คนหันมาฟังดนตรีแนวคลาสสิก โพล์ค และเพลงสำหรับเด็กในช่องทางสตรีมมิ่งมากขึ้น โดยสรุป การฝากความหวังไว้กับโลกออนไลน์ในฐานะแหล่งรายได้โดยตรงของอุตสาหกรรมดนตรีคงเป็นเรื่องที่ต้องการพิจารณาเพิ่มอีกพอสมควร แต่สิ่งที่เป็นประเด็นสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมดนตรีและธุรกิจการจัดงานอีเวนต์ คอนเสิร์ต ต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญคือ เรื่องของการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ ต้องกลับมาทบทวนทักษะการทำงานทั้งที่มีอยู่เดิม และทักษะที่ต้องเพิ่มเติมในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ทันต่อการแข่งขัน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศ

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

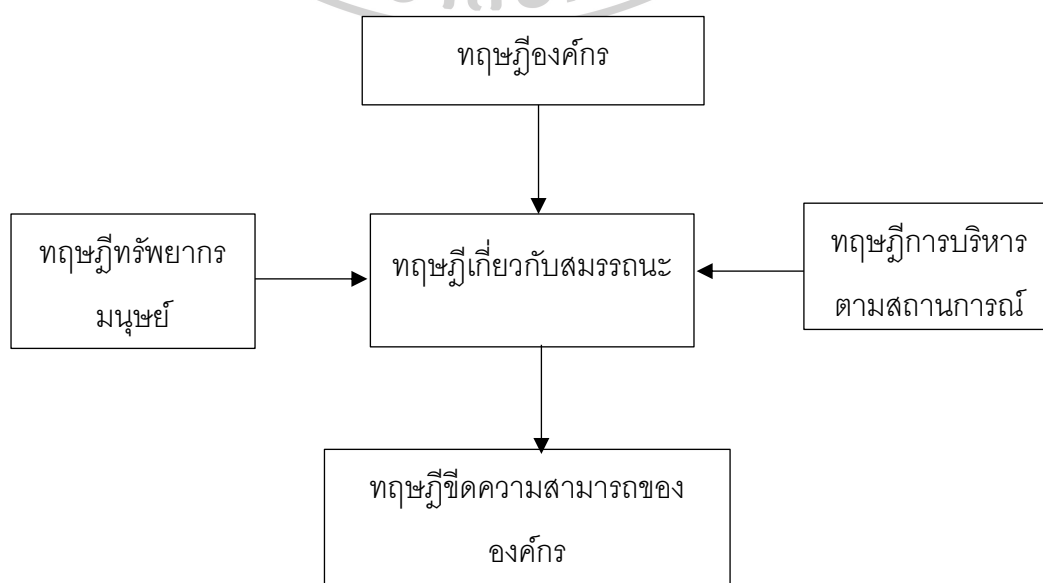
ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” มีวัตถุประสงค์ย่อย 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 4) เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ 5) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต จากวัตถุประสงค์การวิจัยผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมจากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งได้กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ดังนี้

จากศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องพื้นฐานของงานวิจัย เกี่ยวกับองค์กรและแนวคิดการบริหารเชิงสถานการณ์ เนื่องด้วยการศึกษาค้นคว้าที่เกิดขึ้นในช่วงที่สถานการณ์ไม่ปกติสำหรับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อจะได้ทราบถึงหลักแนวคิดมาปรับใช้ในการวิจัย จากนั้นเป็นการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประกอบกับการศึกษาแนวคิดสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของงานวิจัย โดยการวิจัยครั้งนี้พบตัวแปรที่สำคัญ 8 ด้านสมรรถนะ ประกอบด้วย 1. สมรรถนะส่วนบุคคล 2. สมรรถนะเฉพาะงาน 3. สมรรถนะองค์การ 4. สมรรถนะหลัก 5. สมรรถนะในงาน 6. สมรรถนะ

ทางด้านจัดการ 7.สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ และ 8.สมรรถนะทางด้านธุรกิจ ซึ่งสมรรถนะทั้ง 8 ด้านนี้ ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ที่มีความสำคัญและสามารถสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันได้ทั้งในระดับองค์กรและระดับบุคคล อันจะส่งผลต่อการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันได้ในระดับประเทศ

ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับองค์กรและแนวคิดการบริหารเชิงสถานการณ์ เพื่อจะได้ทราบถึงหลักแนวคิดมาปรับใช้ในการวิจัย เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตและเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ในสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป และใช้แนวคิดและทฤษฎีทฤษฎีทรัพยากรมนุษย์และแนวคิดสมรรถนะเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และใช้แนวคิดขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต จากนั้นรวบรวมผลการศึกษาเพื่อเข้าสู่กระบวนการจัดสนทนาแบบกลุ่มเพื่อให้ได้ข้อเสนอในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ประเทศไทย ที่สามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยนำเสนอกรอบความคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) ที่แสดงโครงสร้างความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้วิจัยยึดเป็นกรอบในการวิจัย และกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพ ที่ 18 และ ภาพที่ 19

กรอบความคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework)



ภาพที่ 18 กรอบความคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework)

สรุปจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เรื่อง “องค์ประกอบ มาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” พบว่า มาตรฐานใหม่ (New Standard) ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาขององค์ประกอบสมรรถนะ ที่ค้นพบและแตกต่างจากงานวิจัยด้าน สมรรถนะที่ผ่านมา กล่าวคือ จากการศึกษาสมรรถนะ ในองค์กรจะประกอบด้วย 3 ได้แก่ 1. สมรรถนะหลัก (Core competency) 2. สมรรถนะตามสายงาน (Job competency) และ 3. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal competency) และ 5 สมรรถนะ คือ 1. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) 2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) 3. สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) 4. สมรรถนะหลัก (Core Competencies) และ 5. สมรรถนะใน การทำงาน (Functional Competencies) เพื่อให้มีความละเอียดและแสดงถึงความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ ที่มีความจำเพาะในแต่ละประเภทสมรรถนะ แต่จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า มี 8 สมรรถนะ ที่ควรให้ความสำคัญ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน โดยเฉพาะงานด้าน อุตสาหกรรมการจัดงานธุรกิจอีเวนต์ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ประกอบด้วย 1.สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) 2.สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) 3.สมรรถนะ องค์การ (Organization Competencies) 4.สมรรถนะหลัก (Core Competencies) 5.สมรรถนะ ในงาน (Functional Competencies) 6.สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) 7.สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) และ 8.สมรรถนะ ทางด้านธุรกิจ (Business Competency) โดยสามารถสรุปดังภาพ 19

มาตรฐานเดิม	มาตรฐานใหม่
<ul style="list-style-type: none"> • สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) • สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) • สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) • สมรรถนะหลัก (Core Competencies) • สมรรถนะในการทำงาน (Functional Competencies) 	<ul style="list-style-type: none"> • สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) • สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) • สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) • สมรรถนะหลัก (Core Competencies) • สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) • สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) • สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) • สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)

ภาพที่ 20 เปรียบเทียบมาตรฐานเดิมและมาตรฐานใหม่

บทที่ 3

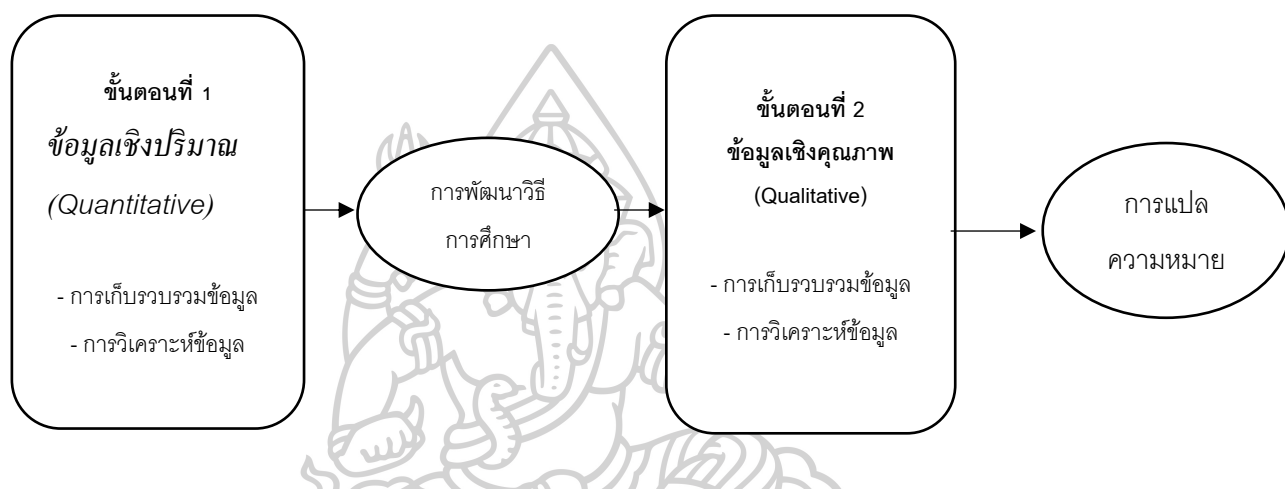
ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” มีวัตถุประสงค์ย่อย 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 4) เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ 5) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้วิธีการศึกษาข้อมูล แบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) นำเป็นลำดับแรกโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากศึกษาข้อมูลทุติยภูมิโดยการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องศึกษาข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลกลุ่มประชากรคือ 1.ผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และ 2.พนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และในลำดับถัดไปผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) เป็นการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อค้นหาประเด็นที่จะกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ตามลำดับเพื่อเป็นการให้ได้มาซึ่งข้อมูลผลการวิจัยที่รอบคอบ รัดกุม โดยการนำจุดแข็งของงานวิจัยเชิงคุณภาพมาเพิ่มเติมในส่วนของงานวิจัยเชิงปริมาณ สามารถช่วย

ให้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยแต่ละแนวทางวิธีได้อย่างเต็มที่มากยิ่งขึ้น และนอกจากนี้ยังเป็นการนำจุดแข็งงานวิจัยเชิงปริมาณมาเพิ่มเติมในส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบผสมวิธีด้วย แนวทางการสำรวจเป็นลำดับ (Exploratory-Sequential Approach) โดยมีรายละเอียดในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 21 การออกแบบการศึกษาขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ ตามภาพที่ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: ผู้ศึกษานำผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 1-4 มาสรุปประเด็นเป็นผลการศึกษาโดยนำข้อมูลที่ได้จากการสรุปคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการแจกแจงความถี่ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งจะวิเคราะห์ผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) การวิเคราะห์ข้อมูล (T-test) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตที่เกี่ยวข้อง ผ่านองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยการทดสอบความสอดคล้องกลไกของโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างองค์ประกอบ และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้วยวิธีสกัดองค์ประกอบหลัก (Principal component analysis) และวิเคราะห์ข้อมูล

จากการประชุมกลุ่มย่อยข้อมูลหลักจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1) ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ จะทำการศึกษาข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศต่างๆ ที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน การจัดการธุรกิจอีเวนต์ แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดนตรี โดยข้อมูลจะเก็บรวบรวมจากวรรณกรรม งานวิจัย บทความ เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (EMA) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถาบันการศึกษาต่างๆ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย และฐานข้อมูลออนไลน์ เป็นต้น เพื่อให้ได้เกณฑ์หรือตัวชี้วัด องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ สอบถามความคิดเห็นจากผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตที่เกี่ยวข้อง เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Statistical Analysis) คือ การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) การหาค่าร้อยละ (percentage) เพื่อใช้ในการสรุปผล ตามวัตถุประสงค์ที่ 1

2) ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตที่เกี่ยวข้อง และเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตที่เกี่ยวข้อง ผ่านองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต โดยจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการแจกแจงแบบ T-test เพื่อใช้ในการสรุปผล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

3) ส่วนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต โดยจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis :EFA) และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อใช้ในการสรุปผล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

4) ส่วนที่ 4 สอบถามความคิดเห็นของพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตโดยจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูล เก็บข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Statistics Analysis) คือ การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) การหาค่าร้อยละ (percentage) และการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อใช้ในการสรุปผล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ตามภาพที่ 9 ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องทั้งในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมอีเวนต์ อุตสาหกรรมไมซ์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 8-12 คน โดยจะนำผลการสัมภาษณ์แบบกลุ่มจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง วิเคราะห์ สังเคราะห์ ตีความร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 นำผลจากขั้นตอนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตีความร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย ต่อไป โดยแสดงรายละเอียดเป็นแผนผังดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ขั้นตอนการวิจัยองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ขั้นตอน	ขั้นตอนการศึกษา	ผลลัพธ์
<p>ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ</p> <p>การเก็บรวบรวมข้อมูล</p> <p>การวิเคราะห์ข้อมูล</p>	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาแบบสอบถาม - ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดย - ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน - นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงจำนวน 30 - วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น - ปรับปรุงแก้ไขและนำไปใช้ - วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา - การวิเคราะห์ข้อมูล (T-test) - วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ - วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลการตอบกลับแบบสอบถามจากพนักงานผู้บริหารและพนักงาน - ปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต - ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ - ฐานเบี่ยงเบนมาตรฐาน - ข้อค้นพบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต
<p>ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ</p> <p>การเก็บรวบรวมข้อมูล</p> <p>การวิเคราะห์ข้อมูล</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ - การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) จากตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาคีรัฐ เอกชน - บันทึกเสียงและบันทึกสรุปการประชุม - วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาสังเคราะห์ตีความร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - กรอบแนวคิดตั้งต้นขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต - ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต - การอภิปรายผลการศึกษา - ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย - ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ - ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยผู้ศึกษาวิจัยได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมอีเวนต์ และอุตสาหกรรมดนตรี ได้แก่

- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB)
- ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (TCEB)
- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2. หน่วยงานภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอีเวนต์

- สมาคมอุตสาหกรรมเพลงไทย
- สมาคมการค้าผู้ประกอบการบันเทิงไทย
- สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (EMA)
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)
- ชมรมคนทำคอนเสิร์ตและอีเวนต์

3. ผู้ประกอบการธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตและธุรกิจอีเวนต์ ได้แก่

- บริษัท ซีเอ็มไอ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท บีโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) (PICO Thailand)
- บริษัท ไรท์แมน จำกัด
- บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท พรี่เซนเทีย จำกัด
- บริษัท เอวี โปรเจ็คท์ จำกัด
- บริษัท เอวิกกรุ๊ป เวลด์วายด์ จำกัด
- บริษัท ออกกาไนเซอร์ไอคิว
- บริษัท เจ เอส แอล จำกัด
- บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน)
- บริษัท สยาม ออแกไนเซอร์ (Siam Organizer)
- บริษัท ทีมครีเอชัน จำกัด (Team Creation Co., Ltd.)

- บริษัท เอกมันพลังส์ จำกัด
- บริษัท แพททู จำกัด
- บริษัท เอส ทู ออร์กาไนเซอร์ จำกัด
- บริษัท เนรมิต อีเวนท์ จำกัด
- บริษัท I EVENT จำกัด
- บริษัท มาสเตอร์พีช ออแกไนซ์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท G-ORGANIZER จำกัด
- บริษัท IMAGIC จำกัด

4. พนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตและธุรกิจอีเวนต์ ในพื้นที่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาวิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมอีเวนท์ และอุตสาหกรรมดนตรี โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อประเมินและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ 5 ตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

กลุ่มตัวอย่างหน่วยงานภาครัฐ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB)	1
หัวหน้าฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ (TCEB)	1
ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1
ผู้บริหารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	1
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	1
รวม	5

2. หน่วยงานภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอีเวนท์ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มีหน้าที่ด้านการวางแผนพัฒนาองค์กร และผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการกำหนดแนวทางการพัฒนาองค์กรนั้นๆ ใช้วิธีการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ

โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อประเมินและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต จำนวน 5 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

กลุ่มตัวอย่างหน่วยงานภาคเอกชน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
นายกสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (EMA)	1
ผู้บริหารสมาคมอุตสาหกรรมเพลงไทย	1
ผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)	1
นายกสมาคมการค้าผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิงไทย	1
ตัวแทนชมรมคนทำคอนเสิร์ตและอีเวนต์	1
รวม	5

3. ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตและธุรกิจอีเวนต์ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ก่อตั้งผู้บริหาร หรือผู้ที่มีหน้าที่ด้านการวางแผนพัฒนาองค์กร และผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการกำหนดแนวทางการพัฒนาองค์กรนั้นๆ ใช้วิธีการวิธีการสอบถามความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับเพื่อประเมินและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต จำนวน 20 ตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ผู้บริหารบริษัท ซีเอ็มไอ จำกัด (มหาชน)	1
ผู้บริหาร บริษัท ปิโก (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) (PICO Thailand)	1
ผู้บริหาร บริษัท ไรท์แมน จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)	1
ผู้บริหาร บริษัท พีริเซนเทีย จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท เอวี โปรเจ็คท์ จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท เอวิกกรุ๊ป เวิลด์ไวด์ จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท ออกกาไนเซอร์ ไอคิว	1
ผู้บริหาร บริษัท เจ เอส แอล จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท เอ็ม วิชั่น จำกัด (มหาชน)	1
ผู้บริหาร บริษัท สยาม ออกกาไนเซอร์ (Siam Organizer)	1

ผู้บริหาร บริษัท ทีมครีเอชัน จำกัด (Team Creation Co., Ltd.)	1
ผู้บริหาร บริษัท เอกมันพลัส จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท แพททู จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท เอส ทู ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท เนรมิต อีเวนท์ จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท I EVENT จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท มาสเตอร์พีช ออกแกไนซ์ จำกัด (มหาชน)	1
ผู้บริหาร บริษัท G-ORGANIZER จำกัด	1
ผู้บริหาร บริษัท IMAGIC จำกัด	1
รวม	20

4. พนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตและธุรกิจอีเวนต์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน, 2563) ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ด้วยวิธีการคำนวณหาขนาดตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (Cochran, William Gemmell, 1909)

จากสูตร
$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

Z แทน ค่าที่กำหนดจากค่าความเชื่อมั่นที่นักศึกษาต้องการจะใช้เพื่อการสรุปผลที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Z = 1.96

p แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรที่ต้องการศึกษา

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่าในสูตร
$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

$$n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.5 \times 0.5 \times 3.84}{0.0025}$$

$$n = 384$$

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (n) ที่ใช้ในการศึกษา เท่ากับ 384 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง จึงทำการเก็บจำนวน 400 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันแบบสอบถามที่ตอบกลับไม่ครบถ้วนหรือกรอกแบบสอบถามไม่ถูกต้อง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นและกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นส่วนเป็นสัดส่วนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีลักษณะกระจายสัมพันธ์กับสัดส่วนของประชากร โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

5. การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) คัดเลือกจากผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 8-12 ท่าน เพื่อระดมความคิดเห็น เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาวิจัยได้เลือกวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และผสมผสานกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาอย่างสมบูรณ์ โดยแบ่งประเภทเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

3.3.1 เครื่องมือเชิงปริมาณ (Quantitative) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณในรูปของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อสำรวจตัวแปรต่าง ๆ เป็นแบบสอบถามในลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบจำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีของ Likert (1932) ซึ่งแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

หลักเกณฑ์การให้คะแนน

มากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
มาก	ให้คะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

และแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

3.3.1.1 แบบสอบถาม สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และ 2 แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นเพิ่มเติม (ปลายเปิด)

นำข้อมูลจากแบบสอบถามหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Statistic Analysis) คือ การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) การหาค่าร้อยละ (percentage) เพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการแปลความหมายของคะแนนใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ ซึ่งผู้ศึกษาใช้หลักเกณฑ์ในการแปลผลโดยใช้สูตรคำนวณค่าพิสัยตามช่วงชั้น ดังนี้ (สุวิมล ติรภานนท์, 2548: 56)

$$\frac{\text{จำนวนคะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด

3.3.1.2 แบบสอบถาม สำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นเพิ่มเติมของพนักงาน (ปลายเปิด)

นำข้อมูลจากแบบสอบถามหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Statistic Analysis) คือ การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) การหาค่าร้อยละ (percentage) เพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการแปลความหมายของคะแนนใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ ซึ่งผู้ศึกษาใช้หลักเกณฑ์ในการแปลผลโดยใช้สูตรคำนวณค่าพิสัยตามช่วงชั้น ดังนี้ (สุกิมล ตีรกานนท์, 2548: 56)

จำนวนคะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด	=	5 – 1	=	0.80
จำนวนช่วงชั้น		5		
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.80	หมายถึง			น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 - 2.60	หมายถึง			น้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 - 3.40	หมายถึง			ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20	หมายถึง			มาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 - 5.00	หมายถึง			มากที่สุด

3.3.2 เครื่องมือเชิงคุณภาพ (Qualitative) ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) คัดเลือกจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชนและผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทย และสมรรถนะที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันนำไปสู่ผลการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้ศึกษาวิจัยผู้ทำการศึกษาและดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

3.4.1 แบบสอบถาม

1. ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามในการวิจัยโดยพิจารณาถึงแนวคิดให้ครอบคลุมถึง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา ในลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบจำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

3. นำแบบสอบถาม ให้อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยตรวจสอบความถูกต้อง

4. ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

5. นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องในแต่ละข้อคำถาม เพื่อนำไปคำนวณหาค่าความเที่ยงตรงของข้อคำถาม

6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง จำนวน 30 ราย การทดสอบเครื่องมือผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการศึกษาวิจัย ไปทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1) การทดสอบหาความเที่ยงตรงเนื้อหา (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Concurrence: IOC) โดยใช้สูตรการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Questionnaire) ในความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ซึ่งในการตรวจสอบความตรงเนื้อหาของข้อคำถามกำหนดให้เลือกตอบ 3 ช่อง คือ

สอดคล้อง (+1) หมายถึง เห็นว่าข้อคำถามสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการถาม

ไม่แน่ใจ (0) หมายถึง ไม่แน่ใจ หรือไม่สามารถสรุปได้ว่าข้อคำถามสอดคล้องหรือไม่กับประเด็นที่ต้องการถาม

ไม่สอดคล้อง (-1) หมายถึง เห็นว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับประเด็นคำถามที่ต้องการถาม

การคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item - Objective Concurrence: IOC) ข้อคำถามที่ใช้ได้ต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (สุวิมล ติรกานนท์, 2548 : 140)

$$\text{สูตรการคำนวณ IOC} = \frac{\Sigma R}{n}$$

IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้อง

ΣR คือ ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

n คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผลการทดสอบแบบสอบถามได้ค่าความสอดคล้องในครั้งนี้เป็น 0.86 (ภาคผนวก ค) จากนั้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้ความเห็นและดำเนินการแก้ไขปรับปรุง ตารางที่ 5 ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญในการประเมินค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหา

ลำดับ	ตำแหน่ง/สังกัด	ประสบการณ์/ความสำคัญ
1	รองศาสตราจารย์ ดร. กนกกานต์ แก้วนุช	ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
2	อาจารย์ ดร.ขงยุทธ แก้วอุดม	ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทางอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์
3	อาจารย์ ดร. สัตติวัฒน์ เกียรติวิทยกิจ	ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทางอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์
4	นางสาวไออรินรัช นันทชัยพร	ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทางการจัดการธุรกิจคอนเสิร์ต
5	นางสาวพัฒนา อินทมระ	ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ทางการจัดการธุรกิจคอนเสิร์ต

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองเครื่องมือ (Try - Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง จำนวน 30 ราย โดยวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น จากวิธีหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) โดยใช้สูตร Cronbach's Alpha การประเมินความเชื่อถือเป็นการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ดังนี้

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma^2(y_i)}{\sigma^2 x} \right]$$

$$N = \text{จำนวนของรายการ}$$

$$\sigma^2 x = \text{ค่าความผันแปรทั้งหมด}$$

$$\sum \sigma^2(y_i) = \text{ผลรวมของค่าความผันแปรของแต่ละรายการ}$$

เพื่อความรวดเร็วจะหา Cronbach's Alpha ซึ่งเรียกว่า สหสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หากได้ค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าใช้ได้ ซึ่งในการศึกษานี้ได้กำหนดข้อคำถามที่มีความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปก็ยอมรับเป็นเครื่องมือในการศึกษา (วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์, 2555 อ้างถึงใน สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544: 253-254)

ตารางที่ 6 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน
ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) PC	0.890
สมรรถนะส่วนบุคคล ด้านความรู้	0.903
สมรรถนะส่วนบุคคล ด้านทักษะ	0.788
สมรรถนะส่วนบุคคล ด้านคุณลักษณะ	0.791
สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) JC	0.816
สมรรถนะเฉพาะงาน ด้านความรู้	0.866
สมรรถนะเฉพาะงาน ด้านทักษะ	0.726
สมรรถนะเฉพาะงาน ด้านคุณลักษณะ	0.712
สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) OC	0.808
สมรรถนะองค์การ ด้านความรู้	0.886
สมรรถนะองค์การ ด้านทักษะ	0.863
สมรรถนะองค์การ ด้านคุณลักษณะ	0.836
สมรรถนะหลัก (Core Competencies) CC	0.775
สมรรถนะหลัก ด้านความรู้	0.797
สมรรถนะหลัก ด้านทักษะ	0.769
สมรรถนะหลัก ด้านคุณลักษณะ	0.857
สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) FC	0.926
สมรรถนะในงาน ด้านความรู้	0.808
สมรรถนะในงาน ด้านทักษะ	0.785
สมรรถนะในงาน ด้านคุณลักษณะ	0.954
สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) MC	0.889
สมรรถนะทางการจัดการ ด้านความรู้	0.791
สมรรถนะทางการจัดการ ด้านทักษะ	0.785
สมรรถนะทางการจัดการ ด้านคุณลักษณะ	0.912
สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) LC	0.936
สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ ด้านความรู้	0.907

สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ ด้านทักษะ	0.873
สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ ด้านคุณลักษณะ	0.874
สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) BC	0.845
สมรรถนะทางด้านธุรกิจ ด้านความรู้	0.852
สมรรถนะทางด้านธุรกิจ ด้านทักษะ	0.729
สมรรถนะทางด้านธุรกิจ ด้านคุณลักษณะ	0.797
ขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต COM	0.825
ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)	0.789
ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)	0.854
รวมทั้งฉบับ	0.966

7. ปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามให้ได้เครื่องมือวิจัยที่สมบูรณ์และชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิ ไปลงใน Google forms เพื่อสร้างคิวอาร์โค้ด (QR Code) ให้พร้อมที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย (การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์สำหรับการวิจัยในช่วงแพร่ระบาดของโควิด 19)

3.4.2 การจัดทำกรสนทนากลุ่ม (Focus Group)

- ศึกษาข้อมูลที่ได้ผลการศึกษาจากการสอบถามความคิดเห็นหน่วยงานและพนักงานปฏิบัติการตามวัตถุประสงค์ที่ 1-4
- กำหนดหัวข้อในการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) โดยให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา
- จัดทำแบบบันทึกการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) ข้อคำถามต่างๆเพื่อในการดำเนินการ
- นำแบบบันทึกการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) ให้อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยตรวจสอบความถูกต้อง สอดคล้องและความครอบคลุมของข้อคำถาม
- ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์การศึกษาดังนี้

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจาก 1) แบบสอบถามหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานเอกชนและผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ และ แบบสอบถามกลุ่มพนักงานปฏิบัติการ การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัยผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ เก็บข้อมูลแบบ “Social Distancing” ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิ ไปลงใน Google forms และสร้างคิวอาร์โค้ด (QR Code) ให้พร้อมที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย กับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานานทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ระยะที่ 3 ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามใช้เวลาประมาณ 3 เดือน

ระยะที่ 4 ทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับ ความถูกต้องของการกรอกข้อมูลในแบบสอบถาม พร้อมกับลงรหัสในแต่ละข้อความของแบบสอบถามทุกชุดเพื่อเตรียมการกรอกข้อมูลลงในโปรแกรมสำเร็จรูป และเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่สมบูรณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดระยะที่ 5 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ และทำการสรุปผล

ระยะที่ 6 วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์และสรุปผลการศึกษาดังนี้

2) การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานเอกชนและผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีองค์กร ทฤษฎีการบริหารตามสถานการณ์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรม

ไมซ์ การจัดการธุรกิจอีเวนต์ แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดนตรี จากเอกสารทางวิชาการ วารสาร ต่างๆ นิตยสาร รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ และข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และประมวลผลจากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาวิจัยได้แบ่ง การวิเคราะห์ได้ ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดการข้อมูล โดยเมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาและได้ทำ การตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลก่อนกำหนดรหัสข้อมูลจากนั้นทำการลงรหัสและ ตรวจสอบข้อมูลพื้นฐานให้ตรงตามข้อตกลงของการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อเตรียมการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเป็นการวิเคราะห์เพื่อแสดง ลักษณะของการแจกแจงข้อมูลของตัวแปรโดยใช้สถิติพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยใช้ในการนำเสนอด้วยตาราง และ พรรณนาข้อมูลดังกล่าว เพื่ออธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่าง

- 1) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ และเลือกเฉพาะ แบบสอบถามที่สมบูรณ์มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 2) นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วมาตรวจให้คะแนนเป็นรายชื่อตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด
- 3) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α -coefficient) ตามวิธีของ Cronbach

4) สำหรับสถิติพรรณนา (descriptive statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปร ประกอบด้วย 1) ค่าร้อยละ (percentage) หมายถึง ค่าของอัตราส่วนที่มีฐานเป็น 100 ใช้อธิบาย ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) หมายถึง การวัดแนวโน้มเข้าสู่ ส่วนกลาง เป็นการหาค่ากลางของข้อมูลชุดหนึ่ง เพื่อใช้เป็นตัวแทนของข้อมูลทั้งกลุ่ม การหา ค่าเฉลี่ยหาได้จากข้อมูลทุกค่ามารวมกันแล้วหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด 3) ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (standard deviation: S.D.) หมายถึง การจัดการกระจายเป็นสถิติที่ใช้วัดความแตกต่าง หรือความผันแปรของข้อมูลในกลุ่มส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นค่าสถิติเพื่อหาการกระจายของ คะแนนจากค่าเฉลี่ย

3.6.2 การทดสอบค่าที (T-test) แบบกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent group) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตที่เกี่ยวข้อง ผ่านองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

3.6.3 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้วยวิธีสกัดองค์ประกอบหลัก (Principal component analysis) และหมุนแกนองค์ประกอบตั้งฉากด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax) ตัวบ่งชี้ที่มี น้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.4 หรือมี Cross loading มากกว่า 1 องค์ประกอบจะถูกตัดทิ้ง และตัวบ่งชี้ที่ ยังคงอยู่ในโมเดลต้องมีค่าไอแกน (Eigen value) มากกว่า 1.0 ตามที่ (Hair, Black, Babin and Tatham, 2006, p.129) ซึ่งได้แนะนำไว้ในองค์ประกอบเชิงสำรวจ

3.6.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างองค์ประกอบและการกำหนดน้ำหนักตัวแปรย่อยที่ใช้ในการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย กับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามเพื่อหาน้ำหนักตัวแปรย่อยที่ใช้ในการสร้างแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย และทำการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวิจัยที่เป็นโมเดลเชิงทฤษฎีที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Stevens, 1992, 1996; Tabachnick & Fidell, 2001; Munro, 2001 : 309 อ้างใน เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย, 2549) เนื่องจากการผู้ศึกษาทราบโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปร หรือคาดไว้ว่าโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นอย่างไร และจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมาตรวจสอบหรือยืนยันความสัมพันธ์ว่าเป็นอย่างที่คาดไว้หรือไม่ โดยการวิเคราะห์หาความตรงเชิงโครงสร้าง และมีข้อตกลงเบื้องต้นดังนี้

1) ตัวแปรที่คัดเลือกมาวิเคราะห์องค์ประกอบ เป็นตัวแปรที่มีค่าต่อเนื่อง หรือมีค่าในมาตราระดับช่วง (Interval scale) และมาตราอัตราส่วน (Ratio scale) เนื่องจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ตัวแปรที่คัดเลือกมาวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

2) ตัวแปรที่คัดเลือกมาวิเคราะห์องค์ประกอบ มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในระดับสูง ($r = 0.30 - 0.70$) รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบและตัวแปรที่อยู่ในรูปเชิงเส้น (linear)

3) จำนวนตัวแปรที่คัดเลือกมาวิเคราะห์องค์ประกอบ มีจำนวนมากกว่า 30 ตัวแปร

4) กลุ่มตัวอย่าง มีขนาดใหญ่และมีมากกว่าจำนวนตัวแปร 5 – 10 เท่า หรืออย่างน้อยที่สุด สัดส่วนจำนวนตัวอย่าง 3 ราย ต่อ 1 ตัวแปร

3.6.5 ใช้การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Analysis) ในการหาคำตอบ

ตารางที่ 7 แสดงระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์การวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	เทคนิคการสุ่ม	เครื่องมือ	การวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	ปริมาณ	ผู้บริหาร ภาครัฐและ ภาคเอกชน	30 คน	แบบ เจาะจง	แบบสอบถาม	วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Statistic Analysis) คือ การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) การหาค่าร้อยละ (percentage)
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชน สำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	ปริมาณ	ผู้บริหาร ภาครัฐและ ภาคเอกชน	30 คน	แบบ เจาะจง	แบบสอบถาม	วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบค่าที่ (T-test)
3. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	ปริมาณ	พนักงาน ระดับ ปฏิบัติการ ในธุรกิจ รับจัดงาน คอนเสิร์ต	400 คน	แบบ ความ น่าจะ เป็น	แบบสอบถาม	วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปประเด็นที่ได้จากการศึกษา และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis :

วัตถุประสงค์การวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	เทคนิคการสุ่ม	เครื่องมือ	การวิเคราะห์ข้อมูล
						EFA) และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) การวิเคราะห์ข้อมูลตารางไขว้ (Crosstab) และ Chi-square
4. เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	ปริมาณ	พนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	400 คน	แบบความน่าจะเป็น	แบบสอบถาม	วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Statistics Analysis) คือ การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) การหาค่าร้อยละ (percentage) และการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	คุณภาพ	ผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชน	8-12 คน	แบบเจาะจง	การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group)	วิเคราะห์ สังเคราะห์ตีความร่วมกับแนวคิด ทฤษฎีสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหา

ที่มา : การรวบรวมของนักวิจัย

3.7 นิยามเชิงปฏิบัติการ

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณที่ผู้ศึกษาวิจัยใช้ในครั้งนี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถาม ผู้ศึกษาวิจัยจึงได้กำหนดนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการเพื่อใช้วัดตัวแปรของการวิจัยในครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ที่เป็นความสามารถเฉพาะตัว คนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ความสามารถเฉพาะตัวส่วนบุคคลที่มีมาตั้งแต่เกิด หรือพัฒนาจนเกิดความชำนาญในภายหลัง รวมไปถึงพฤติกรรม ทักษะของบุคคลนั้นที่ส่งเสริมความสามารถในการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ

2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ของบุคคลกับการทำงานในตำแหน่งเฉพาะงานหรือบทบาทเฉพาะตัว ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ

3. สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ หรือความสามารถพิเศษเฉพาะสำหรับองค์การนั้นเท่านั้น ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ

4. สมรรถนะหลัก (Core Competencies) หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ความสามารถสำคัญที่บุคคลต้องมี หรือต้องทำให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ตลอดจนความสามารถพื้นฐานทั่วไป ที่ตรงตามความต้องการหลักของบริษัทซึ่งกำหนดไว้เพื่อให้สอดคล้องและเป็นประโยชน์กับตำแหน่งหรืองานนั้นๆ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ

5. สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ความสามารถของบุคคลที่มีตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ ตำแหน่งหน้าที่อาจเหมือน แต่ความสามารถตามหน้าที่ต่างกัน ตลอดจนความสามารถที่เฉพาะเจาะจงตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ และเป็นประโยชน์กับตำแหน่งหรืองานนั้นๆ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ

6. สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการงานที่ปฏิบัติอยู่ รวมไปถึงการบริหารจัดการบุคคลที่เกี่ยวข้อง ประสานงานกับส่วนอื่น ตลอดจนมีทักษะในการรับคำสั่ง และถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ

7. สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ตลอดจนความสามารถในบทบาทการเป็นผู้นำ รวมถึงรู้ถึงลักษณะการ

เป็นผู้ตามที่ดีด้วย สามารถบริหารจัดการสมาชิกในทีมได้เป็นอย่างดี มีไหวพริบในการแก้ปัญหาได้ ว่องไว สร้างแรงจูงใจให้เกิดความร่วมมือร่วมใจตลอดจนเอาชนะอุปสรรคได้ และเป็นທີ່ปรึกษาที่มึที่ดี ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ

8.สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) หมายถึง การมีองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ตลอดจนความสามารถในประเภทธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่องค์กรประกอบธุรกิจ อยู่ ซึ่งสามารถส่งเสริมให้การทำงานดียิ่งขึ้น และช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 15 ข้อ

9.ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency or Organization Capability) หมายถึง เป็นสิ่งที่จะแสดงออกมาให้เห็นว่า องค์กรมีอะไรเป็นความสามารถหลักในการดำเนินธุรกิจ มีอะไรเป็นกิจกรรมหลักและจะทำอะไร ซึ่งจะปรากฏในวิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งอาจเรียกว่า ขีดความสามารถหลัก (Core competency) เนื่องจากเป็นคุณลักษณะร่วมพื้นฐานที่เป็นหลักและจำเป็นต้องมีในทุกตำแหน่งงานและทุกในองค์กรจะต้องมี อาจแตกต่างกันอันเป็นผลมาจากการผสมผสานที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ

10.ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร หมายถึง (Human Competency) หมายถึง พฤติกรรมหรือการแสดงออกของบุคคล ตลอดจนการใช้ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง การรับรู้ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรหรือในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ

3.8 จริยธรรมการวิจัยในคน

จากวัตถุประสงค์ของหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่ต้องการปกป้องศักดิ์ศรี สิทธิ ความเป็นปอดภัย และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยนั้น ในการศึกษาครั้งนี้มีกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ คือ ผู้บริหารภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์ ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่ไม่จัดอยู่ในกลุ่มบุคคลที่มีความเปราะบาง แต่อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการแสดงเจตจำนงถึงการศึกษามุ่งสร้างประโยชน์แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศอย่างชัดเจน ในกระบวนการวางแผนการวิจัยผู้วิจัยจึงได้ 86 ตระหนักและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัย 3 ประการ (จริยา เลิศอรชยมณี, 2552) ประกอบด้วย

1. หลักความเคารพต่อบุคคล (Respect for Persons) ซึ่งเป็นการเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และยอมรับในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลอย่างมีอิสระ (Autonomy) เช่น การให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยมีการตัดสินใจด้วยตนเอง โดยไม่มีการบังคับหรือโน้มน้าวให้ผู้เข้าร่วมการวิจัย การไม่ให้ผู้เข้าร่วมวิจัยได้รับความเสี่ยงที่ไม่เป็นประโยชน์หรือเกิดจากข้ออ้าง การเคารพความเป็นส่วนตัวและไม่มีการเปิดเผยข้อมูลอันเป็นความลับ โดยผู้วิจัยได้ทำการจัดทำเอกสารชี้แจงข้อมูลแก่ ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยอย่างชัดเจน

2. หลักคุณประโยชน์ไม่เป็นโทษ (Beneficence and Non-maleficence) ด้วยการปฏิบัติที่เกิดจากด้วยความปรารถนาดีและดูแล เอาใจใส่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แต่ไม่ ก่ออันตรายทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ หรือชื่อเสียงแก่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยด้วยการป้องกันอันตราย ทุกด้าน

3. หลักความยุติธรรม (Justice) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการวางแผน กระบวนการวิจัย อย่างยุติธรรมภายใต้การพิจารณากระบวนการต่าง ๆ จากผู้ทรงคุณวุฒิและการกำกับดูแล จากอาจารย์ที่ปรึกษาหลักและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาทิ การดำเนินการวิจัยอย่างยุติธรรมทั้งด้าน การพิจารณาผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย การกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกและคัดออก รวมถึงการป้องกันมิให้ กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้รับความเสี่ยงต่ออันตรายหรือข้อเสียต่าง ๆ

การเสนอขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน

เนื่องด้วยการวิจัยในครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมการวิจัย (Research participants) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ผู้บริหารภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญด้านการจัดการในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และ 2) กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานระดับปฏิบัติการซึ่งเป็นผู้ที่จัดอยู่ในกลุ่มบุคคลเปราะบางที่ในบางครั้งอาจไม่สามารถปกป้องตัวเองได้อย่างเต็มที่ที่เกิดจากหลายสาเหตุ เช่น บำบัดทางกาย จิตหรือ สติปัญญา บำบัดรอบข้างที่ทำให้การตัดสินใจไม่เป็นอิสระ การเกิดความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นกับ ผู้วิจัย รวมถึงความอ่อนด้อยจากสถานภาพทางสังคม การศึกษา ทรัพยากร ทั้งนี้เพื่อปฏิบัติตามกระบวนการศึกษาที่เป็นระบบตามแนวทางจริยธรรมการทำวิจัยที่ เกี่ยวข้องกับมนุษย์เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ทางสังคมศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ของ ตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2562) ผู้วิจัยจึงได้ทำการตรวจสอบเงื่อนไข ของการทำวิจัยในคนตามแนวทางของศูนย์ส่งเสริมจริยธรรมการวิจัยในคน พบว่า การศึกษาครั้งนี้ เป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องมีการขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ประเภทการทำวิจัยทางสังคมศาสตร์

(Social Science Research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมมนุษย์ สังคมศาสตร์ จิตวิทยาและเศรษฐศาสตร์ โดยได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการ จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร หมายเลขใบรับรองที่ COE 65.0912-146



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการศึกษาวิจัยผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 4) เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ 5) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต โดยการวิเคราะห์ในส่วนของบทที่ 4 กล่าวถึงการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับของวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ในบทที่ 1 โดยผู้วิจัยนำเสนอการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SK	หมายถึง	ค่าความเบ้ (Skewness)
KU	หมายถึง	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)
R^2	หมายถึง	สัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determination) หรือค่าความเที่ยง
B	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
Beta	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน
SEB	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ถดถอย

Tolerance	หมายถึง	ค่าความทนทานซึ่งเป็นค่าสัดส่วนความแปรปรวนในตัวแปรที่อธิบายไม่ได้
VIF	หมายถึง	เป็นค่าสัดส่วนความแปรปรวนส่วนกลับของค่า Tolerance
t-value	หมายถึง	ค่าสถิติทดสอบ t-test หรือ C.R. (Critical Ratios) ในโปรแกรม AMOS
F	หมายถึง	ค่าสถิติทดสอบ F-test
SE	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
χ^2	หมายถึง	ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) หรือ CMIN ในโปรแกรม AMOS
df	หมายถึง	ค่าองศาอิสระ (Degree of Freedom)
χ^2/df	หมายถึง	ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square) หรือ CMIN/DF ในโปรแกรม AMOS
P	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ หรือค่าความน่าจะเป็นในการปฏิเสธสมมติฐาน (Probability Level)
AVE	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted)
CR	หมายถึง	ค่าความเที่ยงรวมของตัวแปร (Composite Reliability หรือ Construct Reliability)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
PGFI	หมายถึง	ดัชนี Parsimony Goodness of Fit Index
RMR	หมายถึง	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root Mean Square Residual)
RMSEA	หมายถึง	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Squared Error of Approximation)

CFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
NFI	หมายถึง	ดัชนี Normed Fit Index
IFI	หมายถึง	ดัชนี Incremental Fit Index
RFI	หมายถึง	ดัชนี Relative Fit Index
TLI	หมายถึง	ดัชนีวัดความสอดคล้อง Tucker-Lewis Index
PRATIO	หมายถึง	Parsimonious Ratio
PNFI	หมายถึง	ดัชนี Parsimonious Normed Fit Index
PCFI	หมายถึง	ดัชนี Parsimony Comparative Fit Index
Hoelter	หมายถึง	Hoelter's Critical N (CN)
DE	หมายถึง	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)
IE	หมายถึง	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)
TE	หมายถึง	อิทธิพลรวม (Total Effect)



สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

ตัวแปรแฝง

PC	หมายถึง	สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)
JC	หมายถึง	สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)
OC	หมายถึง	สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)
CC	หมายถึง	สมรรถนะหลัก (Core Competencies)
FC	หมายถึง	สมรรถนะในงาน (Functional Competencies)
MC	หมายถึง	สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency)
LC	หมายถึง	สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)
BC	หมายถึง	สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)
OC	หมายถึง	ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)
HC	หมายถึง	ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)

ตัวแปรสังเกตได้

PCKN	หมายถึง	สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้
PCSK	หมายถึง	สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ
PCCH	หมายถึง	สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ
JCKN	หมายถึง	สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้
JCSK	หมายถึง	สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ
JCCH	หมายถึง	สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ

OCKN	หมายถึง	สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้
OCSK	หมายถึง	สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ
OCCH	หมายถึง	สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ
CCKN	หมายถึง	สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้
CCSK	หมายถึง	สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ
CCCH	หมายถึง	สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้าน คุณลักษณะ
FCKN	หมายถึง	สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้าน ความรู้
FCSK	หมายถึง	สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้าน ทักษะ
FCCH	หมายถึง	สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้าน คุณลักษณะ
MCKN	หมายถึง	สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้
MCSK	หมายถึง	สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ
MCCH	หมายถึง	สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้าน คุณลักษณะ
LCKN	หมายถึง	สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้
LCSK	หมายถึง	สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ
LCCH	หมายถึง	สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้าน คุณลักษณะ

คุณลักษณะ

BCKN	หมายถึง	สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)
ด้านความรู้		
BCSK	หมายถึง	สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)
ด้านทักษะ		
BCCH	หมายถึง	สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)
ด้านคุณลักษณะ		
COM	หมายถึง	ขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงาน
คอนเสิร์ต		

ผลการวิเคราะห์เครื่องมือ

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เครื่องมือคุณลักษณะของผู้สื่อความหมายผ่านบุคคลในอุตสาหกรรมคอนเสิร์ต

รายการ	Cronbach's Alpha Coefficient
สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) PC	0.890
PCKN	0.903
PCSK	0.788
PCCH	0.791
สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) JC	0.816
JCKN	0.866
JCSK	0.726
JCCH	0.712
สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) OC	0.808
OCKN	0.886
OCSK	0.863
OCCH	0.836
สมรรถนะหลัก (Core Competencies) CC	0.775
CCKN	0.797
CCSK	0.769

CCCH	0.857
สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) FC	0.926
FCKN	0.808
FCSK	0.785
FCCH	0.954
สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)	0.889
MC	
MCKN	0.791
MCSK	0.785
MCCH	0.912
สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) LC	0.936
LCKN	0.907
LCSK	0.873
LCCH	0.874
สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) BC	0.845
BCKN	0.852
BCSK	0.729
BCCH	0.797
ขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงาน	0.825
คอนเสิร์ต COM	
OC	0.789
HC	0.854
Total Cronbach's Alpha Coefficient	0.966

จากตารางที่ 4.1 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยผู้วิจัยไปทดลองเครื่องมือ (Try - Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง จำนวน 30 ราย ในการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น จากวิธีหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ใช้สูตร Cronbach's Alpha Coefficient ในการประเมินความเชื่อถือเป็นการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้พบว่า โดยภาพรวมค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลรวม

ทั้งหมดเท่ากับ .966 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แบบสอบถามชุดนี้สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่ศึกษาได้จริง

4.1 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้จำนวน 30 คน จากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหารที่ทำการตอบแบบสอบถาม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) ตำแหน่งปัจจุบัน 5) ประสบการณ์การทำงาน ผลการวิเคราะห์ปรากฏข้อมูลในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ (N=30)			
	ชาย	12	40
	หญิง	18	60
	รวม	30	100
อายุ (N=30)			
	15-25 ปี	4	13.3
	26-35 ปี	3	10
	36-45 ปี	12	40
	46-55 ปี	10	33.3
	56-65 ปี	1	3.3
	66 ปีขึ้นไป	0	0
	รวม	30	100
ระดับการศึกษา (N=30)			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	0
	ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	16	53.3
	ระดับปริญญาโท	14	46.7
	ระดับปริญญาเอก	0	0
	อื่นๆ (ระบุ)	0	0

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รวม	30	100
ตำแหน่งปัจจุบัน (N=30)		
ผู้บริหารระดับสูง	11	36.7
ผู้บริหารระดับกลาง	9	30
ผู้จัดการระดับต้น	4	13.3
หัวหน้าทีม	2	6.7
อื่นๆ (ระบุ)	4	13.3
รวม	30	100
ประสบการณ์การทำงาน (N=30)		
1-3 ปี	2	6.7
4-6 ปี	2	6.7
7-9 ปี	4	13.3
10-12 ปี	5	16.7
13-15 ปี	8	26.7
มากกว่า 15 ปี	9	30
หน่วยงานสังกัด (N=30)		
หน่วยงานภาครัฐ	12	40
หน่วยงานภาคเอกชน	18	60
รวม	30	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน แล ประสบการณ์การทำงาน สรุปได้ว่า

จำแนกตามเพศ ผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 18 คน คิดเป็น (ร้อยละ 60) และ เพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็น (ร้อยละ 40)

จำแนกตามอายุผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่าส่วนใหญ่อายุ 36-45 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็น (ร้อยละ 40) รองลงมาอายุ 46-55 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็น (ร้อยละ 33.3) อายุ 15-25 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็น (ร้อยละ 13.3) ตามลำดับ และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุดคือ อายุ 56-65 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็น (ร้อยละ 3.3)

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็น (ร้อยละ 53.3) รองลงมา อยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 14 คน คิดเป็น (ร้อยละ 46.7) ตามลำดับ

จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน พบว่าผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง จำนวน 11 คน คิดเป็น (ร้อยละ 36.7) รองลงมา คือผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 9 คน คิดเป็น (ร้อยละ 30) ผู้จัดการระดับต้นขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็น (ร้อยละ 13.3) และ หัวหน้าทีม จำนวน 2 คน คิดเป็น (ร้อยละ 6.7) ตามลำดับ

จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน พบว่า ผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็น (ร้อยละ 30) รองลงมา คือ 13-15 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็น (ร้อยละ 26.7) 10-12 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็น (ร้อยละ 16.7) 7-9 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็น (ร้อยละ 13.3) และ 1-3 และ 4-6 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็น (ร้อยละ 6.7) ตามลำดับ

จำแนกตามหน่วยงานสังกัด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานภาคเอกชน จำนวน 18 คน คิดเป็น (ร้อยละ 60) รองลงมา คือ ภาครัฐ จำนวน 12 คน คิดเป็น (ร้อยละ 40)

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)	\bar{X}	SD.	แปลผล
ด้านความรู้			
1) ต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆที่เกี่ยวข้อง	4.03	.626	มาก
2) ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์	4.33	.628	มากที่สุด
3) ต้องมีความรู้พื้นฐานตรงตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.00	.761	มาก
4) ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.03	.568	มาก
5) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนด มาตรการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และงานอีเวนต์อื่นๆ	4.33	.507	มากที่สุด
รวม	4.14	.786	มาก

จากตาราง 4.3 พบว่าสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ และ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนด มาตรการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องความปลอดภัย และอาชีพอนามัยในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และงานอีเวนต์อื่นๆ ทั้งสองสมรรถนะ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆที่เกี่ยวข้อง และ ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด ต้องมีความรู้พื้นฐานตรงตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการเรียนรู้และการปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต	4.30	.629	มากที่สุด
2) ต้องมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและการประสานงานในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต	3.73	.739	มาก
3) ต้องมีทักษะการใช้สารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต	3.96	.647	มาก
4) ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต	4.30	.508	มากที่สุด
5) ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม และการร่วมมือวางแผนเป็นหมู่คณะ	4.50	.466	มากที่สุด
รวม	4.16	.361	มาก

จากตาราง 4.4 พบว่าสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะอยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม และการร่วมมือวางแผนเป็นหมู่คณะ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ต้องมีทักษะการเรียนรู้และการปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต และ ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหาในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.39) ต้องมีทักษะการใช้สารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี

ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ต้องมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และการประสานงานในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีประสบการณ์การฝึกงาน หรือประสบการณ์ทำงาน และ/หรือ วุฒิการศึกษาตรงตามสายงาน	3.33	1.041	มาก
2) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงออกแบบมีจินตนาการและสามารถสื่อสารความคิดออกมาได้อย่างเป็นรูปธรรม	3.96	.647	มาก
3) ต้องมีปฏิญาณ ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้าตัดสินใจ	4.50	.460	มากที่สุด
4) ต้องมีความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้	4.26	.628	มากที่สุด
5) ต้องมีขยันหมั่นเพียรในการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ อดทน และเรียนรู้สิ่งใหม่ อย่างรวดเร็ว	4.36	.504	มากที่สุด
รวม	4.08	.384	มาก

จากตาราง 4.5 พบว่าสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีปฏิญาณ ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้าตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ต้องมีปฏิญาณ ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้าตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องมีความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงออกแบบมีจินตนาการ และสามารถสื่อสารความคิดออกมาได้อย่างเป็นรูปธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ต้องมีประสบการณ์การฝึกงาน หรือประสบการณ์ทำงาน และ/หรือ วุฒิการศึกษาตรงตามสายงาน (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์	3.83	.490	มาก
2) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต	4.00	.664	มาก
3) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	3.96	.647	มาก
4) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยี เกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต	4.33	.507	มากที่สุด
5) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดเจรจาทางธุรกิจ การตลาดและการขายงานให้กับลูกค้าขององค์กร	4.03	.568	มาก
รวม	4.03	.420	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่าสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยี เกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.33) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดเจรจาทางธุรกิจ การตลาดและการขายงานให้กับลูกค้าขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.03) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.00) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการผลิตและดำเนินการสำหรับงานคอนเสิร์ต	4.00	.550	มาก
2) ต้องมีทักษะการวางแผนงานและกระบวนการทำงานสำหรับงานคอนเสิร์ต	4.20	.498	มากที่สุด
3) ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว เพื่อการเปลี่ยนแปลง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ	4.16	.614	มาก

4) ต้องมีทักษะการประสานงานและการนำเสนองานทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้ชัดเจน กระชับและมีตรรกะ	3.93	.730	มาก
5) ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงออกแบบเป็นกระบวนการความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน	3.96	.746	มาก
รวม	4.05	.439	มาก

จากตาราง 4.7 พบว่าสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการวางแผนงานและกระบวนการทำงานสำหรับงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.20) ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว เพื่อการเปลี่ยนแปลง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ต้องมีทักษะการผลิตและดำเนินการสำหรับงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.00) ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงออกแบบเป็นกระบวนการความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ต้องมีทักษะการประสานงานและการนำเสนองานทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้ชัดเจน กระชับและมีตรรกะ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	3.90	.803	มาก
2) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบงานคอนเสิร์ตและความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ	4.30	.692	มากที่สุด
3) ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม	4.16	.490	มาก
4) ต้องมีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และพัฒนาตนเองและใส่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา	4.40	.498	มากที่สุด
5) ต้องมีความมุ่งมั่น พยายาม และเตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า	4.36	.504	มากที่สุด
รวม	4.22	.392	มากที่สุด

จากตาราง 4.8 พบว่าสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใฝ่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติม ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.40) ต้องมีความมุ่งมั่น พยายาม และเตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบงานคอนเสิร์ตและความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.16) และ ต้องมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.190) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)	\bar{X}	SD.	แปลผล
ด้านความรู้			
1) ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ	4.13	.606	มาก
2) ต้องมีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์การ	4.26	.507	มากที่สุด
3) ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์การ	4.33	.628	มากที่สุด
4) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทยและต่างประเทศ	4.20	.498	มากที่สุด
5) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	4.26	.507	มากที่สุด
รวม	4.24	.337	มากที่สุด

จากตาราง 4.9 พบว่าสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์การ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ต้องมีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์การ และ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.26) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทยและต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการปฏิบัติงานตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย	4.13	.606	มาก
2) ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน	4.20	.498	มากที่สุด
3) ต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ	3.83	.668	มาก
4) ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก	4.10	.702	มาก
5) ต้องมีทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ	4.13	.606	มาก
รวม	4.08	.418	มาก

จากตาราง 4.10 พบว่าสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ต้องมีทักษะการปฏิบัติงานตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย และ ต้องมีทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี	4.36	.504	มากที่สุด
2) ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม	4.43	.490	มากที่สุด
3) ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว	4.43	.490	มากที่สุด
4) ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ	4.40	.498	มากที่สุด
5) ต้องมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับงาน	4.23	.626	มากที่สุด
รวม	4.37	.343	มากที่สุด

จากตาราง 4.11 พบว่าสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม และ ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ต้องมีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.36) และ ต้องมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับงาน (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้ในงานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.13	.479	มาก
2) ต้องมีความรู้ในการปฏิบัติงานธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.16	.449	มาก
3) ต้องมีความรู้ในวัฒนธรรมและเทคโนโลยีธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.06	.583	มาก
4) ต้องมีความรู้การตลาดและการขายธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.30	.629	มากที่สุด
5) ต้องมีความรู้การคำนวณต้นทุนในการจัดงานคอนเสิร์ต	4.23	.626	มากที่สุด
รวม	4.16	.369	มาก

จากตาราง 4.12 พบว่าสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้การตลาดและการขายธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.30) ต้องมีความรู้การคำนวณต้นทุนในการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.23) ต้องมีความรู้ในการปฏิบัติงานธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.16) ต้องมีความรู้ในงานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.13) ต้องมีความรู้ในวัฒนธรรมและเทคโนโลยีธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการจัดงานคอนเสิร์ตอย่างมืออาชีพ	4.23	.504	มากที่สุด
2) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต	4.33	.507	มากที่สุด
3) ต้องมีทักษะชีวิตและการบริการอย่างมืออาชีพ	4.16	.490	มาก
4) ต้องมีทักษะการสื่อสารและการประสานงาน	4.06	.583	มาก
5) ต้องมีทักษะการคิดสร้างสรรค์และการคิดอย่างเป็นระบบ	4.13	.606	มาก
รวม	4.18	.355	มาก

จากตาราง 4.13 พบว่าสมรรถนะองค์การ สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.33) ต้องมีทักษะการจัดงานคอนเสิร์ตอย่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ต้องมีทักษะชีวิตและการบริการอย่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ต้องมีทักษะการคิดสร้างสรรค์และการคิดอย่างเป็นระบบ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ ต้องมีทักษะการสื่อสารและการประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.43	.490	มากที่สุด
2) ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ	4.53	.449	มากที่สุด
3) ต้องมีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่และรักในงานบริการ	4.36	.626	มากที่สุด
4) ต้องอุทิศตนให้กับงานและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า	4.06	.691	มาก
5) ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ	4.30	.508	มากที่สุด
รวม	4.34	.352	มากที่สุด

จากตาราง 4.14 พบว่าสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ต้องมีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่และรักในงานบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และ ต้องอุทิศตนให้กับงานและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
---	-----------	-----	-------

1) ต้องมีความรู้พื้นฐานในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ หรือ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	3.93	.507	มาก
2) ต้องมีความรู้เฉพาะตำแหน่งงานในแต่ละส่วนของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	4.10	.595	มาก
3) ต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน	4.10	.595	มาก
4) ต้องมีความรู้และแนวทางการตกแต่งสถานที่ ออกแบบแสง สี เสียง และริมงานคอนเสิร์ต	4.23	.626	มากที่สุด
5) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อกำหนด มาตรการความปลอดภัยและชีวอนามัยในการจัดงานคอนเสิร์ต	4.16	.490	มาก
รวม	4.10	.381	มาก

จากตาราง 4.15 พบว่าสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้และแนวทางการตกแต่งสถานที่ ออกแบบแสง สี เสียง และ ริมงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.23) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อกำหนด มาตรการความปลอดภัยและชีวอนามัยในการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.16) ต้องมีความรู้เฉพาะตำแหน่งงานในแต่ละส่วนของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และ ต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ ต้องมีความรู้พื้นฐานในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ หรือ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะเบื้องต้นการจัดงานคอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ และแบบผสมผสาน	4.06	.583	มาก
2) ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน	4.20	.621	มากที่สุด
3) ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ	3.96	.647	มาก
4) ต้องมีทักษะการเจรจาติดต่อสื่อสาร	4.26	.628	มากที่สุด
5) ต้องมีทักษะการนำเสนอและการเล่าเรื่อง	4.03	.773	มาก

รวม	4.10	.524	มาก
-----	------	------	-----

จากตาราง 4.16 พบว่าสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการเจรจาติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 4.26) ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ต้องมีทักษะเบื้องต้นการจัดงานคอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบออนไลน์และอนไซต์ และแบบผสมผสาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ต้องมีทักษะการนำเสนอและการเล่าเรื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.03) และต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความละเอียดรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน	4.40	.498	มากที่สุด
2) ต้องมีความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน	4.26	.507	มากที่สุด
3) ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ	4.53	.449	มากที่สุด
4) ต้องมีไหวพริบ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว	4.46	.479	มากที่สุด
5) ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม	4.20	.621	มากที่สุด
รวม	4.37	.318	มากที่สุด

จากตาราง 4.17 พบว่าสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ต้องมีไหวพริบ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว (ค่าเฉลี่ย 4.46) ต้องมีความละเอียดรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.40) ต้องมีความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.26) และต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้

สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง)	4.26	.479	มากที่สุด
2) การบริหารจัดการสถานที่และการขนส่งสำหรับงานคอนเสิร์ต	4.23	.504	มากที่สุด
3) การบริหารจัดการฝูงชนและความปลอดภัยภายในงานคอนเสิร์ต	4.20	.621	มากที่สุด
4) การบริหารจัดการการลงทะเบียน การขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับงานคอนเสิร์ต	4.33	.628	มากที่สุด
5) การบริหารจัดการกำหนดตารางการทำงาน การจัดการ Line Up ศิลปิน แสง สี เสียง การจัดโซนนิ่ง ในงานคอนเสิร์ต	4.33	.628	มากที่สุด
รวม	4.31	.438	มากที่สุด

จากตาราง 4.18 พบว่าสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง) (ค่าเฉลี่ย 4.26) การบริหารจัดการการลงทะเบียน การขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับงานคอนเสิร์ต และการบริหารจัดการกำหนดตารางการทำงาน การจัดการ Line Up ศิลปิน แสง สี เสียง การจัดโซนนิ่ง ในงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.33) การบริหารจัดการสถานที่และการขนส่งสำหรับงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.23) การบริหารจัดการฝูงชนและความปลอดภัยภายในงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Skill Competency) ด้านทักษะ

สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Skill Competency) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต	4.33	.507	มากที่สุด
2) ต้องมีทักษะการสื่อสารและประสานงาน	4.30	.508	มากที่สุด
3) ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม	4.16	.614	มาก
4) ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ	4.36	.626	มากที่สุด
5) ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์	4.20	.723	มากที่สุด

รวม	4.27	.387	มากที่สุด
------------	------	------	------------------

จากตาราง 4.19 พบว่าสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.33) ต้องมีทักษะการสื่อสารและประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในงานจัดคอนเสิร์ต	4.20	.621	มากที่สุด
2) ต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รับมือกับสถานการณ์ความกดดัน และความเครียดที่เกิด หน้างานได้	4.40	.498	มากที่สุด
3) ต้องมีความคิดริเริ่มและการขึ้นนำตนเอง มีความสามารถจัดการด้านเป้าหมายและเวลา ยืดหยุ่นสูง พร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ รวมถึงความละเอียดรอบครอบ	4.13	.479	มาก
4) ต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ พร้อมในการทำงาน ตั้งตัวอยู่เสมอ ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียดรอบด้าน	4.30	.508	มากที่สุด
5) ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ชยัน อดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจ ของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน	4.40	.498	มากที่สุด
รวม	4.28	.281	มากที่สุด

จากตาราง 4.20 พบว่าสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รับมือกับสถานการณ์ความกดดัน และความเครียดที่เกิดหน้างานได้ และ ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ชยัน อดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.40) ต้องมีความรับผิดชอบใน

หน้าที่ พร้อมในการทำงาน ตื่นตัวอยู่เสมอ ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียดรอบด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในงานจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.20) ต้องมีความคิดริเริ่มและการที่นำตนเอง มีความสามารถจัดการด้านเป้าหมายและเวลา ยืดหยุ่นสูง พร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ รวมถึงความละเอียดรอบคอบ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้

สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้ในการบริหารองค์กร	4.53	.507	มากที่สุด
2) ต้องมีความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์	4.26	.639	มากที่สุด
3) ต้องมีความรู้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	4.36	.490	มากที่สุด
4) ต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ	4.53	.628	มากที่สุด
5) ต้องมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือทางธุรกิจ	4.43	.626	มากที่สุด
รวม	4.42	.351	มากที่สุด

จากตาราง 4.21 พบว่าสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้ในการบริหารองค์กร และ ต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ต้องมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือทางธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ต้องมีความรู้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องมีความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ

สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการวางแผนงาน พัฒนาระบบงานการทำงานและดำเนินการแผนการจัดการงาน	4.30	.595	มากที่สุด
2) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์	4.46	.507	มากที่สุด

3) ต้องมีทักษะภาษาอังกฤษระดับปานกลาง-สูง ทั้งด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน	4.33	.546	มากที่สุด
4) ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	4.43	.568	มากที่สุด
5) ต้องมีทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	4.36	.490	มากที่สุด
รวม	4.38	.372	มากที่สุด

จากตาราง 4.22 พบว่าสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (ค่าเฉลี่ย 4.46) ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ต้องมีทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องมีทักษะภาษาอังกฤษระดับปานกลาง-สูง ทั้งด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน (ค่าเฉลี่ย 4.33) ต้องมีทักษะการวางแผนงาน พัฒนาระบบการทำงานและดำเนินการแผนการจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เครื่องมือใหม่ๆในการบริหารงาน	4.33	.606	มากที่สุด
2) ต้องมีความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในตนเอง	4.50	.508	มากที่สุด
3) ต้องมีความเป็นผู้นำในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ส่งเสริมให้คนในองค์กรเรียนรู้จากผิดพลาด	4.46	.507	มากที่สุด
4) ต้องมีความสามารถคิดสร้างสรรค์ รู้จักวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ตรรกะ เหตุผลในการประเมินปัญหาอย่างรอบด้าน สามารถปรับเปลี่ยนความคิด โน้มน้าว และปลุกกระตมที่ทีมงาน รวมถึงเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของทีมงาน	4.43	.626	มากที่สุด
5) ต้องมีความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีคุณค่าและการเพิ่มผลผลิตและการรู้รับผิดชอบ	4.40	.621	มากที่สุด
รวม	4.42	.416	มากที่สุด

จากตาราง 4.23 พบว่าสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.50) ต้องมีความเป็นผู้นำในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ส่งเสริมให้คนในองค์กรเรียนรู้จากผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 4.46) ต้องมีความสามารถคิดสร้างสรรค์ รู้จักวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ตรรกะ เหตุผลในการประเมินปัญหาอย่างรอบด้าน สามารถปรับเปลี่ยนความคิด ไฉฉาว และปลุกกระตมที่ทีมงาน รวมถึงเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของทีมงาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) ต้องมีความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีคุณค่าและการเพิ่มผลผลิตและการรับรู้รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และ ต้องมีความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เครื่องมือใหม่ๆในการบริหารงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้

สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)	\bar{X}	SD.	แปลผล
ด้านความรู้			
1) ต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจคอนเสิร์ต	4.26	.507	มากที่สุด
2) ต้องมีความรู้ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	4.23	.568	มากที่สุด
3) ต้องมีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ	4.16	.614	มาก
4) ต้องมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมข้ามชาติ	4.10	.595	มาก
5) ต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	4.03	.606	มาก
รวม	4.18	.467	มาก

จากตาราง 4.24 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย

- 4.26) ต้องมีความรู้ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.23) ต้องมีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ ต้องมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมข้ามชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ

สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจจัดคอนเสิร์ต	4.20	.498	มากที่สุด
2) ต้องมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ	4.06	.639	มาก
3) ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองในธุรกิจ	4.26	.681	มากที่สุด
4) ต้องมีทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ	4.00	.664	มาก
5) ต้องมีทักษะผู้นำทางธุรกิจสมัยใหม่ (Agile Leadership)	4.10	.702	มาก
รวม	4.12	.479	มาก

จากตาราง 4.25 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองในธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.20) ต้องมีทักษะผู้นำทางธุรกิจสมัยใหม่ (Agile Leadership) (ค่าเฉลี่ย 4.10) ต้องมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ต้องมีทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต	4.16	.449	มาก

2) ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบและมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต	4.36	.504	มากที่สุด
3) ต้องมีความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจและอัปเดตองค์ความรู้ใหม่อย่างสม่ำเสมอ	4.16	.490	มาก
4) ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการและยึดมั่นในมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ	4.23	.504	มากที่สุด
5) ต้องมีความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ	4.03	.626	มาก
รวม	4.17	.305	มาก

จากตาราง 4.25 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบและมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการและยึดมั่นในมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ต้องมีความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจและอัปเดตองค์ความรู้ใหม่อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.06) และต้องมีความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย และแปลผลขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) ผู้บริหาร

ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.40	.621	มากที่สุด
2) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ของ	4.23	.626	มากที่สุด

องค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน			
3) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	3.96	.746	มาก
4) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ตการสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ และทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.13	.660	มาก
5) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.56	.430	มากที่สุด
รวม	4.26	.379	มากที่สุด

จากตาราง 4.27 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.56) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ทั้งแบบออนไลน์และออนไลน์ และแบบผสมผสาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.40) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ตการสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ และทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการ

เรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย และแปลผลขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ผู้บริหาร

ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องใช้เวลาและทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.60	.406	มากที่สุด
2) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องรับรู้ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.43	.614	มากที่สุด
3) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทศนคติ คุณลักษณะส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	3.93	.860	มาก
4) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.26	.628	มากที่สุด
5) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.66	.345	มากที่สุด
รวม	4.38	.289	มากที่สุด

จากตาราง 4.28 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.66) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องใช้เวลาและทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุก

คนต้องรับรู้ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ คุณลักษณะส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ผลการวิเคราะห์ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้วยสถิติการแจกแจงแบบ T-test ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่าน สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

ตารางที่ 36 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)	ภาครัฐ	12	3.41	.514	-5.593	.000*
	ภาคเอกชน	18	4.61	.607		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมี

ความคิดเห็นด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้	ภาครัฐ	12	3.33	.492	-3.678	.000*
	ภาคเอกชน	18	4.22	.732		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้ ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ	ภาครัฐ	12	3.58	.514	-3.376	.002*
	ภาคเอกชน	18	4.27	.574		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล
(Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ	ภาครัฐ	12	3.16	.389	-8.412	.000*
	ภาคเอกชน	18	4.61	.501		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ มีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 40 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน
(Job Competencies)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)	ภาครัฐ	12	3.53	.609	-5.786	.000*
	ภาคเอกชน	18	4.28	.536		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 41 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน
(Job Competencies) ด้านความรู้

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้	ภาครัฐ	12	3.65	.698	-3.976	.001*
	ภาคเอกชน	18	4.27	.539		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้ ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 42 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ	ภาครัฐ	12	3.26	.699	-3.454	.000*
	ภาคเอกชน	18	4.24	.509		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 43 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ	ภาครัฐ	12	3.51	.595	-8.855	.002*
	ภาคเอกชน	18	4.36	.689		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 44 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)	ภาครัฐ	12	4.35	.679	-1.253	.005*
	ภาคเอกชน	18	3.48	.411		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 45 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้	ภาครัฐ	12	4.35	.542	-3.200	.000*
	ภาคเอกชน	18	3.50	.630		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้ ที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 46 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ	ภาครัฐ	12	4.25	.540	-5.315	.003*
	ภาคเอกชน	18	3.30	.430		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ ที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 47 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ	ภาครัฐ	12	4.45	.582	-8.654	.000*
	ภาคเอกชน	18	3.65	.797		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ ที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 48 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะหลัก (Core Competencies)	ภาครัฐ	12	3.36	.520	-3.786	.001*
	ภาคเอกชน	18	4.47	.721		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 49 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้	ภาครัฐ	12	3.33	.437	-3.318	.004*
	ภาคเอกชน	18	4.37	.628		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้ ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ	ภาครัฐ	12	3.35	.452	-3.454	.001*
	ภาคเอกชน	18	4.41	.686		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 51 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ	ภาครัฐ	12	3.41	.454	-1.432	.000*
	ภาคเอกชน	18	4.62	.546		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 52 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะในงาน (Functional Competencies)	ภาครัฐ	12	3.33	.602	-5.710	.002*
	ภาคเอกชน	18	4.43	.724		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 53 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้	ภาครัฐ	12	3.20	.590	-1.264	.003*
	ภาคเอกชน	18	4.37	.668		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้ ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 54 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ	ภาครัฐ	12	3.23	.551	-3.619	.002*
	ภาคเอกชน	18	4.35	.515		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 55 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ	ภาครัฐ	12	3.58	.676	-2.138	.000*
	ภาคเอกชน	18	4.56	.784		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 56 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency)	ภาครัฐ	12	4.43	.446	-5.740	.008*
	ภาคเอกชน	18	3.52	.587		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 57 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้	ภาครัฐ	12	4.46	.592	-3.470	.006*
	ภาคเอกชน	18	3.54	.412		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้ที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 58 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ	ภาครัฐ	12	4.38	.514	-3.040	.001*
	ภาคเอกชน	18	3.53	.774		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 59 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ	ภาครัฐ	12	4.46	.544	-1.313	.002*
	ภาคเอกชน	18	3.50	.640		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความเห็นด้านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ ที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 60 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)	ภาครัฐ	12	4.36	.452	-.520	.610
	ภาคเอกชน	18	4.44	.239		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 61 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้	ภาครัฐ	12	4.31	.470	-1.253	.230
	ภาคเอกชน	18	4.50	.230		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้ มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 62 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ	ภาครัฐ	12	4.35	.490	-.319	.754
	ภาคเอกชน	18	4.40	.282		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 63 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ	ภาครัฐ	12	4.43	.510	.070	.944
	ภาคเอกชน	18	4.42	.355		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 64 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)	ภาครัฐ	12	3.30	.647	-2.685	.003*
	ภาคเอกชน	18	4.40	.389		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 65 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้าน ความรู้	ภาครัฐ	12	3.26	.653	-1.087	.004*
	ภาคเอกชน	18	4.45	.474		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 66 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้าน ทักษะ	ภาครัฐ	12	3.25	.615	-5.644	.000*
	ภาคเอกชน	18	4.37	.575		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 67 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ	ภาครัฐ	12	3.38	.556	-5.144	.002*
	ภาคเอกชน	18	4.36	.676		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 68 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
ขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	ภาครัฐ	12	4.10	.369	-2.067	.235
	ภาคเอกชน	18	4.52	.286		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 69 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)	ภาครัฐ	12	4.48	.446	.271	.789
	ภาคเอกชน	18	4.44	.339		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 70 การเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)

ความคิดเห็นด้าน	หน่วยงาน	N	\bar{X}	S.D.	T-test	Sig.
ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)	ภาครัฐ	12	3.55	.584	-5.457	.000*
	ภาคเอกชน	18	4.60	.699		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ตรวจสอบจะตรวจสอบเพื่อดูว่ามีความสัมพันธ์กับการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ คือ ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

ตารางที่ 71 การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบค้า Kaiser-Meyer-Olkin

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi-Square(2X)	df	Sig
.827	256.586	105	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.64 แสดงถึง ค้า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.827 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว้่า ข้อมูลจากในองค้ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงสำรวจได้ ค้าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 256.586 และ ค้าSignificant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว้่า ตัวแปรปัจเจกต่าง ๆ ทั้ง 3 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค้ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตารางที่ 72 จำนวนองค้ประกอบ ค้าร้อยละไอเกน ของความแปรปรวน และค้าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค้ประกอบขององค้ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

องค้ประกอบ	ค้าไอเกน	ค้าร้อยละของความแปรปรวน	ค้าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	3.685	24.569	24.569
2	3.019	20.130	44.699
3	2.907	19.377	64.076

จากตารางที่ 4.65 แสดงถึง จำนวนองค้ประกอบ ค้าไอเกน ค้าร้อยละของความแปรปรวน และค้าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค้ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ซึ่งสามารถสรุปได้ว้่า จากจำนวนตัวแปรปัจเจกต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 3 Factors

โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 24.569, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 20.130, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 19.377

ตารางที่ 73 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)

รายการ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ		
	1	2	3
PCKN1	.670		
PCKN2	.851		
PCKN3	.898		
PCKN4	.923		
PCKN5	.889		
PCSK1		.767	
PCSK2		.728	
PCSK3		.825	
PCSK4		.797	
PCCH1			.706
PCCH2			.814
PCCH3			.797
PCCH4			.699

หมายเหตุ: PCKN = สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้, PCSK = สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ, PCCH = สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ

จากตารางที่ 4.66 แสดงถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของ ตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม

Factor ที่ 1 สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

“ต้องมีความรู้พื้นฐานตรงตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนด มาตรการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และงานอีเวนต์อื่นๆ”, “ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์” และ, “ต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆที่เกี่ยวข้อง” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .923, .898, .889, .851 และ .670 ตามลำดับ

Factor ที่ 2 คือ สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการใช้สารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจรรณญาณและการแก้ปัญหา ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีทักษะการเรียนรู้และการปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต” และ “ต้องมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและการประสานงานในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .825, .797, .767 และ .728 ตามลำดับ

Factor ที่ 3 คือ สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงออกแบบมีจินตนาการและสามารถสื่อสารความคิดออกมาได้อย่างเป็นรูปธรรม”, “ต้องมีปฏิญาณไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้าตัดสินใจ”, “ต้องมีประสบการณ์การฝึกงาน หรือประสบการณ์ทำงาน และ/หรือ วุฒิการศึกษาตรงตามสายงาน”, “ต้องมีความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .814, .797, .706 และ .699 ตามลำดับ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่าสถิติของไคเซออร์-ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ท

เลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน
ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)

ตารางที่ 74 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi- Square(2X)	df	Sig
.776	321.466	105	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.67 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.776 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลจากในองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 321.466 และ ค่า Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 3 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตารางที่ 75 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	2.827	18.846	18.846
2	2.785	18.563	37.409
3	2.541	18.940	54.349

จากตารางที่ 4.68 แสดงถึง จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 3 Factors โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 18.846, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 18.563, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 18.940

ตารางที่ 76 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)

รายการ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ		
	1	2	3
JCKN1		.647	
JCKN2		.685	
JCKN3		.719	
JCKN4		.765	
JCKN5		.614	
JCSK2	.743		
JCSK3	.804		
JCSK4	.660		
JCCH1			.614
JCCH2			.708
JCCH3			.696
JCCH4			.640
JCCH5			.650

หมายเหตุ: JCKN = สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้, JCSK = สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ, JCCH = สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ

จากตารางที่ 4.69 แสดงถึง ค่านำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่านำหนักองค์ประกอบของ ตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม

Factor ที่ 1 คือ สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ ได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว เพื่อการเปลี่ยนแปลง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ”, “ต้องมีทักษะการวางแผนงานและกระบวนการทำงานสำหรับงานคอนเสิร์ต”, และ “ต้องมีทักษะการประสานงานและการนำเสนองานทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้ชัดเจน กระจับและ มีตรรกะ” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .804, .743 และ .660 ตามลำดับ

Factor ที่ 2 สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยี เกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์”, และ “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดเจรจาทางธุรกิจ การตลาดและการขายงานให้กับลูกค้าขององค์กร” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .765, .719, .685, .647 และ .614 ตามลำดับ

Factor ที่ 3 คือ สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบงานคอนเสิร์ตและความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ”, “ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม”, “ต้องมีความมุ่งมั่นพยายาม และเตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า”, “ต้องมีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใส่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา”, และ “ต้องมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .708, .696, .650, .640 และ .614 ตามลำดับ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่าสถิติของไคเซออร์-ไมเยอร์-โวลคิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ท

เด็ทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน
ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)

ตารางที่ 77 การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบค้า Kaiser-Meyer-Olkin

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi- Square(2X)	df	Sig
.742	272.311	105	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.70 แสดงถึง ค้า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.742 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว้า ข้อมูลในองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงสำรวจได้ ค้าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 1702.146 และค้าSignificant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว้า ตัวแปรปัจจุยต่าง ๆ ทั้ง 3 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตารางที่ 78 จำนวนองค์ประกอบ ค้าไอเกน ค้าร้อยละของความแปรปรวน และค้าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)

องค์ประกอบ	ค้าไอเกน	ค้าร้อยละของความแปรปรวน	ค้าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	3.004	20.027	20.027
2	2.494	16.628	36.655
3	2.392	15.948	52.603

จากตารางที่ 4.71 แสดงถึง จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 3 Factors โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 20.027, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 16.628, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 15.948

ตารางที่ 79 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)

รายการ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ		
	1	2	3
OCKN1	.696		
OCKN2	.757		
OCKN3	.766		
OCKN4	.808		
OCKN5	.795		
OCSK2		.735	
OCSK3		.696	
OCSK4		.746	
OCSK5		.774	
OCCH2			.679
OCCH3			.747
OCCH4			.737
OCCH5			.678

หมายเหตุ: OCKN = สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้, CSK = สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ, OCCH = สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ

จากตารางที่ 4.72 แสดงถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของ ตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม

Factor ที่ 1 สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทยและต่างประเทศ”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์การ”, “ต้องมีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์การ” และ “ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .808, .795, .766, .757 และ .696 ตามลำดับ

Factor ที่ 2 คือ สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ”, “ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก”, “ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน”, และ “ต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .774, .746, .735 และ .696 ตามลำดับ

Factor ที่ 3 คือ สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว”, “ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ”, “ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม”, และ “ต้องมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับงาน” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .747, .737, .679 และ .678 ตามลำดับ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สมรรถนะหลัก (Core Competencies)

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่าสถิติของไคเซอ์-ไมเยอ์-โอลคิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สมรรถนะหลัก (Core Competencies)

ตารางที่ 80 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi-Square(2X)	df	Sig
.782	271.929	105	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.73 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.728 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลในองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 271.929 และ ค่า Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 3 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตารางที่ 81 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies)

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	3.111	20.737	20.737
2	2.599	17.328	38.065
3	2.286	15.327	53.302

จากตารางที่ 4.74 แสดงถึง จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 3 Factors โดยค่า

น้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 20.737, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 17.328, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 15.327

ตารางที่ 82 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)

รายการ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ		
	1	2	3
CCKN1	.789		
CCKN2	.811		
CCKN3	.776		
CCKN4	.763		
CCKN5	.640		
CCSK1		.698	
CCSK2		.804	
CCSK3		.638	
CCSK4		.691	
CCCH2			.664
CCCH3			.655
CCCH4			.710
CCCH5			.731

หมายเหตุ: CCKN = สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้, CCSK = สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ, CCCH = สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ

จากตารางที่ 4.75 แสดงถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของ ตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม

Factor ที่ 1 สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้ในการปฏิบัติงานธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้ในงานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต” “ต้องมีความรู้ในนวัตกรรมและเทคโนโลยีธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต” “ต้องมีความรู้การตลาดและการขายธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต” และ “ต้องมีความรู้การคำนวณต้นทุนในการจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .811, .789, .776, .763 และ .640 ตามลำดับ

Factor ที่ 2 คือ สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีทักษะการจัดงานคอนเสิร์ตอย่างมืออาชีพ”, “ต้องมีทักษะการสื่อสารและการประสานงาน”, และ “ต้องมีทักษะชีวิตและการบริการอย่างมืออาชีพ” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .804, .698, .691 และ .638 ตามลำดับ

Factor ที่ 3 คือ สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นที่มออย่างมีประสิทธิภาพ”, “ต้องอุทิศตนให้กับงานและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า”, “ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ”, และ “ต้องมีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่และรักในงานบริการ” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .731, .710, .664 และ .655 ตามลำดับ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่าสถิติของไคเซอว์-ไมเยอร์-โอล์คิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)

ตารางที่ 83 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi-Square(2X)	df	Sig

.845	279.075	105	.000
------	---------	-----	------

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.76 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.845 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลในองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 279.075 และ ค่า Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 3 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตารางที่ 84 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมและค่าร้อยละของความแปรปรวน ในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	3.120	20.802	20.809
2	3.109	20.726	41.528
3	2.553	17.022	58.550

จากตารางที่ 4.77 แสดงถึง จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 3 Factors โดยค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 20.802, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 20.726, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 17.022

ตารางที่ 85 คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)

รายการ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ		
	1	2	3
FCKN1			.687
FCKN2			.794
FCKN3			.725
FCSK1	.644		
FCSK2	.767		
FCSK3	.728		
FCSK4	.653		
FCSK5	.650		
FCCH1		.729	
FCCH2		.790	
FCCH3		.638	
FCCH4		.689	
FCCH5		.662	

หมายเหตุ: FCKN = สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้, FCSK = สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ, FCCH = สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ

จากตารางที่ 4.78 แสดงถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของ ตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม

Factor ที่ 1 คือ สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน”, “ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ”, “ต้องมีทักษะการเจรจาติดต่อสื่อสาร”, “ต้องมีทักษะการนำเสนอและการเล่าเรื่อง”, และ “ต้องมีทักษะเบื้องต้นในการจัดงานคอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบ

ออนไลน์และออนไลน์ และแบบผสมผสาน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .767, .728, .653, 650 และ .644 ตามลำดับ

Factor ที่ 2 คือ สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน”, “ต้องมีความระเอียดรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน”, “ต้องมีไหวพริบ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้อย่างรวดเร็ว ชับไหว”, “ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม”, และ “ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .790, .729, .689, 662 และ .638 ตามลำดับ

Factor ที่ 3 สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้ ได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้เฉพาะตำแหน่งงานในแต่ละส่วนของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน”, และ “ต้องมีความรู้พื้นฐานในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ หรือ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .794, .725, และ .687 ตามลำดับ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอล์คิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)

ตารางที่ 86 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi-Square(2X)	df	Sig
.747	281.123	105	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.79 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.747 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลในองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 281.123 และ ค่า Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 3 ตัวแปร นั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตารางที่ 87 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	2.914	19.428	19.428
2	2.426	16.176	35.604
3	2.275	15.167	50.771

จากตารางที่ 4.80 แสดงถึง จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 3 Factors โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 19.428, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 16.176, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 15.167

ตารางที่ 88 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)

รายการ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ		
	1	2	3
MCKN2			.676
MCKN3			.751
MCKN4			.624
MCKN5			.682
MCSK2	.628		
MCSK3	.795		
MCSK4	.806		
MCSK5	.859		
MCCH1		.610	
MCCH2		.660	
MCCH3		.714	
MCCH4		.731	
MCCH5		.728	

หมายเหตุ: MCKN = สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้, MCSK = สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ, MCCH = สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ

จากตารางที่ 4.81 แสดงถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของ ตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม

Factor ที่ 1 คือ สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์”, “ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ”, “ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม” และ “ต้องมีทักษะการสื่อสารและประสานงาน” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .859, .806, .795 และ .682 ตามลำดับ

Factor ที่ 2 คือ สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ พร้อมในการทำงานที่หนักและอดทน ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียดรอบด้าน”, “ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ขยันอดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน”, “ต้องมีความคิดริเริ่มและการชี้นำตนเอง มีความสามารถจัดการด้านเป้าหมายและเวลา ยืดหยุ่นสูง พร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ รวมถึงความละเอียดรอบคอบ”, “ต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ปัญหาที่อาจ

เกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รับมือกับสถานการณ์ความกดดัน และความเครียดที่เกิดหน้างานได้” และ“ต้อง มีประสบการณ์และความชำนาญในงานจัดคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .731, .728, .714, .660 และ .610 ตามลำดับ

Factor ที่ 1 สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้าน ความรู้ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “การบริหารจัดการฝูงชนและความปลอดภัยภายในงาน คอนเสิร์ต”, “การบริหารจัดการกำหนดตารางการทำงาน การจัดการ Line Up ศิลปิน แสง สี เสียง การจัดโซนนิ่ง ในงานคอนเสิร์ต”, “การบริหารจัดการสถานที่และการขนส่งสำหรับงานคอนเสิร์ต” และ “การบริหารจัดการการลงทะเบียน การขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับงาน คอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .751, .682, .676, และ .624 ตามลำดับ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอล์คิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ท เลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)

ตารางที่ 89 การวิเคราะห์องค์ประกอบค่า Kaiser-Meyer-Olkin

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi-Square(2X)	df	Sig
.856	245.070	105	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.82 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.856 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลในองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 245.070 และ ค่า

Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 3 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตารางที่ 90 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	3.909	26.060	26.060
2	3.144	20.962	47.023
3	2.020	13.469	60.492

จากตารางที่ 4.83 แสดงถึง จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 3 Factors โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 26.060, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 20.962, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 13.469

ตารางที่ 91 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)

รายการ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ		
	1	2	3
LCKN1	.645		
LCKN2	.787		
LCKN3	.834		
LCKN4	.854		
LCKN5	.795		
LCSK1			.672
LCSK2			.672
LCSK3			.603
LCSK4			.733
LCSK5			.679
LCCH1		.799	
LCCH2		.808	
LCCH3		.820	
LCCH4		.727	

หมายเหตุ: LCKN = สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้, LCSK = สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ, LCCH = สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ

จากตารางที่ 4.84 แสดงถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของ ตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม

Factor ที่ 1 สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ”, “ต้องมีความรู้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือทางธุรกิจ”, “ต้องมีความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์”, และ “ต้องมีความรู้ในการบริหารองค์กร” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .854, .834, .796, .784 และ .654 ตามลำดับ

Factor ที่ 2 คือ สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความเป็นผู้นำในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long

Learning) ส่งเสริมให้คนในองค์กรเรียนรู้จากผิดพลาด”, “ต้องมีความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในตนเอง”, “ต้องมีความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เครื่องมือใหม่ๆในการบริหารงาน”, และ “ต้องมีความสามารถคิดสร้างสรรค์ รู้จักวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ตรรกะ เหตุผลในการประเมินปัญหาอย่างรอบด้าน สามารถปรับเปลี่ยนความคิด โน้มน้าว และปลุกกระตมที่ทีมงาน รวมถึงเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของทีมงาน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .820, .808, .799 และ .727 ตามลำดับ

Factor ที่ 3 คือ สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ”, “ต้องมีทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม”, “ต้องมีทักษะการวางแผนงาน พัฒนาระบบการทำงานและดำเนินการแผนการจัดการงาน”, “ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์”, และ “ต้องมีทักษะภาษาอังกฤษระดับปานกลาง-สูง ทั้งด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .733, .679, .672, .672 และ .603 ตามลำดับ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่าสถิติของไคเซอ์-ไมเยอร์-โอล์คิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)

ตารางที่ 92 การวิเคราะห์ค่า Kaiser-Meyer-Olkin

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi-Square(2X)	df	Sig
.792	264.648	105	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.85 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.792 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลในองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 264.648 และ ค่า Significant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 3 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตารางที่ 93 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	3.567	23.783	23.783
2	2.297	15.315	39.098
3	2.090	13.931	53.029

จากตารางที่ 4.86 แสดงถึง จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 3 Factors โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 23.783, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 15.315, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 13.931

ตารางที่ 94 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีเวริแมกซ์ (Varimax Method)

รายการ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ		
	1	2	3
BCKN1	.776		
BCKN2	.836		
BCKN3	.840		
BCKN4	.868		
BCKN5	.670		
BCSK3			.725
BCSK4			.707
BCSK5			.792
BCCH2		.665	
BCCH3		.725	
BCCH4		.696	
BCCH5		.710	

หมายเหตุ: BCKN = สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้, BCSK = สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ, BCCH = สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ

จากตารางที่ 4.87 แสดงถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของ ตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม

Factor ที่ 1 สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมข้ามชาติ”, “ต้องมีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ”, “ต้องมีความรู้ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจคอนเสิร์ต” และ “ต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .868, .840, .836, .776 และ .670 ตามลำดับ

Factor ที่ 3 คือ สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและอัปเดตองค์ความรู้ใหม่อย่างสม่ำเสมอ”, “ต้องมีความสามารถในการสร้างเครือข่ายทาง

ธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ”, “ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการและยึดมั่นในมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ” และ“ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบและมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .725, .710, .696 และ .665 ตามลำดับ

Factor ที่ 2 คือ สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ ได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะผู้นำทางธุรกิจสมัยใหม่ (Agile Leadership) ผู้นำที่สามารถการให้อำนาจในการรับผิดชอบงานเป็นของลูกน้องในทีม สร้างเวทีและบรรยากาศการทำงานที่ผลักดันให้ลูกน้องก้าวขึ้นมาทำในสิ่งที่อยากทำโดยไม่ต้องรอคำสั่งจากหัวหน้า พูดคุยอย่างเป็นกันเอง โปร่งใส และตั้งใจให้คนทำงานร่วมกันได้ เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและรับผิดชอบร่วมกัน”, “ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองในธุรกิจ”, และ “ต้องมีทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .792, .725 และ .707 ตามลำดับ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่าสถิติของไคเซอว์-ไมเยอร์-โอล์คิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ขององค์ประกอบขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ตารางที่ 95 การวิเคราะห์ค่า Kaiser-Meyer-Olkin

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi-Square(2X)	df	Sig
.659	1568.844	45	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.88 แสดงถึง ค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.659 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลในองค์ประกอบขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต มี

ความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-Square = 1568.844 และ ค่าSignificant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปร ปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 2 ตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตารางที่ 96 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	2.699	26.989	26.989
2	2.518	25.183	52.172

จากตารางที่ 4.89 แสดงถึง จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 2 ตัวแปรนั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 2 Factors โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ถึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 26.989, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 25.183

ตารางที่ 97 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method)

รายการ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	
	1	2
OC1	.775	
OC2	.628	
OC3	.610	
OC4	.860	
OC5	.727	
HC1		.825
HC2		.734
HC3		.755
HC4		.712
HC5		.725

หมายเหตุ: OC = ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency), HC = ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)

จากตารางที่ 4.90 แสดงถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของ ตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม

Factor ที่ 1 ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต

การสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ และทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”,

“ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .860, .775, .727, .628 และ .610 ตามลำดับ

Factor ที่ 3 คือ ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องใช้ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ คุณลักษณะส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องรับรู้ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” และ “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .825, .755, .734, .725 และ .712 ตามลำดับ

การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล

การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง จะเป็นการตรวจสอบว่า โมเดลการวิจัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมานี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่รวบรวมมาหรือไม่ ถ้าสอดคล้องกันเรียกว่า Model Fit เกณฑ์ในการพิจารณาว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ให้พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (หรือค่า CMIN ในโปรแกรม AMOS) โดยดูค่าความน่าจะเป็น (P) ต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยต้องมีค่ามากกว่า 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square) ซึ่งหาได้จากอัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไค-สแควร์กับจำนวนองศาอิสระ (χ^2/df หรือค่า CMIN/DF ในโปรแกรม AMOS) เกณฑ์ที่กำหนด คือต้องมีค่าน้อยกว่า 2.00 (Bollen, 1989: 278) ค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ได้แก่ ค่า RMSEA และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) ต้องมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 (Schumaker & Lomax, 2004) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเชิงสมบูรณได้แก่ ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) และค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.90 (Schumaker & Lomax, 2004)

ส่วนค่า Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) ควรมีค่าตั้งแต่ 0.05 ขึ้นไป (Diamantopoulos & Siguaw, 2000: 87) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ ได้แก่ ค่า CFI, NFI, IFI, RFI และ TLI ต้องมีค่า 0.90 ขึ้นไปที่โมเดลควรจะถูกรับได้ (Lattin et al, 2003) ดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงประหัต (Parsimony Fit Index) ได้แก่ ค่า PRATIO PNFI และ PCFI มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2555: 92) และค่า Hoelter จะต้องมากกว่า 200 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2556: 117) จึงจะถือว่าขนาดตัวอย่างมากพอที่ยอมรับโมเดลที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 98 สรุปค่าดัชนีที่ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนีระดับความสอดคล้อง/ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนี
1. ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสมบูรณ์ (Absolute Fit Index)	
1.1 Relative χ^2 (χ^2/df) หรือ CMIN/DF	<2.00
1.2 P value of χ^2 หรือ P of CMIN	P>0.05
1.3 ค่า GFI (Goodness of Fit Index)	≥ 0.90
1.4 ค่า AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)	≥ 0.90
1.5 ค่า PGFI (Parsimony Goodness of Fit Index)	≥ 0.50
1.6 ค่า RMR (Root Mean Square Residual)	≤ 0.05
1.7 ค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	≤ 0.05
2. ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Index)	
2.1 ค่า NFI (Normed Fit Index)	>0.90
2.2 ค่า RFI (Relative Fit Index)	>0.90
2.3 ค่า IFI (Incremental Fit Index)	>0.90
2.4 ค่า TLI (Tucker-Lewis Index)	>0.90
2.5 ค่า CFI (Comparative Fit Index)	>0.90
3. ดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงประหัต (Parsimony Fit Index)	
3.1 ค่า PRATIO (Parsimonious Ratio)	>0.50

ค่าดัชนีระดับความสอดคล้อง/ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนี
3.2 ค่า PNFI (Parsimony Normed Fit Index)	>0.50
3.3 ค่า PCFI (Parsimony Comparative Fit Index)	>0.50
4. ดัชนีระบุขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	
Hoelter	>200

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทยในแต่ละโมเดล

การสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทยตามกรอบแนวคิดงานวิจัยประกอบด้วยโมเดลการวัดทั้งสิ้น 8 โมเดล คือ สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

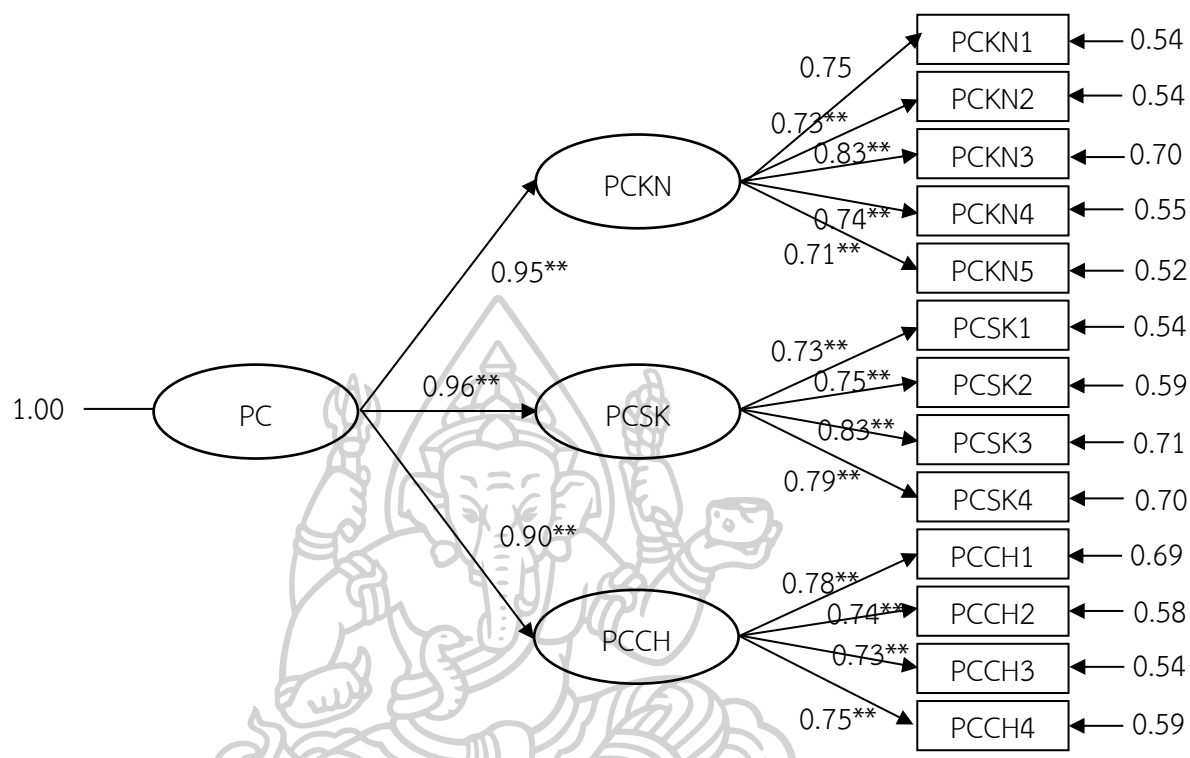
การวิเคราะห์โมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทยประกอบด้วยปัจจัยย่อย 24 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 104 ตัว ในการวิเคราะห์โมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 24 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย และตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 104 ตัว เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย หรือข้อคำถาม 104 ข้อสามารถใช้วัดการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทยได้จริง

ก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ต่างๆ สำหรับค่าสถิติที่ใช้พิจารณา ได้แก่ ค่าสถิติของ Barlet ซึ่งเป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานว่า เมตริกซ์สหสัมพันธ์นั้นเป็นเมตริกซ์เอกลักษณะหรือไม่ โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Barlet's Test of Sphericity และค่าความน่าจะเป็นควรมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ยังพิจารณาจากดัชนี Kaiser-Mayer-Olkin ซึ่งค่า KMO มีค่ามากกว่า 0.70 จะมีความเหมาะสมในการนำมาวิเคราะห์ และถ้ามีค่าน้อยกว่า 0.50 แสดงว่าไม่มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

การวิเคราะห์โมเดลการวัด สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 13 ตัว ดังนี้ สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ PCKN1, PCKN2, PCKN3, PCKN4, และ PCKN5 สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ PCSK1, PCSK2, PCSK3, และ PCSK4 สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ PCCH1, PCCH2, PCCH3, และ PCCH4

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัด สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) และตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) หรือข้อความ 13 ข้อสามารถใช้วัดสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ได้จริง



ภาพที่ 22 ผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

Chi-Square = 17.675, df = 27, P = 0.913, Chi-Square/df = .655,
RMSEA = 0.000, RMR = 0.037, GFI = 0.908, TLI = 1.000, CFI = 1.000

ตารางที่ 99 ผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักของค้ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
PCKN				
PCKN1	0.75**	-	-	0.55
PCKN 2	0.73**	0.54	3.66	0.53
PCKN 3	0.83**	0.70	2.96	0.71
PCKN 4	0.74**	0.55	3.26	0.54

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
PCKN5	0.71**	0.52	3.38	0.50
PCSK				
PCSK1	0.73**	-	-	0.53
PCSK 2	0.75**	0.59	1.74	0.55
PCSK 3	0.83**	0.71	1.69	0.71
PCSK 4	0.79**	0.70	1.52	0.68
PCCH				
PCCH1	0.70**	-	-	0.49
PCCH 2	0.74**	0.58	3.03	0.54
PCCH 3	0.73**	0.54	1.11	0.53
PCCH 4	0.75**	0.59	1.48	0.55
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
PC				
PCKN	0.95**	-	-	0.90
PCSK	0.96**	0.37	14.96	0.92
PCCH	0.90**	0.56	16.10	0.81
Chi-Square = 17.675, df = 27, P = 0.913, Chi-Square/df = .655, RMSEA = 0.000, RMR = 0.037, GFI = 0.908, TLI = 1.000, CFI = 1.000				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

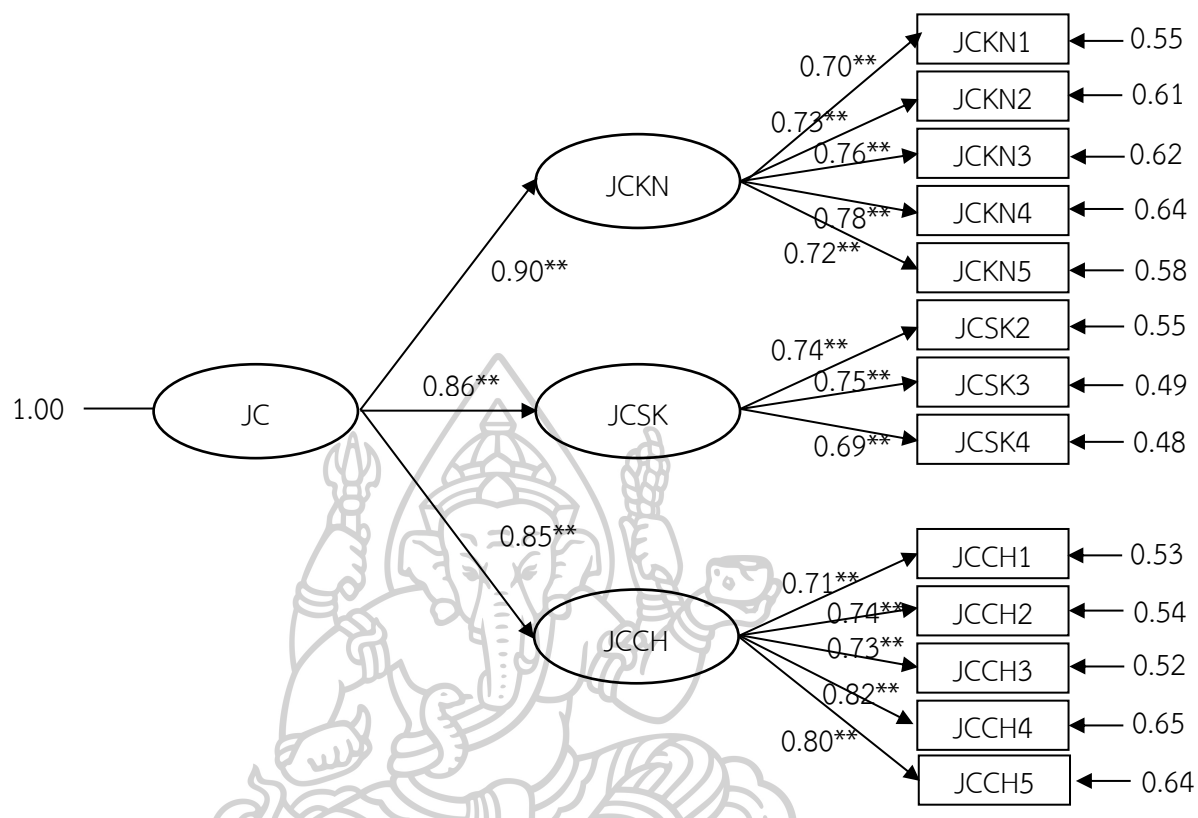
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดล สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 0.655 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดล สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.000 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.037 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.908 และ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 1.000 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (> 0.90) จากค่าสถิติ

ดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.70-0.83 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.90-0.96 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)

การวิเคราะห์โมเดลการวัด สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 13 ตัว ดังนี้ สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ JCKN1, JCKN2, JCKN3, JCKN4, และ JCKN5 สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวคือ JCSK2, JCSK3, และ JCSK4 สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ JCCH1, JCCH2, JCCH3, JCCH4 และ JCCH5

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัด สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) และตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) หรือข้อคำถาม 13 ข้อ สามารถใช้วัดสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ได้จริง



ภาพที่ 23 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)

Chi-Square = 32.475, df = 33, P = 0.493, Chi-Square/df = .984,
 RMSEA = 0.000, RMR = 0.022, GFI = 0.988, TLI = 1.000, CFI = 1.000

ตารางที่ 100 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะเฉพาะงาน
(Job Competencies)

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
JCKN				
JCKN1	0.70**	-	-	0.48
JCKN 2	0.73**	0.61	4.40	0.54
JCKN 3	0.76**	0.62	4.53	0.60
JCKN 4	0.78**	0.64	3.69	0.62
JCKN5	0.72**	0.58	3.89	0.55
JCSK				
JCSK 2	0.74**	-	-	0.61
JCSK 3	0.75**	0.49	7.22	0.58
JCSK 4	0.69**	0.48	8.96	0.53
JCCH				
JCCH1	0.71**	-	-	0.50
JCCH 2	0.74**	0.54	5.54	0.53
JCCH 3	0.73**	0.52	5.07	0.54
JCCH 4	0.82**	0.65	5.32	0.70
JCCH5	0.80**	0.64	5.20	0.68
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
JC				
JCKN	0.90**	-	-	0.78
JCSK	0.86**	0.68	3.09	0.74
JCCH	0.85**	0.66	2.99	0.73
Chi-Square = 32.475, df = 33, P = 0.493, Chi-Square/df = .984, RMSEA = 0.000, RMR = 0.022, GFI = 0.988, TLI = 1.000, CFI = 1.000				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดล สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 0.984 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่

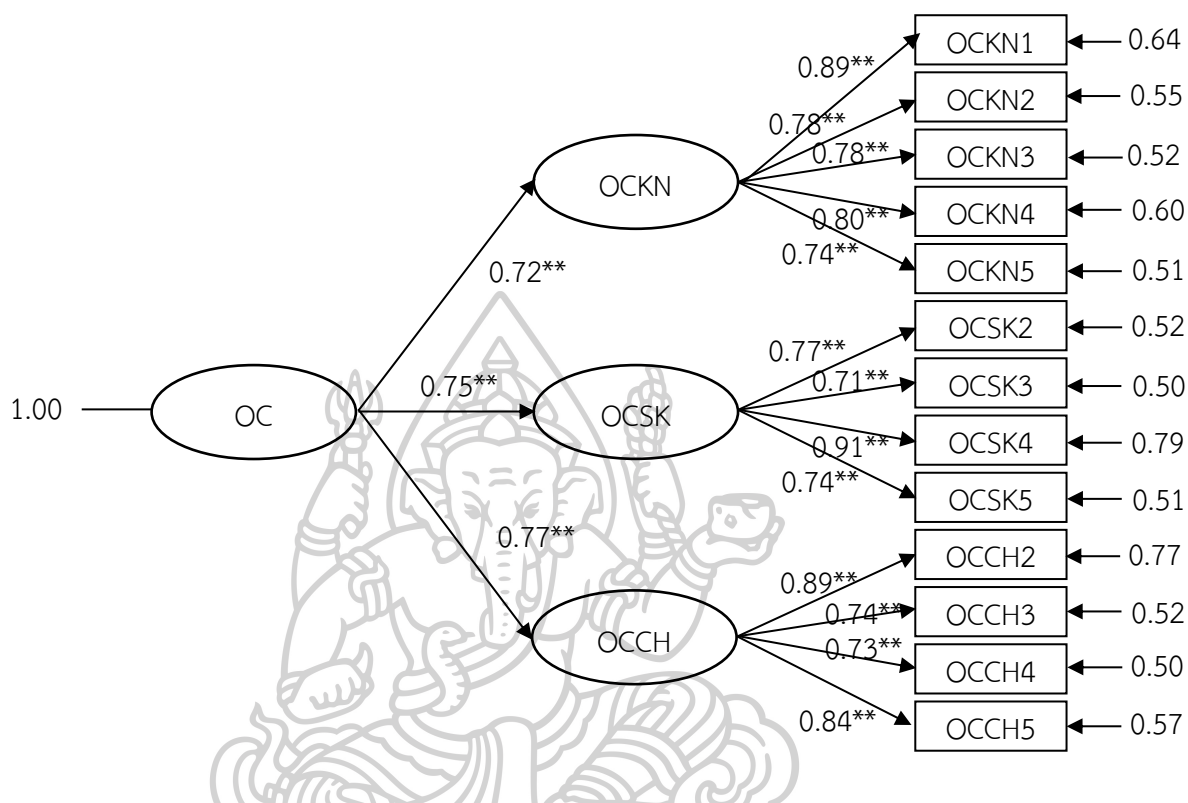
กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดล สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.000 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.022 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.988 และ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 1.000 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (> 0.90) จากค่าสถิติดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.69-0.82 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.85-0.90 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)

การวิเคราะห์โมเดลการวัดสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 13 ตัว ดังนี้ สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ OCKN1, OCKN2, OCKN3, OCKN4, และ OCKN5 สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ OCSK2, OCSK3, OCSK4, และ OCSK5 สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ OCCH2, OCCH3, OCCH4, และ OCCH5

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัด สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) และตัวแปรสังเกต

ได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) หรือข้อความ 13 ข้อสามารถใช้วัดสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ได้จริง



ภาพที่ 24 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)

Chi-Square = 86.895, df = 747, P = 0.145, Chi-Square/df = 1.174,
RMSEA = 0.021, RMR = 0.021, GFI = 0.972, TLI = 0.999, CFI = 0.992

ตารางที่ 101 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
OCKN				
OCKN1	0.89**	-	-	0.72
OCKN2	0.78**	0.64	8.40	0.64

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
OCKN3	0.78**	0.55	8.53	0.65
OCKN4	0.80**	0.52	8.69	0.69
OCKN5	0.74**	0.60	8.48	0.55
OCSK				
OCSK2	0.77**	-	-	0.54
OCSK 3	0.71**	0.50	5.02	0.50
OCSK 4	0.91**	0.79	5.22	0.48
OCSK 5	0.74**	0.51	5.21	0.53
OCCH				
OCCH2	0.89**	-	-	0.75
OCCH 3	0.74**	0.52	6.25	0.53
OCCH 4	0.73**	0.50	6.81	0.52
OCCH 5	0.84**	0.57	6.41	0.72
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
OC				
OCKN	0.72**	-	-	0.51
OCSK	0.75**	0.51	5.96	0.53
OCCH	0.77**	0.55	5.10	0.56
Chi-Square = 86.895, df = 747, P = 0.145, Chi-Square/df = 1.174, RMSEA = 0.021, RMR = 0.021, GFI = 0.972, TLI = 0.999, CFI = 0.992				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

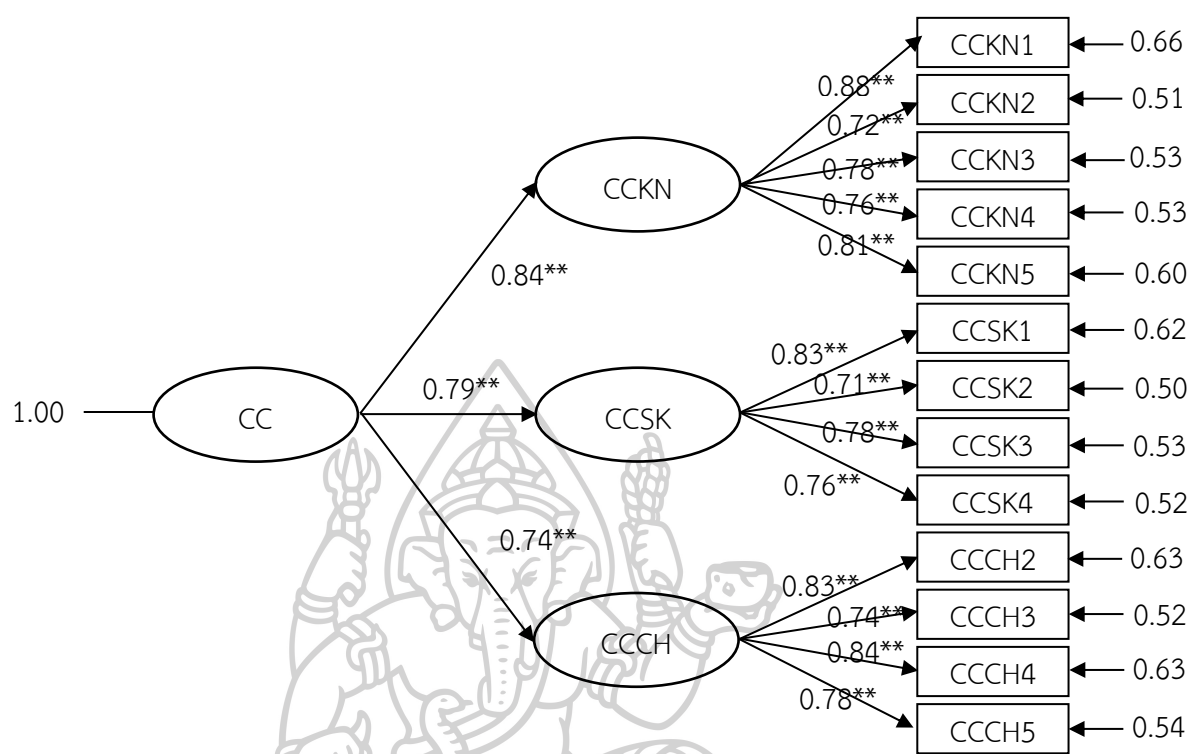
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดล สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.174 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดล สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.021 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.021 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.972 และ ค่าดัชนีวัดความ

สอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 0.999 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.992 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (>0.90) จากค่าสถิติดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.71-0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.72-0.77 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลสมรรถนะหลัก (Core Competencies)

การวิเคราะห์โมเดลการวัดสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 13 ตัว ดังนี้ สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ CCKN1, CCKN2, CCKN3, CCKN4, และ CCKN5 สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ CCSK1, CCSK2, CCSK3, และ CCSK4 สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ PCCCH2, CCCH3, CCCH4, และ CCCH5

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัดสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของสมรรถนะหลัก (Core Competencies) และตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะหลัก (Core Competencies) หรือข้อคำถาม 13 ข้อสามารถใช้วัดสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ได้จริง



Chi-Square = 26.396, df = 38, P = 0.478, Chi-Square/df = 1.556,
 RMSEA = 0.020, RMR = 0.021, GFI = 0.998, TLI = 0.999, CFI = 0.998

ภาพที่ 25 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะหลัก (Core Competencies)

ตารางที่ 102 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะหลัก (Core Competencies)

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
CCKN				
CCKN1	0.88**	-	-	0.66
CCKN 2	0.72**	0.51	5.40	0.51
CCKN 3	0.78**	0.53	5.53	0.54
CCKN 4	0.76**	0.53	5.69	0.53
CCKN5	0.81**	0.66	5.76	0.61

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
CCSK				
CCSK1	0.83**	-	-	0.62
CCSK 2	0.71**	0.50	5.02	0.50
CCSK 3	0.78**	0.53	5.22	0.54
CCSK 4	0.76**	0.52	4.96	0.53
CCCH				
CCCH2	0.83**	-	-	0.62
CCCH 3	0.74**	0.52	6.25	0.52
CCCH 4	0.84**	0.63	6.91	0.61
CCCH 5	0.78**	0.54	6.51	0.54
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
PC				
CCKN	0.84**	-	-	0.63
CCSK	0.79**	0.53	3.90	0.54
CCH	0.74**	0.52	3.10	0.52
Chi-Square = 26.396, df = 38, P = 0.478, Chi-Square/df = 1.556, RMSEA = 0.020, RMR = 0.021, GFI = 0.998, TLI = 0.999, CFI = 0.998				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

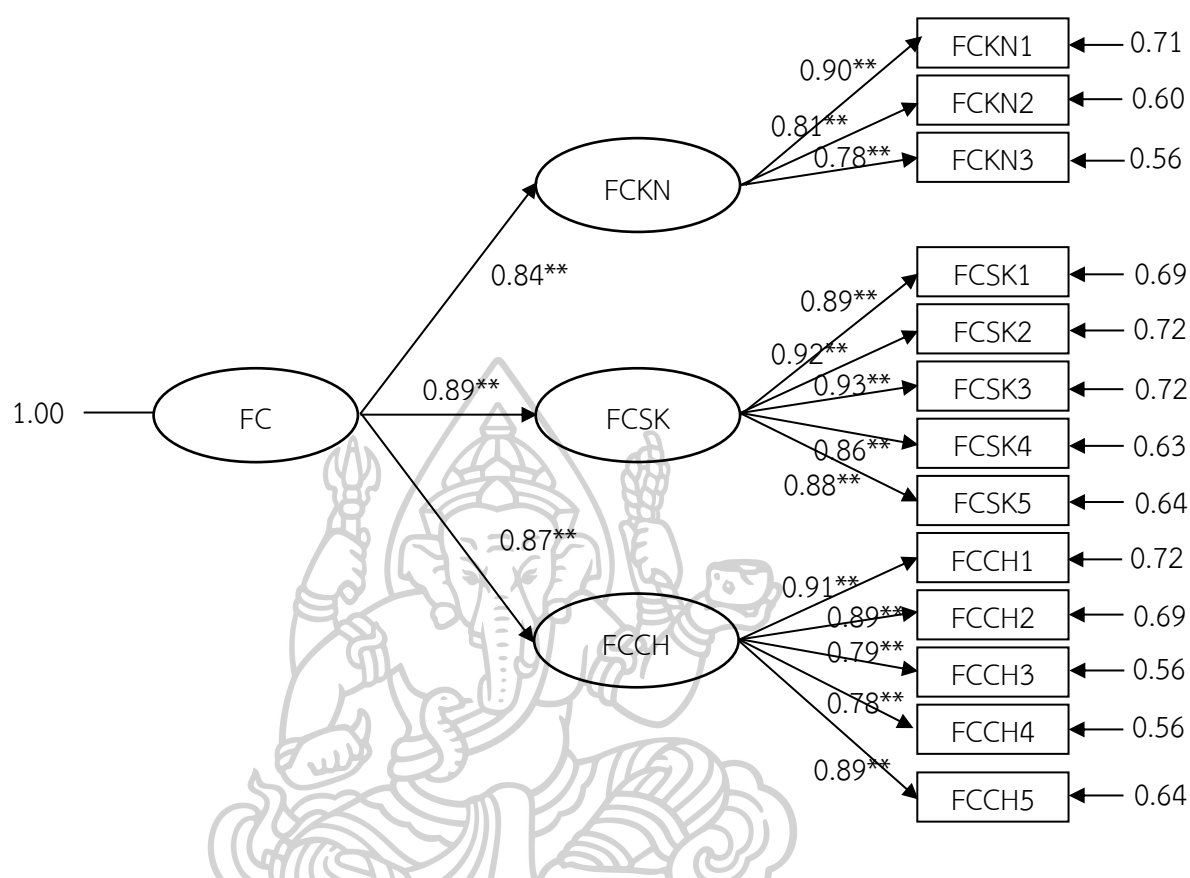
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.556 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.020 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.021 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.998 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 0.999 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.998 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (> 0.90) จากค่าสถิติดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่านำหนัก

องค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.71-0.88 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะหลัก (Core Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.74-0.84 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะหลัก (Core Competencies)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)

การวิเคราะห์โมเดลการวัดสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 13 ตัว ดังนี้ สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวคือ FCKN1, FCKN2, และ FCKN3 สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ FCSK1, FCSK2, FCSK3, FCSK4 และ PCSK5 สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ FCCH1, FCCH2, FCCH3, FCCH4 และ FCCH5

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัดสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) และตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) หรือข้อคำถาม 13 ข้อสามารถใช้วัดสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ได้จริง



ภาพที่ 26 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)

Chi-Square = 416.396, df = 24, P = 0.187, Chi-Square/df = 1.145,

RMSEA = 0.010, RMR = 0.018, GFI = 0.989, TLI = 1.000, CFI = 1.000

ตารางที่ 103 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
FCKN				
FCKN1	0.90**	-	-	0.70
FCKN 2	0.81**	0.60	9.40	0.59

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
FCKN 3	0.78**	0.56	9.82	0.54
FCSK				
FCSK1	0.89**	-	-	0.68
FCSK 2	0.92**	0.72	6.02	0.72
FCSK 3	0.93**	0.72	6.22	0.73
FCSK 4	0.86**	0.63	5.96	0.66
FCSK5	0.88**	0.64	5.98	0.67
PCCH				
FCCH1	0.91**	-	-	0.71
FCCH 2	0.89**	0.69	6.25	0.68
FCCH 3	0.79**	0.56	5.83	0.55
FCCH 4	0.78**	0.56	5.54	0.54
FCCH5	0.79**	0.64	5.64	0.55
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
FC				
FCKN	0.84**	-	-	0.64
FCSK	0.89**	0.68	7.06	0.68
FCCH	0.87**	0.68	6.50	0.67
Chi-Square = 416.396, df = 24, P = 0.187, Chi-Square/df = 1.145, RMSEA = 0.010, RMR = 0.018, GFI = 0.989, TLI = 1.000, CFI = 1.000				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

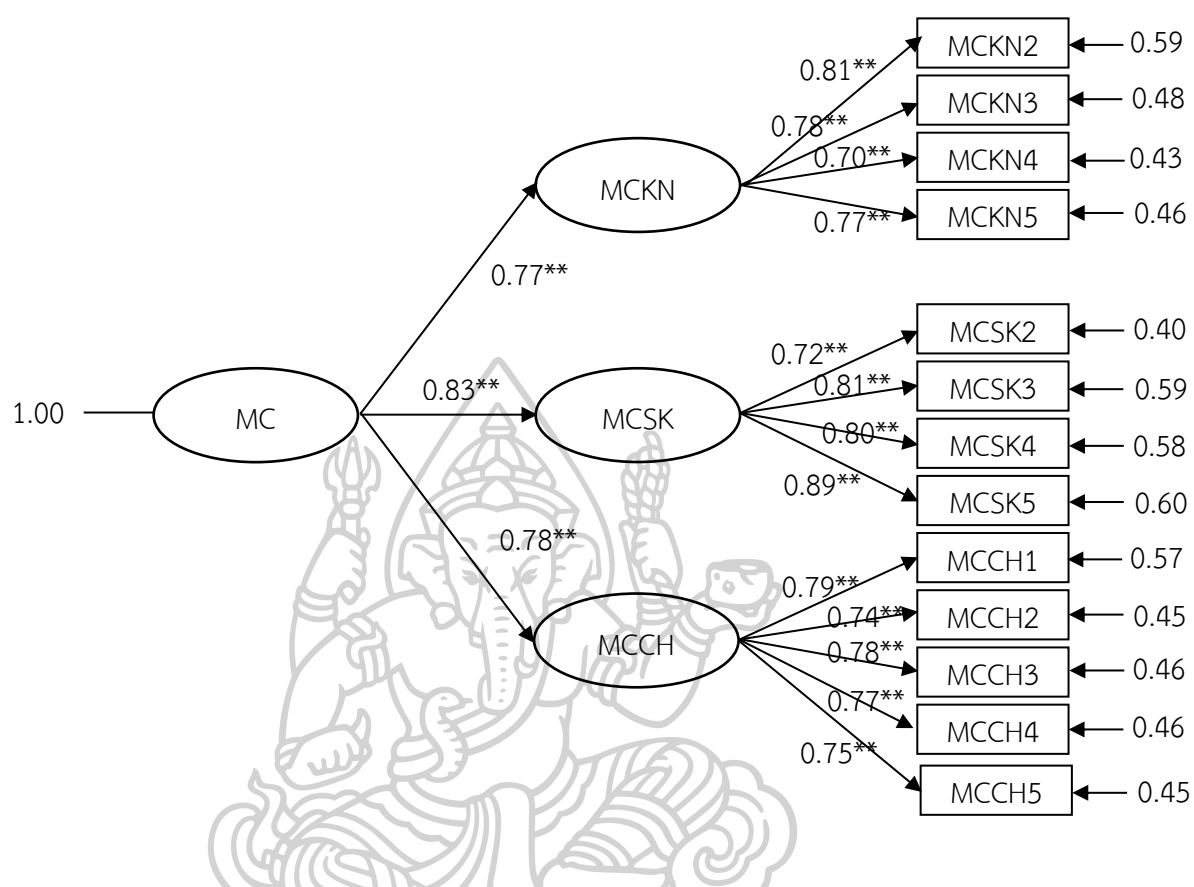
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.145 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.010 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.018 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.989 และ ค่าดัชนีวัดความ

สอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 1.000 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (>0.90) จากค่าสถิติดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.78-0.93 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.84-0.87 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)

การวิเคราะห์โมเดลการวัดสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 13 ตัว ดังนี้ สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ MCKN2, MCKN3, MCKN4, และ MCKN5 สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ MCSK2, MCSK3, MCSK4, และ MCSK5 สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ MCCH1, MCCH2, MCCH3, MCCH4 และ MCCH5

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัด สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) และตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) หรือข้อคำถาม 13 ข้อสามารถใช้วัดสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ได้จริง



ภาพที่ 27 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)

Chi-Square = 23.856, df = 22, P = 0.189, Chi-Square/df = 1.679,

RMSEA = 0.000, RMR = 0.000, GFI = 0.957, TLI = 0.999, CFI = 0.998

ตารางที่ 104 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
MCKN				
MCKN2	0.81**	-	-	0.60

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
MCKN 3	0.78**	0.48	4.44	0.53
MCKN 4	0.70**	0.43	4.54	0.50
MCKN 5	0.77**	0.46	4.66	0.52
MCSK				
MCSK2	0.72**	-	-	0.52
MCSK 3	0.81**	0.59	3.57	0.61
MCSK 4	0.80**	0.58	3.21	0.60
MCSK 5	0.89**	0.60	3.94	0.70
MCCH				
MCCH1	0.79**	-	-	0.58
MCCH 2	0.74**	0.45	3.25	0.53
MCCH 3	0.78**	0.46	5.81	0.56
MCCH 4	0.77**	0.46	5.41	0.55
MCCH5	0.75**	0.45	5.47	0.53
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
MC				
MCKN	0.77**	-	-	0.55
MCSK	0.83**	0.58	5.96	0.61
MCCH	0.78**	0.50	5.65	0.56
Chi-Square = 23.856, df = 22, P = 0.189, Chi-Square/df = 1.679, RMSEA = 0.000, RMR = 0.000, GFI = 0.957, TLI = 0.999, CFI = 0.998				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

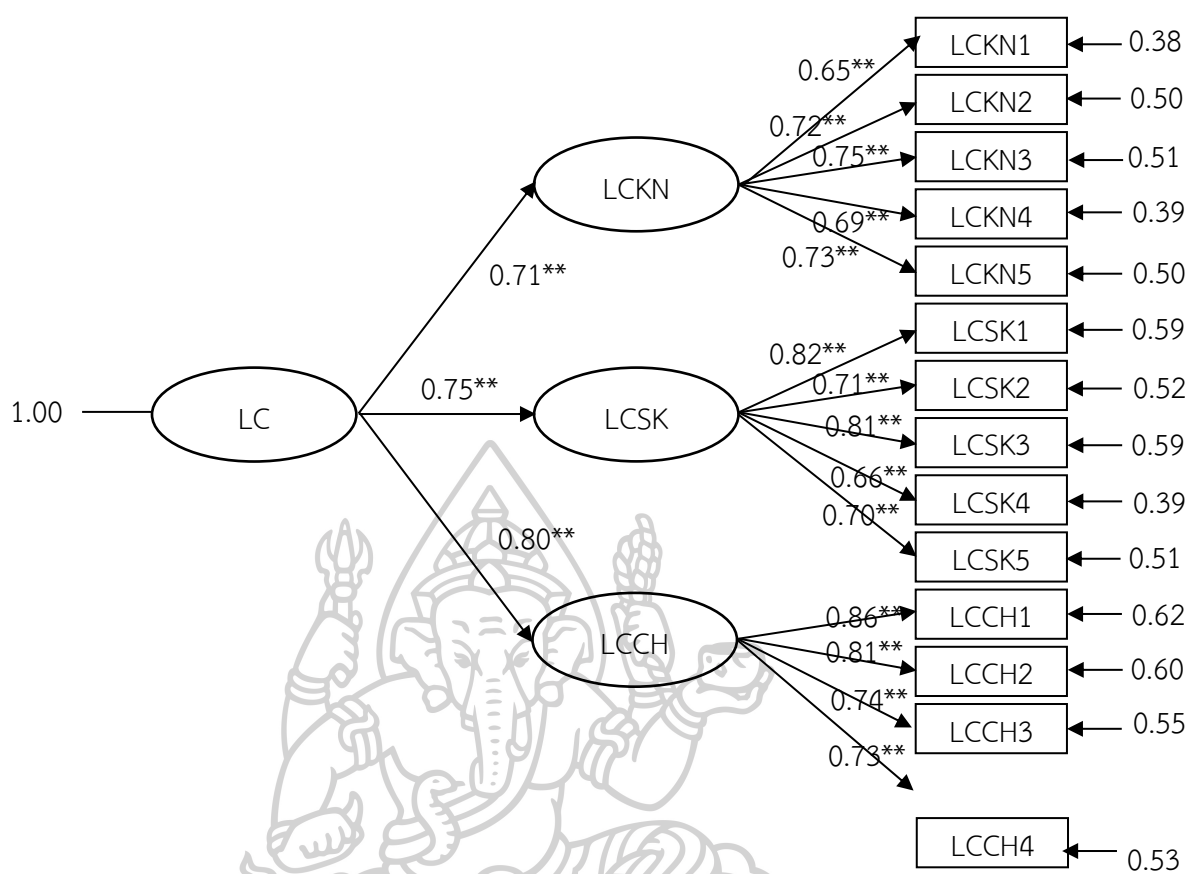
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.679 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.000 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้

(≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.957 และ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 0.999 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.998 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (> 0.90) จากค่าสถิติดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.70-0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.77-0.83 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)

การวิเคราะห์โมเดลการวัดสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 14 ตัว ดังนี้ สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ LCKN1, LCKN2, LCKN3, LCKN4, และ LCKN5 สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ LCSK1, LCSK2, LCSK3, LCSK4 และ LCSK5 สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ LCCH1, LCCH2, LCCH3, และ LCCH4

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัด สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) และตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 14 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) หรือข้อคำถาม 14 ข้อสามารถใช้อัดสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ได้จริง



ภาพที่ 28 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)

Chi-Square = 96.396, df = 75, P = 0.162, Chi-Square/df = 1.265,
RMSEA = 0.020, RMR = 0.020, GFI = 0.945, TLI = 0.999, CFI = 0.998

ตารางที่ 105 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
LCKN				
LCKN1	0.65**	-	-	0.44
LCKN 2	0.72**	0.50	5.76	0.50
LCKN 3	0.75**	0.52	5.54	0.52
LCKN 4	0.69**	0.39	5.23	0.48
LCKN5	0.73**	0.50	5.34	0.49

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
LCSK				
LCSK1	0.82**	-	-	0.64
LCSK2	0.71**	0.52	3.02	0.50
LCSK3	0.81**	0.59	3.22	0.64
LCSK4	0.66**	0.39	3.96	0.44
LCSK5	0.70**	0.51	3.58	0.48
LCCH				
LCCH1	0.86**	-	-	0.65
LCCH 2	0.81**	0.60	6.27	0.64
LCCH 3	0.74**	0.55	6.80	0.52
LCCH 4	0.73**	0.53	6.45	0.52
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
LC				
LCKN	0.71**	-	-	0.55
LCSK	0.75**	0.54	3.96	0.57
LCCH	0.80**	0.59	4.10	0.63
Chi-Square = 96.396, df = 75, P = 0.162, Chi-Square/df = 1.265, RMSEA = 0.020, RMR = 0.020, GFI = 0.945, TLI = 0.999, CFI = 0.998				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

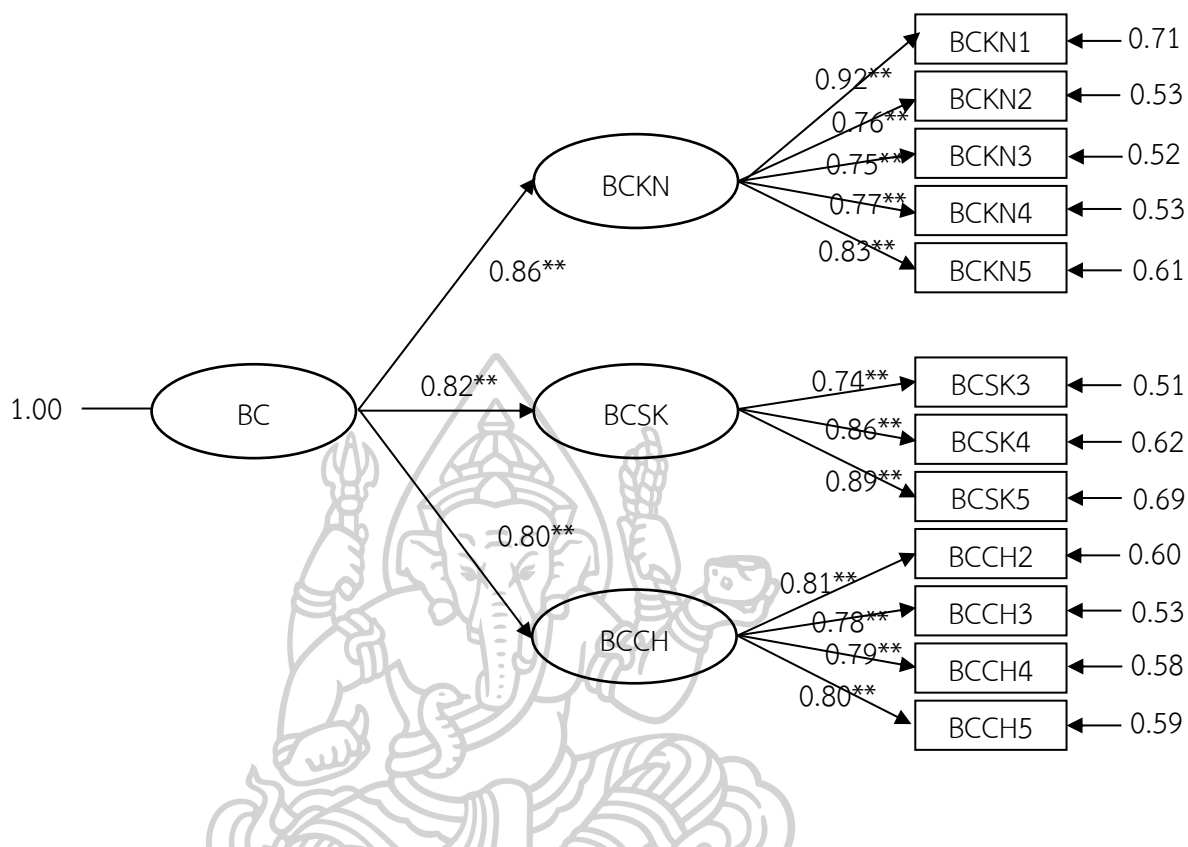
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.265 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.020 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.020 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.945 และ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 0.999 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.9998 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (> 0.90) จากค่าสถิติ

ดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 14 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.65-0.86 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 14 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.71-0.80 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)

การวิเคราะห์โมเดลการวัดสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 12 ตัว ดังนี้ สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ BCKN1, BCKN2, BCKN3, BCKN4, และ BCKN5 สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวคือ BCSK3, BCSK4, และ BCSK5 สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวคือ BCCH2, BCCH3, BCCH4, และ BCCH5

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัด สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) และตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) หรือข้อความ 13 ข้อสามารถใช้วัดสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ได้จริง



ภาพที่ 29 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)

Chi-Square = 36.766, df = 17, P = 0.256, Chi-Square/df = 1.723,
RMSEA = 0.000, RMR = 0.000, GFI = 0.978, TLI = 1.000, CFI = 1.000

ตารางที่ 106 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
BCKN				
BCKN1	0.92**	-	-	0.71
BCKN2	0.76**	0.53	4.87	0.56

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
BCKN3	0.75**	0.52	4.45	0.55
BCKN4	0.77**	0.53	4.62	0.56
BCKN5	0.83**	0.61	5.89	0.62
BCSK				
BCSK3	0.74**	-	-	0.54
BCSK4	0.86**	0.62	5.56	0.64
BCSK5	0.89**	0.69	5.11	0.69
BCCH				
BCCH2	0.81**	-	-	0.61
BCCH 3	0.78**	0.53	5.35	0.56
BCCH 4	0.79**	0.58	5.87	0.59
BCCH 5	0.80**	0.59	5.44	0.59
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
BC				
BCKN	0.86**	-	-	0.64
BCSK	0.82**	0.60	4.95	0.61
BCCH	0.80**	0.59	4.36	0.60
Chi-Square = 36.766, df = 17, P = 0.256, Chi-Square/df = 1.723, RMSEA = 0.000, RMR = 0.000, GFI = 0.978, TLI = 1.000, CFI = 1.000				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

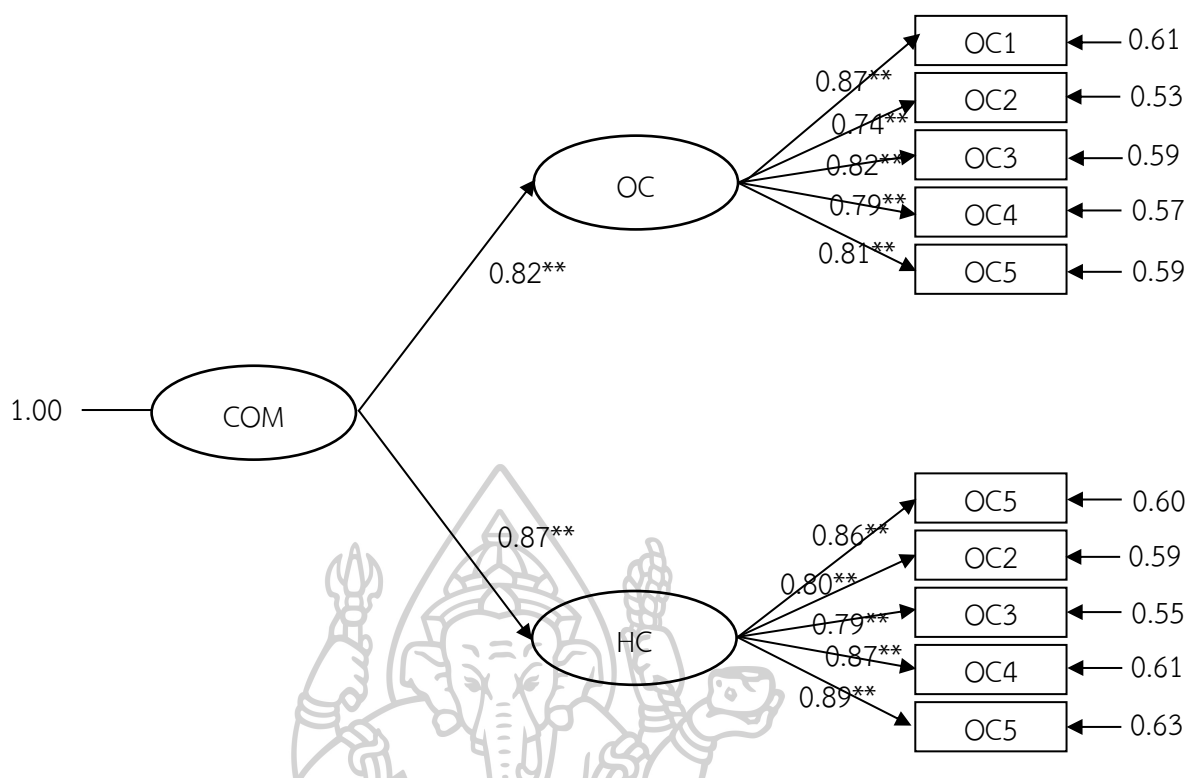
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.723 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.000 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.978 และ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 1.000 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง

เปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (>0.90) จากค่าสถิติดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.74-0.92 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.80-0.86 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

การวิเคราะห์โมเดลการวัดขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 2 ปัจจัยและมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 10 ตัว ดังนี้ ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ OC1, OC2, OC3, OC4, และ OC5 ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวคือ HC1, HC2, HC3, HC4, และ HC5

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัด ขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 2 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต หรือข้อคำถาม 10 ข้อสามารถใช้วัดขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ได้จริง



ภาพที่ 30 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

Chi-Square = 22.578, df = 16, P = 0.367, Chi-Square/df = 1.439,
RMSEA = 0.024, RMR = 0.020, GFI = 0.956, TLI = 0.998, CFI = 0.999

ตารางที่ 107 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของ โมเดลขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์หองค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
OC				
OC1	0.87**	-	-	0.62
OC2	0.74**	0.59	4.87	0.55
OC3	0.82**	0.53	4.45	0.61
OC4	0.79**	0.57	4.62	0.59
OC5	0.81**	0.59	5.89	0.60
HC				

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
HC1	0.86**	-	-	0.54
HC2	0.80**	0.59	6.34	0.60
HC3	0.79**	0.55	6.11	0.59
HC4	0.87**	0.61	6.78	0.62
HC5	0.89**	0.63	6.98	0.68
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
COM				
OC	0.82**	-	-	0.61
CH	0.87**	0.60	5.85	0.62
Chi-Square = 22.578, df = 16, P = 0.367, Chi-Square/df = 1.439, RMSEA = 0.024, RMR = 0.020, GFI = 0.956, TLI = 0.998, CFI = 0.999				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

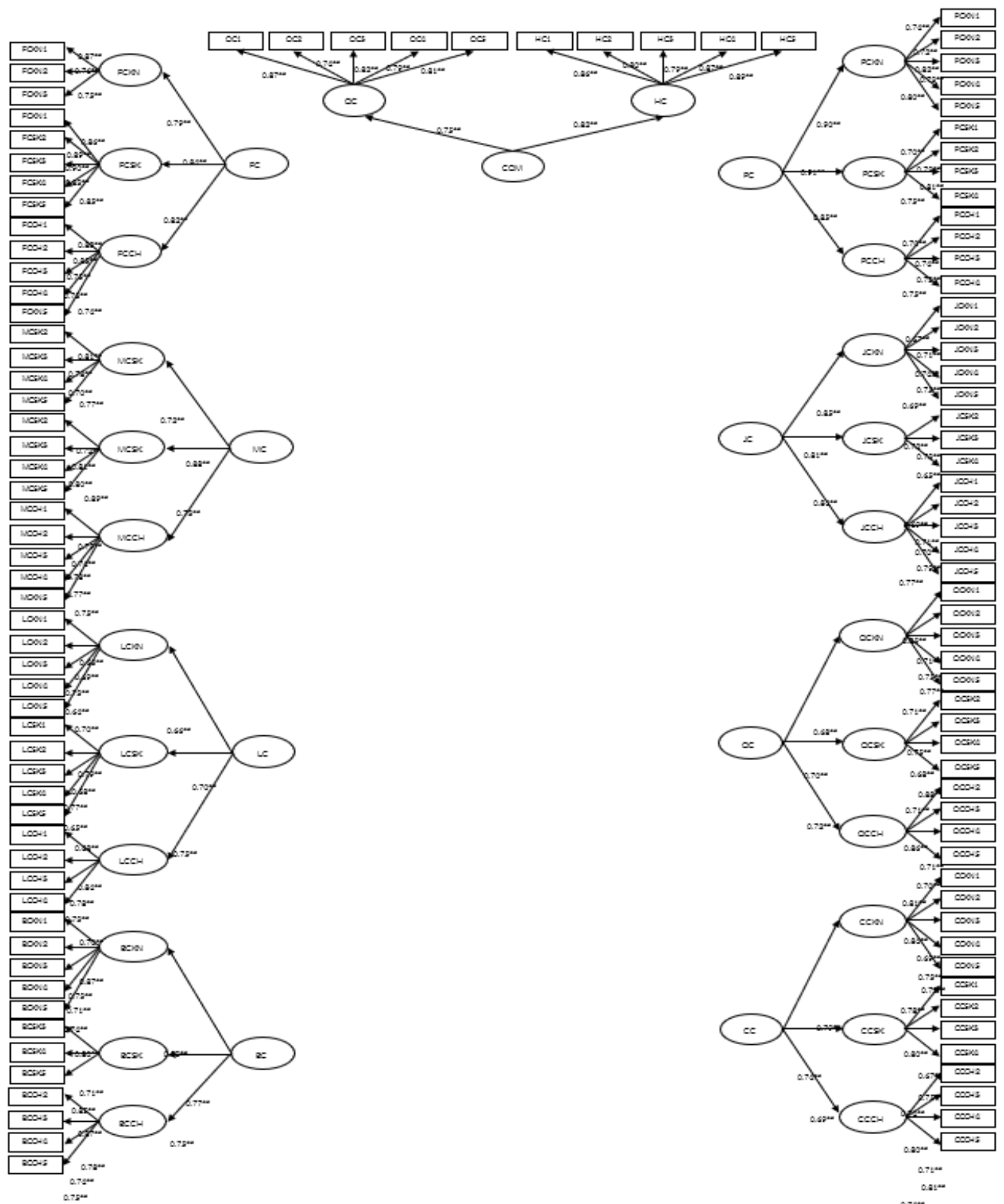
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต พบว่า ค่าไค-สแควร์ต่อดีฟ (χ²/df) มีค่าเท่ากับ 1.439 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.024 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.020 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.956 และ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 0.998 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.999 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (> 0.90) จากค่าสถิติดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.74-0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 2 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน

ของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.82-0.87 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 2 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย

การวิเคราะห์โมเดลการวัดการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 8 ปัจจัยหลัก 26 ปัจจัยย่อย และมีตัวแปรสังเกตได้หรือตัวบ่งชี้ 114 ตัว ดังนี้ 9 โมเดล คือ สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) และ ขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

ในการวิเคราะห์โมเดลการวัดการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยย่อยทั้ง 26 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย และ ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 114 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย หรือข้อคำถาม 114 ข้อสามารถใช้วัดการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทยได้จริง



ภาพที่ 31 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจ
รับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย

Chi-Square = 6642.566, df = 4627, P = 0.023, Chi-Square/df = 1.436,

RMSEA = 0.033, RMR = 0.047, GFI = 0.909, TLI = 1.000, CFI = 1.000

ตารางที่ 108 ผลการวิเคราะห์ห้วงศ์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์ห้วงศ์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
PCKN				
PCKN1	0.74**	-	-	0.55
PCKN2	0.72**	0.06	6.66	0.53
PCKN3	0.82**	0.05	5.96	0.71
PCKN4	0.73**	0.06	6.26	0.54
PCKN5	0.70**	0.06	6.38	0.50
PCSK				
PCSK1	0.70**	-	-	0.50
PCSK2	0.73**	0.06	8.02	0.54
PCSK3	0.81**	0.05	8.22	0.70
PCSK4	0.75**	0.06	8.57	0.52
PCCH				
PCCH1	0.70**	-	-	0.50
PCCH2	0.74**	0.06	10.59	0.53
PCCH 3	0.73**	0.06	11.25	0.52
PCCH 4	0.75**	0.06	10.81	0.54
การวิเคราะห์ห้วงศ์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
JCKN				
JCKN1	0.67**	-	-	0.48
JCKN2	0.71**	0.06	13.40	0.51
JCKN3	0.74**	0.06	13.53	0.53
JCKN4	0.75**	0.06	13.69	0.52
JCKN5	0.69**	0.05	15.25	0.49
JCSK				
JCSK2	0.72**	-	-	0.53
JCSK3	0.73**	0.06	9.22	0.52
JCSK4	0.65**	0.05	9.14	0.46

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
JCCH				
JCCH1	0.69**	-	-	0.49
JCCH2	0.71**	0.06	16.76	0.51
JCCH 3	0.70**	0.06	16.70	0.50
JCCH 4	0.79**	0.06	17.81	0.59
JCCH 5	0.77**	0.06	16.98	0.56
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
OCKN				
OCKN1	0.85**	-	-	0.74
OCKN2	0.71**	0.06	14.40	0.50
OCKN3	0.75**	0.06	14.53	0.54
OCKN4	0.77**	0.06	13.69	0.56
OCKN5	0.71**	0.06	13.56	0.51
OCSK				
OCSK2	0.75**	0.06	15.02	0.54
OCSK3	0.68**	0.05	13.22	0.47
OCSK4	0.88**	0.07	12.22	0.67
OCSK5	0.71**	0.06	13.67	0.50
OCCH				
OCCH2	0.86**	-	-	0.55
OCCH 3	0.71**	0.06	16.25	0.50
OCCH 4	0.70**	0.06	15.81	0.50
OCCH 5	0.81**	0.07	12.41	0.61
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
CCKN				
CCKN1	0.84**	-	-	0.65
CCKN2	0.69**	0.05	14.40	0.48
CCKN3	0.73**	0.06	14.53	0.54
CCKN4	0.73**	0.06	13.69	0.53
CCKN5	0.78**	0.06	12.02	0.57
CCSK				

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
CCSK1	0.80**	-	-	0.60
CCSK2	0.67**	0.05	15.02	0.46
CCSK3	0.75**	0.06	13.22	0.55
CCSK4	0.74**	0.06	10.56	0.54
CCCH				
CCCH2	0.80**	-	-	0.60
CCCH 3	0.71**	0.06	16.25	0.51
CCCH 4	0.81**	0.07	15.81	0.60
CCCH 5	0.74**	0.06	12.41	0.54
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
FCKN				
FCKN1	0.87**	-	-	0.66
FCKN2	0.76**	0.06	10.40	0.54
FCKN3	0.75**	0.06	9.53	0.56
FCSK				
FCSK1	0.86**	-	-	0.65
FCSK2	0.89**	0.07	10.02	0.68
FCSK3	0.90**	0.08	13.22	0.70
FCSK4	0.83**	0.07	11.68	0.62
FCSK5	0.85**	0.07	10.56	0.65
FCCH				
FCCH1	0.88**	-	-	0.67
FCCH2	0.85**	0.07	13.45	0.65
FCCH 3	0.75**	0.06	16.25	0.55
FCCH 4	0.73**	0.06	15.81	0.53
FCCH 5	0.74**	0.06	12.41	0.53
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
MCKN				
MCKN2	0.81**	-	-	0.61
MCKN3	0.78**	0.06	9.53	0.59

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
MCKN4	0.70**	0.06	8.69	0.50
MCKN5	0.77**	0.06	9.56	0.57
MCSK				
MCSK2	0.72**	-	-	0.51
MCSK3	0.81**	0.07	6.22	0.60
MCSK4	0.80**	0.07	5.45	0.60
MCSK5	0.89**	0.07	7.89	0.70
MCCH				
MCCH1	0.79**	-	-	0.60
MCCH2	0.74**	0.06	14.98	0.54
MCCH 3	0.78**	0.06	14.25	0.57
MCCH 4	0.77**	0.06	14.81	0.56
MCCH 5	0.75**	0.06	14.41	0.55
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
LCKN				
LCKN1	0.63**	-	-	0.43
LCKN2	0.69**	0.05	11.40	0.48
LCKN3	0.73**	0.06	11.53	0.52
LCKN4	0.64**	0.05	10.69	0.44
LCKN5	0.70**	0.06	10.87	0.50
LCSK				
LCSK1	0.79**	-	-	0.58
LCSK2	0.68**	0.05	15.02	0.47
LCSK3	0.77**	0.06	13.22	0.56
LCSK4	0.65**	0.05	9.67	0.45
LCSK5	0.68**	0.05	8.93	0.47
LCCH				
LCCH1	0.84**	-	-	0.63
LCCH2	0.78**	0.06	14.66	0.58
LCCH 3	0.73**	0.06	16.25	0.53

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	ค่านำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน	ค่า t-value หรือค่า C.R.	ความเที่ยง (R ²)
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
LCCH 4	0.70**	0.06	15.81	0.50
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
BCKN				
BCKN1	0.87**	-	-	0.66
BCKN2	0.73**	0.06	12.40	0.54
BCKN3	0.71**	0.06	12.53	0.50
BCKN4	0.74**	0.06	12.69	0.56
BCKN5	0.80**	0.07	11.68	0.60
BCSK				
BCSK3	0.71**	-	-	0.50
BCSK4	0.85**	0.07	10.48	0.64
BCSK5	0.87**	0.07	9.78	0.67
BCCH				
BCCH2	0.78**	-	-	0.58
BCCH 3	0.74**	0.06	14.25	0.55
BCCH 4	0.75**	0.06	14.81	0.55
BCCH 5	0.76**	0.06	14.41	0.56
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง				
OC				
OC1	0.87**	-	-	0.66
OC2	0.74**	0.06	12.78	0.55
OC3	0.82**	0.07	14.56	0.62
OC4	0.79**	0.06	13.88	0.58
OC5	0.81**	0.07	14.48	0.61
CH				
CH1	0.86**	-	-	0.65
CH2	0.80**	0.07	14.40	0.60
CH3	0.79**	0.06	13.68	0.59
CH4	0.87**	0.07	14.10	0.66
CH5	0.89**	0.07	14.78	0.70

การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง				
PCKN	0.90**	-	-	0.70
PCSK	0.91**	0.08	17.96	0.70
PCCH	0.85**	0.07	16.10	0.66
JCKN	0.85**	0.07	16.10	0.66
JCSK	0.81**	0.07	16.45	0.60
JCCH	0.84**	0.07	16.98	0.63
OCKN	0.68**	0.05	8.35	0.48
OCSK	0.70**	0.06	7.92	0.50
OCCH	0.72**	0.06	7.30	0.52
CCKN	0.79**	0.06	13.94	0.59
CCSK	0.74**	0.06	13.50	0.52
CCCH	0.69**	0.05	13.10	0.48
FCKN	0.79**	0.06	10.99	0.59
FCSK	0.84**	0.07	7.06	0.63
FCCH	0.82**	0.07	9.50	0.61
MCKN	0.72**	0.06	15.05	0.51
MCSK	0.88**	0.07	15.96	0.67
MCCH	0.73**	0.06	15.65	0.53
LCKN	0.66**	0.05	9.67	0.46
LCSK	0.70**	0.06	9.92	0.50
LCCH	0.75**	0.06	9.78	0.54
BCKN	0.83**	0.07	11.69	0.63
BCSK	0.77**	0.06	11.45	0.56
BCCH	0.75**	0.06	11.76	0.54
OC	0.75**	0.06	14.67	0.54
HC	0.82**	0.07	15.89	0.61
Chi-Square = 6642.566, df = 4627, P = 0.023, Chi-Square/df = 1.436, RMSEA = 0.033, RMR = 0.047, GFI = 0.909, TLI = 1.000, CFI = 1.000				

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 < t\text{-value} \leq 2.58$), ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($t\text{-value} > 2.58$)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.436 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 2 ดังนั้นโมเดลการวัดองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาได้จากค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.033 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.047 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (≤ 0.05) ค่าความสอดคล้องของดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.909 และ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง Tucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ 1.000 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (> 0.90) จากค่าสถิติดังกล่าวข้างต้น ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 114 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.63-0.90 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 114 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทยและเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 114 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.66-0.91 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 26 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย

4.4 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 4) เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน จากพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์แสดงปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานที่ทำการตอบแบบสอบถาม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) ตำแหน่งปัจจุบัน 5) ประสบการณ์การทำงาน ผลการวิเคราะห์ปรากฏข้อมูลในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 109 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ (N=400)		
ชาย	153	38.3
หญิง	247	61.8
รวม	400	100
อายุ (N=400)		
15-25 ปี	321	80.3
26-35 ปี	42	10.5
36-45 ปี	15	3.8
46-55 ปี	22	5.5
56-65 ปี	0	0
66 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	400	100
ระดับการศึกษา (N=400)		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	97	24.3
ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	297	74.3
ระดับปริญญาโท	6	1.5
ระดับปริญญาเอก	0	0

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อื่น ๆ (ระบุ)	0	0
รวม	400	100
ตำแหน่งปัจจุบัน (N=400)		
Account Executive	19	4.8
Project Manager	9	2.3
Coordinator	32	8.0
Creative	46	11.5
Production Designer	14	3.5
Backstage Staff	45	11.3
Artists Manager	18	4.5
Producer	22	5.5
Stage Manager	2	0.5
Graphic Designer	7	1.8
Audio & Visual	0	0
Production Manager	5	1.3
Lighting Designer/Operator	2	0.5
Media Production	8	2.0
Event Sale	20	5.0
PR & Marketing	47	11.8
Visual Designer/Operator	4	1.0
Writer	8	2.0
อื่น ๆ ระบุ.....(student trainee)	92	23.0
รวม	400	100
ประสบการณ์การทำงาน (N=400)		
น้อยกว่า 1 ปี	280	70
1-3 ปี	93	23.3
4-6 ปี	19	4.8
7-9 ปี	2	0.5
10-12 ปี	0	0
13-15 ปี	2	0.5
มากกว่า 15 ปี	4	1.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.101 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน แล ประสบการณ์การทำงาน สรุปได้ว่า

จำแนกตามเพศ พนักงานส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็น (ร้อยละ 61.8) และ เพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็น (ร้อยละ 38.3)

จำแนกตามอายุพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่อายุ 15-25 ปี จำนวน 321 คน คิดเป็น (ร้อยละ 80.3) รองลงมาอายุ 26-35 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็น (ร้อยละ 10.5) อายุ 46-55 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็น (ร้อยละ 5.5) ตามลำดับ และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุดคือ อายุ 36-45 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็น(ร้อยละ 3.8) ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 297 คน คิดเป็น(ร้อยละ 74.3) รองลงมา อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็น (ร้อยละ 24.3) ระดับปริญญาโท จำนวน 6 คน คิดเป็น (ร้อยละ 1.5) ตามลำดับ

จำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นนักศึกษาฝึกงาน จำนวน 92 คน คิดเป็น (ร้อยละ 23) รองลงมา มีตำแหน่ง PR และ Marketing จำนวน 47 คน คิดเป็น (ร้อยละ 11.8) Creative จำนวน 46 คน คิดเป็น (ร้อยละ 11.5) และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่น้อยที่สุดคือ ตำแหน่ง Lighting Designer จำนวน 2 คน คิดเป็น (ร้อยละ 0.5) ตามลำดับ

จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 280 คน คิดเป็น(ร้อยละ 70) รองลงมา คือ 1-3 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็น (ร้อยละ 23.3) 4-6 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็น (ร้อยละ 4.8) 7-9 ปี มากกว่า 15 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็น (ร้อยละ 1.0) และ 13-15 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็น (ร้อยละ 0.5) ตามลำดับ

ตารางที่ 110 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	3.68	.873	มาก
2) ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์	3.90	.837	มาก
3) ต้องมีความรู้พื้นฐานตรงตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.03	.919	มาก
4) ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.08	.920	มาก

5) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนด มาตรการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องของความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และงานอีเวนต์อื่นๆ	3.98	.895	มาก
รวม	3.93	.755	มาก

จากตาราง 4.102 พบว่าสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ต้องมีความรู้พื้นฐานตรงตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.03) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนด มาตรการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องของความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และงานอีเวนต์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ ต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 111 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการเรียนรู้และการปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต	3.86	.809	มาก
2) ต้องมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและการประสานงานในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต	3.89	.729	มาก
3) ต้องมีทักษะการใช้สารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต	3.91	.802	มาก
4) ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจรณ์ญาณและการแก้ปัญหา ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต	4.02	.810	มาก
5) ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม และการร่วมมือวางแผนเป็นหมู่คณะ	4.12	.822	มาก
รวม	3.96	.615	มาก

จากตาราง 4.103 พบว่าสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการทำงานเป็น

ทีม และการร่วมมือวางแผนเป็นหมู่คณะ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมี
 วิจารณ์ญาณและการแก้ปัญหา ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.02) ต้องมีทักษะ
 การใช้สารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.91) ต้องมีทักษะ
 การสื่อสารภาษาอังกฤษและการประสานงานในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ
 ต้องมีทักษะการเรียนรู้และการปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 112 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีประสบการณ์การฝึกงาน หรือประสบการณ์ทำงาน และ/หรือ วุฒิการศึกษาตรงตามสายงาน	3.85	.802	มาก
2) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงออกแบบมีจินตนาการและ สามารถสื่อสารความคิดออกมาได้อย่างเป็นรูปธรรม	4.04	.758	มาก
3) ต้องมีปฏิญาณ ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้า ตัดสินใจ	4.14	.844	มาก
4) ต้องมีความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มี ข้อจำกัดด้านเวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้	4.07	.887	มาก
5) ต้องมีขยันหมั่นเพียรในการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ อดทน และเรียนรู้สิ่งใหม่ อย่างรวดเร็ว	4.02	.846	มาก
รวม	4.02	.601	มาก

จากตาราง 4.104 พบว่าสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ด้านด้าน
 คุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมี
 ปฏิญาณ ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้าตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ต้องมีความ
 รับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้
 เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงออกแบบมี
 จินตนาการและสามารถสื่อสารความคิดออกมาได้อย่างเป็นรูปธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.04) ต้องมี
 ขยันหมั่นเพียรในการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ อดทน และเรียนรู้สิ่งใหม่ อย่างรวดเร็ว
 (ค่าเฉลี่ย 4.02) และต้องมีประสบการณ์การฝึกงาน หรือประสบการณ์ทำงาน และ/หรือ วุฒิ
 การศึกษาตรงตามสายงาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 113 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์	3.91	.846	มาก
2) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต	4.04	.867	มาก
3) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	3.68	.855	มาก
4) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยี เกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต	3.73	.820	มาก
5) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดเจรจาทางธุรกิจ การตลาดและการขายงานให้กับลูกค้าขององค์กร	3.78	.864	มาก
รวม	3.83	.607	มาก

จากตาราง 4.105 พบว่าสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.04) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดเจรจาทางธุรกิจ การตลาดและการขายงานให้กับลูกค้าขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.78) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยี เกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.73) และ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 114 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการผลิตและดำเนินการสำหรับงานคอนเสิร์ต	3.68	.833	มาก
2) ต้องมีทักษะการวางแผนงานและกระบวนการทำงานสำหรับงานคอนเสิร์ต	3.95	.824	มาก
3) ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว เพื่อการเปลี่ยนแปลง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ	4.00	.836	มาก
4) ต้องมีทักษะการประสานงานและการนำเสนองานทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้ชัดเจน กระชับและมีตรรกะ	3.97	.868	มาก

5) ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงออกแบบ เป็นกระบวนการความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน	3.87	.842	มาก
รวม	3.89	.594	มาก

จากตาราง 4.106 พบว่าสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว เพื่อการเปลี่ยนแปลง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ต้องมีทักษะการประสานงานและการนำเสนองานทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้ชัดเจน กระชับและมีตรรกะ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ต้องมีทักษะการวางแผนงานและกระบวนการทำงานสำหรับงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.95) ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงออกแบบเป็นกระบวนการความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.87) และต้องมีทักษะการผลิตและดำเนินการสำหรับงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 115 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	3.92	.758	มาก
2) ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบงานคอนเสิร์ตและ ความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ	4.20	.712	มาก
3) ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึง ข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม	4.15	.765	มาก
4) ต้องมีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใส่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา	4.18	.772	มาก
5) ต้องมีความมุ่งมั่น พยายาม และเตรียมพร้อมในการทำงาน ล่วงหน้า	4.11	.880	มาก
รวม	4.11	.542	มาก

จากตาราง 4.107 พบว่าสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบงานคอนเสิร์ตและความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็น

ระบบ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ต้องมีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใฝ่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.18) ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยี ดิจิตอล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.15) ต้องมีความมุ่งมั่น พยายาม และเตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) และต้องมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 116 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์กร	4.02	.953	มาก
2) ต้องมีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์กร	4.29	.696	มากที่สุด
3) ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์กร	4.31	.700	มากที่สุด
4) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทยและต่างประเทศ	4.23	.754	มากที่สุด
5) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	4.29	.708	มากที่สุด
รวม	4.23	.585	มากที่สุด

จากตาราง 4.108 พบว่าสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.31) ต้องมีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์กร และ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.29) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทยและต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และ ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 117 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการปฏิบัติงานตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย	4.01	.828	มาก

2) ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน	4.32	.648	มากที่สุด
3) ต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ	4.29	.707	มากที่สุด
4) ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก	4.40	.746	มากที่สุด
5) ต้องมีทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ	4.32	.715	มากที่สุด
รวม	4.27	.508	มากที่สุด

จากตาราง 4.109 พบว่าสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านทักษะอยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.40) ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน และ ต้องมีทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และต้องมีทักษะการปฏิบัติงานตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 118 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)	\bar{X}	SD.	แปลผล
ด้านคุณลักษณะ			
1) ต้องมีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี	4.10	.825	มาก
2) ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม	4.22	.707	มากที่สุด
3) ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว	4.32	.722	มากที่สุด
4) ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ	4.42	.728	มากที่สุด
5) ต้องมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับงาน	4.30	.726	มากที่สุด
รวม	4.27	.509	มากที่สุด

จากตาราง 4.110 พบว่าสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.32) ต้องมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับงาน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ ต้องมีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 119 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้ในงานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.11	.724	มาก
2) ต้องมีความรู้ในการปฏิบัติงานธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.10	.781	มาก
3) ต้องมีความรู้นวัตกรรมและเทคโนโลยีธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.00	.813	มาก
4) ต้องมีความรู้การตลาดและการขายธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	4.14	.762	มาก
5) ต้องมีความรู้การคำนวณต้นทุนในการจัดงานคอนเสิร์ต	4.06	.871	มาก
รวม	4.08	.622	มาก

จากตาราง 4.111 พบว่าสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้การตลาดและการขายธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.05) ต้องมีความรู้ในงานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.89) ต้องมีความรู้ในการปฏิบัติงานธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.66) ต้องมีความรู้การคำนวณต้นทุนในการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ ต้องมีความรู้นวัตกรรมและเทคโนโลยีธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 120 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการจัดงานคอนเสิร์ตอย่างมืออาชีพ	3.90	.913	มาก
2) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต	4.01	.885	มาก
3) ต้องมีทักษะชีวิตและการบริการอย่างมืออาชีพ	4.20	.715	มาก
4) ต้องมีทักษะการสื่อสารและการประสานงาน	4.10	.788	มาก
5) ต้องมีทักษะการคิดสร้างสรรค์และการคิดอย่างเป็นระบบ	4.11	.764	มาก
รวม	4.06	.573	มาก

จากตาราง 4.112 พบว่าสมรรถนะองค์การ สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะชีวิตและการบริการอย่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ต้องมีทักษะการคิดสร้างสรรค์และการคิดอย่างเป็นระบบ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ต้องมีทักษะการสื่อสารและการประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 3.66) ต้องมีทักษะ

การบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.65) และต้องมีทักษะการจัดการงานคอนเสิร์ตอย่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 121 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะหลัก (Core Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.16	.794	มาก
2) ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ	4.28	.697	มากที่สุด
3) ต้องมีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่และรักในงานบริการ	4.31	.712	มากที่สุด
4) ต้องอุทิศตนให้กับงานและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า	4.44	.709	มากที่สุด
5) ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ	4.40	.679	มากที่สุด
รวม	4.32	.483	มากที่สุด

จากตาราง 4.113 พบว่าสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องอุทิศตนให้กับงานและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.44) ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ต้องมีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่และรักในงานบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ ต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 122 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้

สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้พื้นฐานในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ หรือธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	4.17	.826	มาก
2) ต้องมีความรู้เฉพาะตำแหน่งงานในแต่ละส่วนของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	4.26	.749	มากที่สุด
3) ต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน	4.33	.710	มากที่สุด

4) ต้องมีความรู้และแนวทางการตกแต่งสถานที่ ออกแบบแสง สี เสียง และริมงานคอนเสิร์ต	4.20	.765	มาก
5) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อกำหนด มาตรการความปลอดภัยและชีวอนามัยในการจัดงานคอนเสิร์ต	4.18	.774	มาก
รวม	4.23	.555	มากที่สุด

จากตาราง 4.114 พบว่าสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) ต้องมีความรู้เฉพาะตำแหน่งงานในแต่ละส่วนของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.26) ต้องมีความรู้และแนวทางการตกแต่งสถานที่ ออกแบบแสง สี เสียง และริมงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.20) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อกำหนด มาตรการความปลอดภัยและชีวอนามัยในการจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.18) ต้องมีความรู้พื้นฐานในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ หรือ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 123 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ

สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะเบื้องต้นการจัดงานคอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ และแบบผสมผสาน	4.17	.727	มาก
2) ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน	4.18	.758	มาก
3) ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ	4.12	.800	มาก
4) ต้องมีทักษะการเจรจาติดต่อสื่อสาร	4.15	.791	มาก
5) ต้องมีทักษะการนำเสนอและการเล่าเรื่อง	4.18	.795	มาก
รวม	4.16	.591	มาก

จากตาราง 4.115 พบว่าสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน และ ต้องมีทักษะการนำเสนอและการเล่าเรื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.18) ต้องมีทักษะเบื้องต้นการจัดงานคอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ และแบบผสมผสาน

(ค่าเฉลี่ย 4.17) ต้องมีทักษะการเจรจาติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 124 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความละเอียดรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน	4.19	.897	มาก
2) ต้องมีความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน	4.22	.828	มากที่สุด
3) ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ	4.40	.672	มากที่สุด
4) ต้องมีไหวพริบ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว	4.18	.838	มาก
5) ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม	4.22	.773	มากที่สุด
รวม	4.24	.601	มากที่สุด

จากตาราง 4.116 พบว่าสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ต้องมีความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน และ ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.22) ต้องมีความละเอียดรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ ต้องมีไหวพริบ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 125 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้

สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้าน ความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง)	4.10	.809	มาก
2) การบริหารจัดการสถานที่และการขนส่งสำหรับงานคอนเสิร์ต	4.25	.698	มากที่สุด
3) การบริหารจัดการฝูงชนและความปลอดภัยภายในงานคอนเสิร์ต	4.38	.686	มากที่สุด

4) การบริหารจัดการการลงทะเบียน การขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับงานคอนเสิร์ต	4.38	.757	มากที่สุด
5) การบริหารจัดการกำหนดตารางการทำงาน การจัดการ Line Up ศิลปิน แสง สี เสียง การจัดโซนนิ่ง ในงานคอนเสิร์ต	4.35	.709	มากที่สุด
รวม	4.29	.486	มากที่สุด

จากตาราง 4.117 พบว่าสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การบริหารจัดการฝูงชนและความปลอดภัยภายในงานคอนเสิร์ต และ การบริหารจัดการการลงทะเบียน การขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.38) การบริหารจัดการกำหนดตารางการทำงาน การจัดการ Line Up ศิลปิน แสง สี เสียง การจัดโซนนิ่ง ในงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.35) การบริหารจัดการสถานที่และการขนส่งสำหรับงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.25) และการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง) (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 126 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ

สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต	4.33	.632	มากที่สุด
2) ต้องมีทักษะการสื่อสารและประสานงาน	4.32	.731	มากที่สุด
3) ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม	4.28	.685	มากที่สุด
4) ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ	4.37	.689	มากที่สุด
5) ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์	4.30	.700	มากที่สุด
รวม	4.32	.519	มากที่สุด

จากตาราง 4.118 พบว่าสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.33) ต้องมีทักษะการสื่อสารและประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 127 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในงานจัดคอนเสิร์ต	4.18	.796	มาก
2) ต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รับมือกับสถานการณ์ความกดดัน และความเครียดที่เกิด หน้างานได้	4.29	.697	มากที่สุด
3) ต้องมีความคิดริเริ่มและการชี้แนะตนเอง มีความสามารถจัดการด้านเป้าหมายและเวลา ยืดหยุ่นสูง พร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ รวมถึงความละเอียดรอบคอบ	4.36	.702	มากที่สุด
4) ต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ พร้อมในการทำงาน ตั้งตัวอยู่เสมอ ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียดรอบด้าน	4.45	.713	มากที่สุด
5) ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ชยัน อดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน	4.41	.684	มากที่สุด
รวม	4.34	.497	มากที่สุด

จากตาราง 4.119 พบว่าสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ พร้อมในการทำงาน ตั้งตัวอยู่เสมอ ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียดรอบด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.45) ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ชยัน อดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน (ค่าเฉลี่ย 4.41) ต้องมีความคิดริเริ่มและการชี้แนะตนเอง มีความสามารถจัดการด้านเป้าหมายและเวลา ยืดหยุ่นสูง พร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ รวมถึงความละเอียดรอบคอบ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รับมือกับสถานการณ์ความกดดัน และความเครียดที่เกิดหน้างานได้ (ค่าเฉลี่ย 4.29) และต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในงานจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 128 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้

สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้ในการบริหารองค์กร	3.97	.859	มาก
2) ต้องมีความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์	4.07	.811	มาก
3) ต้องมีความรู้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	4.08	.872	มาก
4) ต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ	4.07	.819	มาก
5) ต้องมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือทางธุรกิจ	4.02	.806	มาก
รวม	4.04	.695	มาก

จากตาราง 4.120 พบว่าสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.08) ต้องมีความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ต้องมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือทางธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และต้องมีความรู้ในการบริหารองค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 129 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ

สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการวางแผนงาน พัฒนาระบบการทำงานและดำเนินการแผนการจัดการงาน	4.00	.881	มาก
2) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์	4.37	.659	มากที่สุด
3) ต้องมีทักษะภาษาอังกฤษระดับปานกลาง-สูง ทั้งด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน	4.19	.705	มาก
4) ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ	4.35	.677	มากที่สุด
5) ต้องมีทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	4.25	.725	มากที่สุด
รวม	4.23	.471	มากที่สุด

จากตาราง 4.121 พบว่าสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านทักษะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ต้องมีทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.25) ต้องมีทักษะภาษาอังกฤษระดับปานกลาง-สูง ทั้งด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ ต้องมีทักษะการวางแผนงาน พัฒนาระบบการทำงานและดำเนินการแผนการจัดการงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 130 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เครื่องมือใหม่ในการบริหารงาน	4.02	.792	มาก
2) ต้องมีความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในตนเอง	4.10	.807	มาก
3) ต้องมีความเป็นผู้นำในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ส่งเสริมให้คนในองค์กรเรียนรู้จากผิดพลาด	4.11	.807	มาก
4) ต้องมีความสามารถคิดสร้างสรรค์ รู้จักวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ตรรกะ เหตุผลในการประเมินปัญหาอย่างรอบด้าน สามารถปรับเปลี่ยนความคิด ไฉม่น้าว และปลุกกระดมทีมงาน รวมถึงเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของทีมงาน	4.17	.764	มาก
5) ต้องมีความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีคุณค่าและการเพิ่มผลผลิตและการรู้รับผิดชอบ	4.27	.708	มากที่สุด
รวม	4.13	.596	มาก

จากตาราง 4.122 พบว่าสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีคุณค่าและการเพิ่มผลผลิตและการรู้รับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ต้องมีความสามารถคิดสร้างสรรค์ รู้จักวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ตรรกะ เหตุผลในการประเมินปัญหาอย่างรอบด้าน สามารถปรับเปลี่ยนความคิด ไฉม่น้าว และปลุกกระดมทีมงาน รวมถึงเปิด

โอกาสและรับฟังความคิดเห็นของทีมงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ต้องมีความเป็นผู้นำในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ส่งเสริมให้คนในองค์กรเรียนรู้จากผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 4.11) ต้องมีความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.10) และต้องมีความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เครื่องมือใหม่ๆในการบริหารงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 131 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้

สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจคอนเสิร์ต	3.70	.811	มาก
2) ต้องมีความรู้ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	3.81	.843	มาก
3) ต้องมีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ	3.71	.869	มาก
4) ต้องมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมข้ามชาติ	3.75	.776	มาก
5) ต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	3.83	.846	มาก
รวม	3.76	.822	มาก

จากตาราง 4.123 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านความรู้ อยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.83) ต้องมีความรู้ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.81) ต้องมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมข้ามชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ต้องมีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 132 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ

สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีทักษะการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจจัดคอนเสิร์ต	3.58	.833	มาก
2) ต้องมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ	4.15	.729	มาก
3) ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองในธุรกิจ	4.23	.712	มากที่สุด
4) ต้องมีทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ	4.36	.733	มากที่สุด
5) ต้องมีทักษะผู้นำทางธุรกิจสมัยใหม่ (Agile Leadership)	4.08	.806	มาก
รวม	4.08	.496	มาก

จากตาราง 4.124 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านทักษะอยู่ในระดับโดยรวมมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองในธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ต้องมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ต้องมีทักษะผู้นำทางธุรกิจสมัยใหม่ (Agile Leadership) (ค่าเฉลี่ย 4.08) และต้องมีทักษะการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 133 ค่าเฉลี่ย และแปลผลสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ

สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต	4.10	.817	มาก
2) ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบและมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต	4.25	.700	มากที่สุด
3) ต้องมีความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจและอัปเดตองค์ความรู้ใหม่อย่างสม่ำเสมอ	4.33	.719	มากที่สุด
4) ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการและยึดมั่นในมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ	4.41	.757	มากที่สุด
5) ต้องมีความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ	4.37	.693	มากที่สุด
รวม	4.29	.496	มากที่สุด

จากตาราง 4.125 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการและยึดมั่นในมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.41) ต้องมีความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ต้องมีความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและอัปเดตองค์ความรู้ใหม่อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบและมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.25) ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต (ค่าเฉลี่ย 4.10) ตามลำดับ

ตารางที่ 134 ค่าเฉลี่ย และแปลผลขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)

ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.27	.563	มากที่สุด
2) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.28	.536	มากที่สุด
3) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.21	.621	มากที่สุด
4) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ตการสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ และทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	3.84	.807	มาก
5) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.22	.723	มากที่สุด
รวม	4.16	.446	มากที่สุด

จากตาราง 4.126 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ตการสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ และทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 135 ค่าเฉลี่ย และแปลผลขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)

ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)	\bar{X}	SD.	แปลผล
1) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องใช้ความรู้ และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.47	.640	มากที่สุด
2) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องรับรู้ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.39	.713	มากที่สุด
3) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทศนคติ คุณลักษณะส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.38	.698	มากที่สุด

4) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.44	.554	มากที่สุด
5) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	4.42	.572	มากที่สุด
รวม	4.42	.429	มากที่สุด

จากตาราง 4.127 พบว่าสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องใช้ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.47) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.44) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.42) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องรับรู้ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.39) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทัศนคติ คุณลักษณะส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อหาค่าอำนาจพยากรณ์ของมาตรฐานสมรรถนะ

ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ตารางที่ 136 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นต่อน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน

R	R ²	Adjusted R ²	SE _{est}	Durbin-Watson
.765 ^a	.543	.538	.740	.349

หมายเหตุ: Predictors: (Constant), มาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต, Dependent variable: ชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต, * $p < 0.05$

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.128 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีค่าอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 0.543 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สามารถร่วมกันพยากรณ์ปัจจัยที่ทำให้เกิดชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตได้ในระดับปานกลาง ร้อยละ 54.3 โดยมีค่าผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการพยากรณ์โดยเฉลี่ย (SE_{est}) เท่ากับ 0.740

ตารางที่ 137 แสดงค่าแปรปรวนมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตต่อชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	118.972	8	41.987	110.798	.000
Residual	151.337	391	.520		
Total	282.399	399			

หมายเหตุ: Dependent variable: ชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต; Predictors: (Constant), มาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.129 พบว่า มีตัวแปรอิสระมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 8 ตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า มาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ตารางที่ 138 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตต่อชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

Model	Standardized			
	Unstandardized Coefficients	Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.126	.153		7.832	.000
PC	.202	.077	.221	2.744	.009
JC	.303	.076	.318	3.971	.000
OC	.144	.062	.164	2.308	.022
CC	.189	.069	.201	2.457	.008
FC	.213	.080	.231	2.799	.009
MC	.156	.068	.175	2.300	.012
LC	.205	.077	.224	2.781	.008
BC	.175	.056	.194	2.431	.010

หมายเหตุ: Predictors: (Constant), มาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต, Dependent variable: ชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต, *p<0.05

จากตารางที่ 4.130 เมื่อพิจารณาตัวแปรมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต พบว่า มีตัวแปร 8 ตัวที่มีอิทธิพลทางบวกต่อชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ได้แก่ สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) มีอิทธิพลสูงสุดตามลำดับ กล่าวคือ เมื่อจำนวนหน่วยของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) เพิ่มขึ้น 0.318 หน่วย (31.8 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) เพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้น 0.231 หน่วย (23.1 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) 0.224 หน่วย (22.4 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) เพิ่มขึ้น 0.221 หน่วย (22.1 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) เพิ่มขึ้น 0.201 หน่วย (20.1 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) เพิ่มขึ้น 0.194 หน่วย (19.4 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) เพิ่มขึ้น 0.175 หน่วย (17.5

เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) เพิ่มขึ้น 0.164 หน่วย (16.4 เปอร์เซ็นต์) ตามสมการถดถอยพหุคูณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 5) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 5 เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) คัดเลือกจากผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 8-12 ท่าน เพื่อระดมความคิดเห็น เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากการสัมภาษณ์ในภาพรวม ผู้บริหารมีความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวว่า การปรับตัวคือหัวใจสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการไม่ซบเซาทุกสถานการณ์ โดยเฉพาะภายใต้การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตั้งแต่การดำเนินชีวิต ไปจนถึงภาคธุรกิจไมซ์ รวมถึงรูปแบบของการจัดการ และการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจจึงต้องปรับตัว ทั้งการนำสิ่งใหม่ ทักษะใหม่ที่สำคัญมาปรับใช้ เรื่องสำคัญคือการต่อยอดจากพื้นฐานที่มีอยู่ให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการดำเนินการทุกอย่างในการดำเนินงานในธุรกิจไมซ์มีการปรับรายละเอียดการจัดงานทั้งหมดทักษะบางอย่างแบบเดิมไม่เพียงพอสำหรับยุคปัจจุบัน บางอย่างต้องเพิ่มเติมจากเดิมที่เป็นสมรรถนะรอง กลายเป็นสมรรถนะหลักที่จะช่วยสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ และที่สำคัญคือเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพราะเชื่อว่าความต้องการของลูกค้าก็ย่อมเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ดังนั้นปัจจัยสำคัญที่สำคัญไม่แพ้หลายสิ่งทีกล่าวมาคือ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจ ที่ถือว่าผู้ขับเคลื่อนธุรกิจ เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้งานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ การพูดคุยกันในครั้งนี้เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการหาแนวทางร่วมกันในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจไมซ์ และเฉพาะเจาะจงที่ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต โดยจากการสัมภาษณ์ภาพรวมสรุปได้ว่า สิ่งสำคัญที่สุดนอกจากการปรับตัว การเปลี่ยนความคิด ปรับมุมมอง วิธีคิดกับเหตุการณ์ในอดีต เริ่มจากการปรับมุมมองให้พร้อมรับมือ แล้วพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ตามทันกระแสปัจจุบัน และสามารถยืนหยัดได้ในทุกสถานการณ์ ยังมีปัจจัยที่สำคัญอีกสองประการ

1. ทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล สำหรับยุคโลกาภิวัตน์ ต้องยอมรับว่าโลกเราเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จากการพัฒนาแบบก้าวกระโดดของเทคโนโลยี การพัฒนาความรู้ของบุคลากรในองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้มากขึ้นไปอีกขั้นจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็น การพัฒนาทักษะบุคลากรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ถือเป็นวิธีหนึ่งที่ตอบโจทย์การทำงานในสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเข้ารับบริการผ่านวิดีโอคอลแบบรายบุคคล การถ่ายทอดสดผ่านสื่อออนไลน์ หรือการให้บริการผ่านมุมมองเสมือนจริง (VR) ทำให้องค์กรเกิดความมั่นใจว่า บุคลากรจะมีความเชี่ยวชาญในการใช้ทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลมากเพียงพอ ที่จะให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ องค์กรจึงต้องนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาปรับใช้มากขึ้น เพราะการต่อยอดจากพื้นฐานที่มีอยู่ในมือเป็นเรื่องสำคัญ การจัดงานในรูปแบบผสมผสานต้องใช้ทักษะและเครื่องมือการทำงานที่ซับซ้อนมากกว่าแบบเดิม มีการนำเทคนิคต่าง ๆ มาช่วยบูรณาการในการทำงานมากขึ้น มีการประสานงานจากหลายแผนกมากขึ้น เนื่องจากมีการปรับรายละเอียดการจัดงาน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยให้ผู้ร่วมงานได้รับประสบการณ์ที่ดีไม่ต่างกับการเข้าร่วมงานจริงเป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะการใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ และที่สำคัญช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังนั้นในฐานะผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องมองหาช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดงานให้มีความน่าสนใจ น่าติดตาม ตอบโจทย์ตามที่ลูกค้าต้องการ

ทักษะสำคัญความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แพลตฟอร์มการให้บริการต่าง ๆ ที่ไม่ใช่แค่ใช้เป็นเท่านั้น ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจจะต้องรู้จริง และสามารถใช้ความรู้ที่ช่วยเหลือลูกค้าให้ใช้บริการแพลตฟอร์มอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งเทคนิคที่ช่วยให้งานออกมาสมบูรณ์แบบสร้างสรรค์และสามารถสร้างลูกเล่นใหม่ ๆ ได้อย่างหลากหลาย สะดวกและปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งเมื่อก่อนเราพึ่งพา Production ที่จับต้องได้เป็นหลัก เราไม่ได้ให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มออนไลน์เท่าที่ควร ในสถานการณ์ปัจจุบันจึงเกิดความเปลี่ยนแปลงลำดับความสำคัญกัน ดังนั้นผู้ประกอบการต้องทราบบอกว่าสถานการณ์แบบนี้ควรให้ความสำคัญกับทักษะไหน ซึ่งตรงนี้จะส่งผลต่อการพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่ทรัพยากรมนุษย์เดิม และการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ใหม่ที่เหมาะสมกับรูปแบบภาระงานที่เปลี่ยนไป

2. ทักษะการทำงานและการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรและการให้บริการลูกค้า อีกหนึ่งทักษะที่ต้องเรียนรู้ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันคือ เทคโนโลยีในการทำงานบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ทั้งการทำงานภายในองค์กรและการให้บริการลูกค้า เมื่อเทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว แน่หนอนว่าสิ่งที่เปลี่ยนแปลงตามมาก็คือ ความต้องการในตลาดแรงงานโลก และเมื่อทักษะ

เดิม ๆ ที่มีอยู่ของพนักงานในองค์กรไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด การ Reskill เพื่อเพิ่มทักษะใหม่ ๆ จึงเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับองค์กรที่ต้องการยกระดับบุคลากร ให้พร้อมรับสถานการณ์และตอบโต้ความต้องการของตลาดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเรียนหลักสูตรทั่วไปที่ไม่มีค่าใช้จ่ายจากหลากหลายบริษัท หรือหลักสูตรเฉพาะทางสำหรับการฝึกฝนทักษะขั้นสูง โดยสามารถพิจารณาความเหมาะสมจากความต้องการขององค์กรและความจำเป็นต่อหน้าที่ เพื่อให้ทักษะที่เรียนรู้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานสูงสุด การวางแผนระบบการทำงานภายในองค์กร ที่ต้องปรับตัวใช้เทคโนโลยีเข้ามาผสมผสาน เช่น แพลตฟอร์มทำงานออนไลน์อย่าง Slack หรือ Microsoft Team นอกจากจะช่วยให้การทำงานภายในองค์กรสะดวกมากขึ้นแล้ว ยังเป็นการอัปเดตความรู้ให้ทันกระแสอยู่ตลอดเวลา พร้อมรับทุกสถานการณ์ ทักษะนี้ช่วยให้องค์กรต้องอัปเดตความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลตลอดเวลา และแบ่งปันข้อมูลเหล่านี้ภายในทีมอย่างสม่ำเสมอ แต่สิ่งสำคัญคือ ผู้บริหารต้องมีความพร้อมที่จะสนับสนุน พนักงานไม่จำเป็นการเรียนจากหลักสูตรระยะสั้นต่าง ๆ หรือการจัดอบรมภายในโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มทักษะความสามารถของบุคลากรในองค์กรให้ตรงกับหน้าที่ใหม่ที่จำเป็น นอกเหนือจากความรู้ด้านเทคโนโลยีที่องค์กรจัดให้พนักงานได้เรียนรู้แล้ว องค์กรควรให้โอกาสบุคลากรในการเสนอทักษะการเรียนรู้ใหม่ ๆ ที่เห็นว่ามีความประโยชน์และเพิ่มศักยภาพในการทำงาน เช่น ความรู้ด้านโปรแกรมหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ใหม่ นอกจากการเรียนรู้ทักษะด้วยตัวเองจากหลักสูตรต่าง ๆ ภายนอกแล้ว การจัดอบรมหรือการออกแบบโปรแกรม Reskill และ Upskill ให้พนักงาน โดยเฉพาะภายในองค์กร ก็เป็นปัจจัยที่มีประโยชน์ไม่แพ้กัน ไม่ว่าจะเป็นการเชิญบุคลากรที่มีทักษะขั้นสูงภายในองค์กรมาเป็นผู้อบรม หรือการเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก สามารถช่วยยกระดับทักษะของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และช่วยให้การทำงานครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและบุคลากรอีกด้วย ดังนั้นบริษัทเองจึงต้องวางแผนลงทุนและให้การสนับสนุนพนักงานในองค์กรอย่างเต็มที่ เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะเพิ่มเติมได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ สิ่งสำคัญที่สุดคือเพื่อปรับเปลี่ยนการทำงานและพัฒนาทักษะของพนักงานให้เกิดความรู้ความสามารถที่เท่าทันกับอนาคต สำหรับเตรียมรับมือกับความท้าทายใหม่ ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ยังเป็นการลดต้นทุนในการจ้างงานเพิ่ม และเป็นการสร้างความจงรักภักดีของบุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กรอีกด้วย

4.5.2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในประเด็นสมรรถนะที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

4.5.2.1 ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)

1. ด้านความรู้ ประกอบด้วย ความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ แบบผสมผสาน และ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์กร ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร

1. 1 ความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน โดยผู้ประชุมกลุ่มย่อยมีความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวคือ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจผู้รับจัดงานคอนเสิร์ต ต้องมีความรู้พื้นฐานใน อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน กล่าวคือ ความรู้นี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างพื้นฐานความเข้าใจเกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรม โดยมาจากการศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างๆที่เปิดสอนหลักสูตรเหล่านี้ ทรัพยากรมนุษย์ที่จบสายตรงในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้องจะมีความรู้ ความเข้าใจ ขั้นพื้นฐานที่ดีกว่าเมื่อเข้าสู่การทำงาน เพราะมีทั้งความรู้ในเชิงทฤษฎีในชั้นเรียน และการเรียนรู้ภาคปฏิบัตินอกห้องเรียน นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอให้สถาบันการศึกษานำแนวทาง วิธีการเรียนแบบ Work-Based Learning (WBL) คือ การเรียนรู้โดยใช้การทำงานเป็นฐาน ซึ่งมี สัดส่วนการทำงานในสถานประกอบการเสมือนพนักงานจริงมากกว่าการเรียนในรูปแบบปกติที่เวลาส่วนใหญ่จะอยู่ในห้องเรียนของสถาบันการศึกษา โดยเป็นการผสมผสานระหว่างภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติเข้าด้วยกัน นั่นคือ ความรู้บวกประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ การวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ที่สำคัญการเรียนและการปฏิบัติงานจะต้องอยู่ในช่วงเวลาเดียวกัน จนสามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงานได้ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ในหลักสูตร และส่งผลดีต่อนักศึกษา

ทั้งนี้อาจขอความร่วมมือ หรือ ทำข้อตกลงร่วมกันกับองค์กรภาคเอกชนในการจัดทำหลักสูตรร่วมกัน ซึ่งมีความสำคัญในการเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานให้แก่นักศึกษา เพื่อสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพทั้งในเชิงวิชาการและสามารถปฏิบัติงานได้จริง โดยเน้นการเรียนทฤษฎีควบคู่กับการปฏิบัติงาน โดยในยุคปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้เลยว่าโลกของธุรกิจมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ไม่เว้นแม้แต่อุตสาหกรรมต่างๆที่เร่งพัฒนากันในระดับเรียลไทม์ โดยมีนวัตกรรมที่ทันสมัย อย่างในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ คอนเสิร์ต ในช่วงปีที่ผ่านมาเกิดนวัตกรรม เทคโนโลยีมากมายที่เข้ามามีส่วนทั้งในด้านของการทำงานในองค์กรและการทำงานในวิชาชีพ ดังนั้น หลักสูตร

ควรเพิ่มเวลาการเรียนรู้คู่การปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ การเตรียมความพร้อมนักศึกษา เพื่อที่จะเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพสู่ตลาดแรงงานด้านไอที อีเวนต์และการบริการ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตควรมีองค์ความรู้ใหม่นี้เพื่อทันต่อความเปลี่ยนแปลง หลักสูตรการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวตามสถานการณ์ พนักงานที่อยู่ในองค์กรก็ต้องช่วยตัว ปรับเปลี่ยนได้ เช่น การจัดกิจกรรมทั้งแบบออนไลน์และออนไลน์ และแบบผสมผสานที่กำลังเป็นที่ต้องการของลูกค้า ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดอีเวนต์ระดับโลก ได้เปิดเผยข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการจัดงานอีเวนต์ในอนาคตที่กำลังจะมาถึง โดยได้ระบุว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มของการค้นหา Hybrid Event ผ่านเว็บไซต์เพิ่มขึ้นถึง 100 เท่า นอกจากนี้ ยังได้ระบุเพิ่มเติมว่า 71% ของการจัดอีเวนต์จะมุ่งพัฒนาไปที่อีเวนต์ที่สามารถเชื่อมโยงกับระบบดิจิทัลได้ และในปี 2023 หรือในอนาคตอีกหลายปีข้างหน้า เมื่อ Metaverse ใช้งานได้อย่างสมบูรณ์ การจัดอีเวนต์ในรูปแบบผสมออฟไลน์ออนไลน์จะยิ่งได้รับความนิยมสูงขึ้นไปอีก อุตสาหกรรมไอทีเป็นธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตขึ้น นอกจากนี้ยังเกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาและลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและทุกภูมิภาคทั่วประเทศ และที่สำคัญอุตสาหกรรมไอทีก่อให้เกิดการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นปัจจุบันอุตสาหกรรมไอทียังคงเติบโตและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กระจายการจัดงานไปทั่วประเทศ การมีเทคโนโลยี นวัตกรรมที่ทันสมัยและอาศัยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันยุคสมัย จะทำให้อุตสาหกรรมไอทีนั้นเป็นหนึ่งในธุรกิจหลักที่น่าจับตามองทั้งในปัจจุบันและอนาคตในระดับประเทศและนานาชาติ ผู้ที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมคือ ทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ความเข้าใจทั้งในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร โดยผู้ประชุมกลุ่มย่อยมีความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า แนนอนว่าองค์การแต่ละแห่งย่อมต้องการพนักงานที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน และปัจจัยที่จะช่วยให้พนักงานสามารถทำงานให้ประสพผลสำเร็จ นั้นก็คือ ความสามารถ หรือ Competency ของพนักงาน ซึ่งความสามารถนั้นจะประกอบไปด้วย ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Attributes) ที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งงาน และในส่วนของความรู้นั้นโดยส่วนใหญ่จะพูดกันถึงความรู้เฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับการทำงานนั้น ๆ โดยตรง ซึ่งความรู้ในสายวิชาชีพหนึ่งย่อมต้องแตกต่างจากความรู้ในอีกสายวิชาชีพหนึ่ง แต่สิ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่ากันคือ

ทรัพยากรมนุษย์หรือพนักงานทุกคนที่อยู่ในองค์กรควรจะรู้จักองค์การให้ดีพอก่อนซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับองค์การที่คุณควรศึกษาและควรทำความเข้าใจให้มากนั้น จะประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ วัตถุประสงค์ ภารกิจ เป้าหมาย นโยบาย และกลยุทธ์ธุรกิจขององค์กร โครงสร้างองค์การ โครงสร้างตำแหน่งงาน และลักษณะธุรกิจขององค์กร ผู้บริหารระดับสูงที่ดูแลรับผิดชอบในสายงานต่าง ๆ และที่สำคัญอีกหนึ่งสิ่งคือ วัฒนธรรม ความเชื่อ และสิ่งที่ประพฤติปฏิบัติของพนักงาน โดยส่วนใหญ่ เพราะความรู้อย่างนี้จะทำให้คุณสามารถกำหนดเป้าหมายในการทำงานทั้งของตนเองและของหน่วยงานให้ตอบสนองต่อเป้าหมายและสิ่งที่องค์กรคาดหวังและต้องการให้เกิดขึ้น รวมทั้งจะทำให้คุณเตรียมความพร้อมและวางกลยุทธ์ในการปฏิบัติตนให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรที่คุณทำงานอยู่ ความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับงานเฉพาะด้านเพียงอย่างเดียวนั้นอาจไม่เพียงพอที่จะทำให้คุณประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานได้ หากคุณยังไม่มีหรือขาดความรู้พื้นฐานที่จำเป็นทั้งในเรื่องของ องค์การ สินค้าและบริการ ลูกค้า และ คู่แข่ง เหตุเพราะความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยทำให้คุณมีข้อมูลมากพอที่จะหาวิธีการหรือแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้า และสร้างความได้เปรียบในเชิงของการแข่งขันกับคู่แข่งของตนเอง ทั้งนี้เพื่อจุดประสงค์หลักในการตอบสนองต่อเป้าหมายหรือสิ่งที่องค์กรคาดหวังให้เกิดขึ้น

2. ด้านทักษะ ประกอบด้วย ทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต การสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ ทักษะความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต

2.1 ทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต การสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ และทักษะความคิดสร้างสรรค์ ทักษะเหล่านี้เป็นทักษะสำคัญที่จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้แก่องค์กร ทั้งในแง่ของขีดความสามารถในการแข่งขันภายนอก และสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมการทำงานภายในองค์กรด้วย ยิ่งในยุคของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้การดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบใหม่ที่เราไม่เคยคาดคิดมาก่อน ชุดความรู้เดิมที่เคยประสบความสำเร็จในอดีต อาจไม่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน การพัฒนาทักษะทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่และเพิ่มพูนทักษะใหม่ ๆ ทั้งด้านความรู้ที่ใช้ในการทำงาน (Hard skills) และด้านอารมณ์และสังคม (Soft skills) จึงเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับคนทำงาน รวมถึงองค์กรในยุคนี้ แน่แน่นอนว่าทักษะพื้นฐานที่สำคัญที่สุดสำหรับการปฏิบัติงานคือ ทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต เพราะเป็นหลักของการดำเนินธุรกิจ ที่มีความเฉพาะเจาะจงและมีความซับซ้อนอยู่มาก นอกจากทักษะในงานแล้ว การสร้างขีด

ความสามารถระดับองค์กรต้องอาศัยทักษะสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่น อีกทั้งยังต้องการความคิดสร้างสรรค์และการคิดนอกกรอบ ในการสร้างไอเดียเพื่อแก้ปัญหา รวมทั้งสามารถถ่ายทอดไอดีนั้นออกมาให้ได้ นอกจากนี้ยังต้องสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นที่มีความสามารถหลากหลายและมีความแตกต่างกัน เพื่อแก้ปัญหาร่วมกันให้ได้ ซึ่งบ่งบอกคุณลักษณะสำคัญของงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ที่ทุกคนในทีมต้องสามารถสื่อสาร ประสาน สอดรับ ปฏิบัติงานร่วมกันได้ เหมือนเป็นหนึ่งผืนผ้าเดียวกันที่รวบรวมเหล่าแวนเจอรี้ไว้ในทีม และทักษะความเป็นผู้นำ ซึ่งความเป็นผู้นำไม่ใช่แค่ทักษะของการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ แต่หมายถึงการเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจและทำให้คนในทีมใช้ศักยภาพที่ตนมีได้อย่างเต็มที่มากที่สุด ทักษะความเป็นผู้นำจะทำให้คุณบริหารจัดการงานในขอบเขตความรับผิดชอบของคุณไม่ว่าจะเป็นโปรเจกต์ต่างๆ หรืองานที่คุณต้องทำร่วมกับผู้อื่นให้สามารถเดินหน้าต่อไปได้ รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้เพื่อนร่วมงานของคุณมีส่วนร่วมกับงานและใช้ความสามารถของพวกเขาที่งานที่คุณดูแลอยู่ได้มากขึ้น

2.2 ทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต โดยผู้ประชมกลุ่มย่อยเห็นด้วยกับผลการศึกษาดังกล่าว ความต้องการของตลาดแรงงานเปลี่ยนไป ทักษะต่างๆที่เป็นการทำซ้ำๆ ไม่เพียงพออีกต่อไป เพราะคอมพิวเตอร์สามารถทำแทนได้ และทักษะด้านการเข้าถึงสังคมและอารมณ์ และความต้องการที่มีต่ออาชีพที่มีทักษะเหล่านี้มีเพิ่มขึ้น ในหลายปีที่ผ่านมามีให้องค์กรธุรกิจต่างมองหาทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้และทักษะในการเรียนรู้สิ่งใหม่อย่างรวดเร็ว ทักษะการใช้ชีวิตให้เหมาะกับบริบทของโลกปัจจุบัน ทักษะในการจัดการกับความท้าทายในชีวิต และทักษะการรับมือกับโลกที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมาก่อนถือเป็นแต้มต่อสำหรับการรับเข้าทำงาน คุณสมบัติของทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่ต้องเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์และผู้สร้างนวัตกรรมที่หุ่นยนต์แทนที่ไม่ได้ให้ ได้ เพราะอาชีพที่จะหายไปก่อนคืออาชีพที่ไม่ใช้ความซับซ้อนในการวิเคราะห์และตัดสินใจ ดังนั้นกลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็น ได้แก่ การใช้ภาษา การคำนวณ) การใช้เทคโนโลยี การมีความคิดแบบวิทยาศาสตร์กับสิ่งรอบตัว การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม หรือแม้กระทั่ง การจัดการด้านการเงิน ที่รวมไปถึง วิธีการเป็นผู้ประกอบการ ก็นับเป็นทักษะที่จำเป็นทั้งต่อการทำงานในอุตสาหกรรม และจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันด้วย หากพูดถึงประเด็นของการมีประสบการณ์การทำงานมาก่อนที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงานนั้น ตามที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการและสถาบันการศึกษาในการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรที่มุ่งเน้นความรู้ด้านการให้ประสบการณ์ทำงานจริงแก่นักศึกษามากกว่าการเรียนทฤษฎีในห้องเรียน

เท่านั้น หลักสูตรการศึกษาทางฝั่งไมซ์ การบริการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อีเวนต์ ต้องตระหนักถึงความสำคัญด้านนี้และเร่งดำเนินการเพื่อผลิตบัณฑิตที่ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ ซึ่งการทำเช่นนั้นเป็นผลดีกับทุกฝ่าย ในภาพรวมคือ เป็นผลดีกับการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วย

3. ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วย การมีความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ โดยผู้ประกอบการกลุ่มย่อยเห็นด้วยกับผลการศึกษาดังกล่าวและให้ความเห็นว่า คุณลักษณะที่จะส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรสามารถแบ่งออกเป็นสองมิติคือ 1. มิติของผู้นำองค์กรในยุคปัจจุบัน และ 2. มิติของทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบันและอนาคต โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบมากที่สุดที่ทำให้ทุกองค์กรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตต้องทบทวนทั้งอุตสาหกรรมคือ เหตุการณ์และสิ่งที่ไม่สามารถคาดเดาได้อย่าง COVID-19 นั้นส่งผลให้ผู้นำองค์กรตระหนักถึงรูปแบบองค์กรรวมมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับผลกระทบของการดำเนินการทุกด้านที่มีต่อการรับรู้ถึงความยืดหยุ่นขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงมุมมองว่าธุรกิจส่วนใดมีผลกระทบมากที่สุดต่อความยืดหยุ่นขององค์กร ในขณะที่ผู้นำแบบ Agile ยังคงเป็นปัจจัยที่ชัดเจน ซึ่งเป็นองค์ประกอบของบุคลากรและกระบวนการที่ทำให้เห็นถึงการรับรู้ความสำคัญเพิ่มขึ้นมากที่สุด ความยืดหยุ่นขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความมั่นใจว่าผู้นำทางธุรกิจยังคงพร้อมสำหรับอนาคต และบทบาทของผู้นำในองค์กรยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนไปจากผู้สั่งผู้พูด กลายเป็นผู้รับฟังพร้อมกับเป็น ‘ผู้ถ่ายทอดความรู้’ และเป็น ‘ผู้สร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้’ โดยหน้าที่ของผู้บริหาร หรือผู้นำนั้นจะไม่ใช้การแค่มาสอน หรือมาสั่งอีกต่อไป แต่จำเป็นต้องใช้กระบวนการที่ให้พนักงาน ลูกน้องผู้ปฏิบัติได้ฝึกฝนผ่านการลงมือทำจริง ทำร่วมกัน เป็นทีมเดียวกันและเป็นผู้ให้คำแนะนำและแนะแนวทางแทน สร้างการมีส่วนร่วม สภาพแวดล้อมการทำงานที่สร้างสรรค์ เปิดโอกาส และยอมรับความคิดเห็นของพนักงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงการพิจารณาและเปิดโอกาสให้ความคิดเห็นนั้นนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานได้จริง โดยผู้บริหาร หรือผู้นำต้องขับเคลื่อนให้เกิดรูปแบบของกระบวนการที่จำเป็นในการสร้างการเรียนรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่องค์กรต้องการ

ในมิติของทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบันและอนาคต สิ่งที่สำคัญในการทำงานแบบมีอาชีพคือเรื่องของ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย แต่สิ่งที่จะทำให้บุคคลสามารถดำเนินกิจกรรม หรือทำงานได้อย่างมีความสุขไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์อย่างไรคือ การเป็นคนที่สามารถเรียนรู้และปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่หลายองค์กรมองหา สิ่งนี้นั้นจะเป็นตัวช่วย

ที่ทำให้พนักงานคนนั้น ๆ สามารถเติบโตในแต่ละบทบาทอาชีพของตัวพนักงาน ถ้าอธิบายง่าย ๆ ให้เห็นภาพก็คือการที่พนักงานคนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสามารถทำงานได้ราบรื่น ด้วยตนเองและกับทีมได้ แม้สถานการณ์จะไม่ได้เป็นอย่างที่คาดหวัง ดังนโลกยุคปัจจุบันที่ทุกอย่างเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมากกว่านั้นการทำงานในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ตทุกอย่างสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะความต้องการของลูกค้าที่คนทำงานไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า ฉะนั้นองค์กรหรือผู้ที่จะอยู่รอดได้ก็ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการรับมือกับความไม่แน่นอน

4.5.2.1 ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)

1. ด้านความรู้ ประกอบด้วย ความรู้ในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง และ ความรู้และความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ

1.1 ความรู้ในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง ความรู้คือสิ่งสำคัญที่ทำให้ทรัพยากรมนุษย์สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความรู้ คือสิ่งที่บุคลากร หรือทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรสั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน หรือจากการค้นคว้าหรือจากประสบการณ์ทำงาน และสามารถนำความรู้นั้นนำไปสู่การปฏิบัติงานได้ตามตำแหน่งที่รับผิดชอบหรือเชี่ยวชาญ นอกจากนี้ความรู้ในการปฏิบัติงานตามตำแหน่งงานแล้วทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องมีความเข้าใจแนวคิดและเครื่องมือทางธุรกิจ ที่จะเป็ประโยชน์ให้กับคนทำงานทุกคนในอุตสาหกรรมอีเวนต์ การมีความรู้พื้นฐานทางธุรกิจที่ดีจะสร้างความมั่นใจให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังสร้างโอกาสการทำงานอีกมากมาย รวมถึงต้องมีความพยายามที่จะเรียนรู้ความรู้ใหม่ๆ ของอุตสาหกรรมและธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อก้าวทันผู้อื่นในยุคที่มีการเกิดขึ้นของสิ่งใหม่ตลอดเวลา อีกทั้งองค์กรต่างก็ต้องการคนที่มีความรู้ที่พร้อมต่อการปฏิบัติงาน ทุกวันนี้มีช่องทางในการเรียนรู้มากมาย ทั้งแบบออนไลน์ และจากประสบการณ์ทำงาน โดยการนำสิ่งที่ได้เรียนรู้มาปรับใช้ และลงมือทำในชีวิตจริงนั้นสำคัญมากกว่า อยากให้คนทำงานทุกคนจึงจำไว้ว่า ความรู้ต่าง ๆ อยู่รอบตัวเราเสมอ และการเรียนรู้ก็เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต คนทำงานทุกคนคงไม่มีใครอยากย่ออยู่กับที่ ไม่พัฒนาตัวเองให้ดีขึ้นกว่าเดิม จงทำตัวเป็นน้ำครึ่งแก้วจึงเป็นคติประจำใจที่ใช้ได้ดีเสมอ เพราะเราสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในทุกวันของการทำงาน และองค์กรทุกวันนี้ก็ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรอยู่ไม่น้อย เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสพัฒนาฝีมือและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 ความรู้และความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ ในโลกการทำงานปัจจุบันที่การแข่งขันสูงมากขึ้น หากเรามีความสามารถในระดับธรรมดา แน่แน่นอนว่าสัก

วันหนึ่งอาจมีใครขึ้นมาแทนที่เราก็เป็นไปได้ การทำแต่ในสิ่งที่คนอื่นทำได้ ถือเป็นความเสี่ยงอย่างหนึ่งในการทำงาน เพราะหากวันหนึ่งเงินเดือนเราสูงขึ้นจนเริ่มชนเพดาน องค์กรอาจเลือกมองหาเด็กใหม่ที่มีความสามารถใกล้เคียงกัน พร้อมเรียนรู้งานและมีไฟในการทำงาน มาแทนที่เราได้เสมอ ดังนั้นการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ผักผ่อนทักษะที่น่าสนใจมาปรับใช้ในการทำงาน จะทำให้เรามีความสามารถพิเศษโดดเด่นกว่าคนอื่น คนทำงานที่ดีต้องไม่หยุดเรียนรู้ใน 3 สิ่งสำคัญต่อไปนี้ 1) เรียนรู้ที่จะเพิ่มทักษะในการทำงาน 2) เรียนรู้ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และ 3) เรียนรู้เพื่อรองรับความก้าวหน้าในอาชีพ เพราะทั้ง 3 ส่วนล้วนสัมพันธ์กับการพัฒนาศักยภาพของตัวเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการได้รับมอบหมายให้ทำงานสำคัญ หรือการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้นไป และสิ่งสำคัญอีกประการคือ ความรู้และความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ การกระตือรือร้นในงานที่เป็นกิจวัตร กระตือรือร้นในการทำสิ่งใหม่ๆ กระตือรือร้นในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย มองว่าทุกงานที่ทำมีคุณค่า มีประโยชน์ทั้งต่อตนเองคือ ได้พัฒนาตนเองให้เก่งขึ้น ได้เรียนรู้ และต่อองค์กร การมีความรับผิดชอบ สามารถส่งมอบงานได้ตามที่ได้รับมอบหมาย หรือเหนือกว่าที่มอบหมาย และเสร็จในกรอบเวลาที่กำหนด จะช่วยให้หัวหน้าและทีมงานรู้สึกปลอดภัย สบายใจที่จะทำงานด้วย และมีความเชื่อถือไว้วางใจ การเรียนรู้และพัฒนาตนเองเป็นสิ่งสำคัญ เพราะทุกวันนี้มีความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา ท่านสามารถเรียนรู้ได้ทั้งความรู้ที่เป็นเชิงเทคนิคที่เกี่ยวกับงาน และเรียนรู้ทักษะต่างๆ จากผู้อื่น การบริหารเวลาก็เป็นสิ่งสำคัญ ที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและบ่งบอกถึงศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์นั้น แต่ต้องไม่ลืมว่าความรู้นอกจากจะถูกค้นหา และเข้าถึงได้ง่ายจากทุกสถานที่ และทุกเวลาที่ต้องการ เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแล้ว ความรู้ยังมีอายุที่สั้นลง และล้าสมัยได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นต้องอัปเดตความรู้ของตนเองอยู่เสมอ ภาระหน้าที่จะเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ ที่จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ทักษะของตนเอง

2. ด้านทักษะ ทักษะที่สำคัญในการสร้างขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร คือ ต้องมีทักษะที่สามารถใช้ในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง ตามสมรรถนะทั้ง 8 ด้าน โดยทักษะปัจจุบันและทักษะแห่งอนาคต เป็นสิ่งที่ทรัพยากรมนุษย์ในยุคนี้ต้องมี ประกอบด้วย

2.1 ทักษะความคิดสร้างสรรค์ เหตุที่ความคิดสร้างสรรค์กลายเป็นสิ่งจำเป็นเพราะปัญหา อุปสรรคหรือความท้าทายที่คุณอาจจะต้องเจอในอนาคตมีแนวโน้มที่จะแตกต่างจากสิ่งที่เป็นมาในอดีตอย่างโดยสิ้นเชิง และเครื่องมือหรือวิธีการที่มีอยู่ในปัจจุบันอาจไม่ช่วยแก้ปัญหาให้กับคุณได้ ความคิดสร้างสรรค์จะกลายเป็นกุญแจสำคัญในการนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือวิธีการทำงานแบบใหม่ๆ ที่จะช่วยทำให้คุณประสบความสำเร็จในอนาคต

2.2 ทักษะความฉลาดทางอารมณ์ ซึ่งหมายถึงความสามารถในการควบคุมและบริหารจัดการอารมณ์ของตนเอง รวมไปถึงความสามารถในการคาดเดาและเข้าใจอารมณ์ของผู้คนรอบข้างแม้ว่าในปัจจุบันที่เครื่องจักรกลและคอมพิวเตอร์จะเข้ามาทำงานแทนที่มนุษย์มากขึ้น แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าคุณยังคงต้องทำงานและติดต่อกับเพื่อนร่วมงานของคุณอยู่ และความฉลาดทางอารมณ์จะช่วยทำให้คุณเข้าใจและเห็นอกเห็นใจต่อเพื่อนร่วมงานมากขึ้น ซึ่งความเข้าใจที่เกิดขึ้นจะส่งเสริมให้คุณทำงานกับผู้อื่นได้ดีและเสริมสร้างกระบวนการทำงานเป็นทีมให้กับตัวคุณ การลงมือทำร่วมกันของคนภายใต้การนำที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นปัจจัยหลัก ที่จะคอยเปลี่ยนโศกเศร้าให้กลายเป็นของจริง ที่แก้ปัญหาจริงๆ ได้ ผู้นำที่ดีและทีมที่ดี จึงต้องทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่างๆ ในโลกยุคใหม่ซึ่งก็คือการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนให้ได้นั่นเอง

2.3 ทักษะการคิดวิเคราะห์ การใช้ตรรกะและเหตุผลในการวิเคราะห์สมมติฐานต่างๆ โดยใช้ข้อมูลที่คุณมีอยู่เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่เป็นยุคของ Big Data ซึ่งมนุษย์สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นจำนวนมาก ทักษะการคิดวิเคราะห์จะทำให้คุณเข้าใจข้อมูล มองเห็นความสัมพันธ์ของข้อมูลและมองเห็นวิธีการแก้ปัญหาจากข้อมูลที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ทักษะการคิดวิเคราะห์จะช่วยให้คุณคิดอย่างมีเหตุผลและเปิดกว้างต่อวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดเท่าที่เป็นไปได้

2.4 ทักษะทางเทคโนโลยี ซึ่งไม่ใช่แค่ทักษะทางเทคโนโลยีทั่วไป แต่รวมถึงทักษะทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญญาประดิษฐ์ (AI) บิ๊ก ดาต้า (Big Data) หรือบล็อกเชน (Blockchain) ที่ต่างเข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทักษะทางเทคโนโลยีหมายถึงการที่คุณเข้าใจหลักการทำงาน และรู้ถึงวิธีใช้งานเทคโนโลยีเหล่านี้ให้เกิดประโยชน์กับตัวคุณเอง การที่คุณมีทักษะทางเทคโนโลยีนั้นหมายถึงโอกาสที่คุณจะใช้เทคโนโลยีเหล่านี้เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน รวมไปถึงโอกาสที่จะทำให้คุณสร้างเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อองค์กรอีกด้วย

2.5 ทักษะความยืดหยุ่น การเตรียมพร้อมรับความเปลี่ยนแปลง เป็นทักษะที่สำคัญที่สุดที่จะนำพาคุณไปสู่การสร้างทักษะอื่นๆ ก็คือการเตรียมพร้อมรับความเปลี่ยนแปลง ที่อาจเกิดขึ้นกับตัวคุณเองทั้งในปัจจุบันและอนาคต ในยุคที่ความเปลี่ยนแปลงอาจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเพียงเสี้ยววินาที ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจทำให้ทุกอย่างเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง ไม่ว่าจะเป็นทักษะ สถานที่ทำงาน หรือความคาดหวังต่างๆ ที่คุณมีต่ออนาคตของตัวเอง การเตรียมพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอจะทำให้คุณปรับตัวไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ทั้ง

สถานการณ์ที่คาดการณ์ได้และสถานการณ์ที่คุณคาดไม่ถึง นอกจากนี้ การเตรียมพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงจะทำให้คุณเปลี่ยนความคิดว่าความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ใช่อุปสรรคที่ขัดขวางคุณ แต่เป็นความท้าทายใหม่ๆ ที่คุณสามารถก้าวข้ามผ่านมันไปได้ การเตรียมพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงที่ดีที่สุดที่คุณสามารถทำได้เองคือการรู้ทันสถานการณ์ของชีวิตคุณอยู่ตลอดเวลาและวางแผนชีวิตของคุณให้ยืดหยุ่นมากขึ้น หรือหากเป็นไปได้ วิธีการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่ดีที่สุดคือการชิงเปลี่ยนแปลงตัวเองเสียก่อนที่ความเปลี่ยนแปลงจะมาถึง

และทักษะที่จำเป็นต่อการแข่งขันของคนทำงานในปัจจุบันได้แก่ ทักษะความกระหายที่จะเรียนรู้ (Active Learning) ซึ่งมาควบคู่กับความคิดที่ต้องการจะเติบโต (Growth Mindset) ซึ่งจะกระตุ้นให้คุณมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ทักษะในการตัดสินใจ ที่แม้ว่าเครื่องจักรกลในปัจจุบันจะสามารถทำการตัดสินใจได้ด้วยตนเองจากการรับรู้ข้อมูลที่มีอยู่ แต่มนุษย์ยังคงมีความสำคัญในฐานะผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้าย ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งหมายถึง ทักษะในการการสื่อสารให้ชัดเจน ตรงประเด็น และเหมาะสม กับเพื่อนร่วมงานและบุคคลที่มีส่วนร่วมกับงานของคุณ การสื่อสารระหว่างบุคคลถือเป็นเรื่องจำเป็น โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่การทำงานระยะไกล (Remote Working) จะกลายเป็นระเบียบวิธีการทำงานหลักแทนที่การทำงานแบบเดิมที่ทุกคนจำเป็นต้องมารวมกัน ซึ่งทำให้การติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงานให้ทุกคนเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้งานของคุณเดินหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะในการฟัง ทักษะในการการเขียน ทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ ทักษะในการจัดการปัญหา ทักษะภาษาอังกฤษ ทักษะการคำนวณ และทักษะในการจัดการกับเวลา ทักษะแห่งอนาคตคือทักษะพื้นฐานที่จะทำให้คุณมีความโดดเด่นเหนือกว่าคนอื่นๆ และทำให้คุณเป็นผู้ที่มีทักษะพิเศษรอบด้านซึ่งไม่สามารถแทนที่ด้วยเทคโนโลยีใดๆ ได้ นอกจากนี้ การที่คุณมีทักษะแห่งอนาคตยังทำให้คุณมีความพร้อมที่จะรับมือต่อความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น และทักษะแห่งอนาคตยังเป็นบันไดให้คุณสามารถพัฒนาไปสู่ทักษะอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตได้อย่างต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด

2.3 ด้านคุณลักษณะ ประกอบด้วย คุณลักษณะความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทักษะทัศนคติ คุณลักษณะส่วนบุคคล และคุณลักษณะในการรับรู้บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจบริหารจัดการคนเสิร์ททุกคนต้องมีคุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป

โดยผู้ประชุมกลุ่มย่อย ให้ความคิดเห็นว่า คนที่มีโอกาสที่ดีกว่าคือคนที่ศึกษาเรียนรู้ และพัฒนาทักษะของตัวเองอยู่เสมอ คุณลักษณะที่ดีคือสมรรถนะที่โดดเด่นในอาชีพนั้นๆ สำหรับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ประกอบด้วย 1.ความรักในงานบริการ ความอุทิศตนให้กับงาน ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่และมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า 2.ความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ เปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ 3.ความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน ความระเอียดรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน 4.ความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ 5.มีไหวพริบ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว สามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 6. ความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม คุณลักษณะที่กล่าวมานี้ความสำคัญสำหรับคนทำงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ทั้งหมดจะเป็นลักษณะบุคลิกภาพที่เป็นพฤติกรรมและทัศนคติที่เรียนรู้ได้ที่ใช้เพื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้คน หรือ Soft Skill ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่เอื้อต่อการมีปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์อย่างสร้างสรรค์ในทุกบริบท คุณสมบัติเหล่านี้เป็นที่ต้องการอย่างมาก และเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จทางอาชีพ การมี Soft Skill ที่จำเป็นจะช่วยให้พวกเขารับมือกับสภาพแวดล้อมการทำงานและเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นผู้นำในอนาคตได้เป็นอย่างดี

โดยสรุป กล่าวคือ ความรักในงานที่จะทำให้ทรัพยากรมนุษย์อยากตื่นแต่เช้าเพื่อมาทำงาน ความรัก ทำให้คุณสนุกกับงานที่ทำแม้จะเจองานหนัก ทำให้คุณกระตือรือร้น มีพลัง ทำให้คุณยังยิ้มได้แม้เจออุปสรรค ทำให้คุณเปิดรับไอเดียใหม่ ๆ ได้อย่าง ไม่รู้เบื่อ เกิดการอุทิศตนทำงานเพื่อองค์กร นำมาซึ่งความรับผิดชอบในหน้าที่อย่างสุดความสามารถ และทำเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ และเรื่องที่สำคัญคือ การทำงานเป็นทีมแบบมืออาชีพ ซึ่งเป็นลักษณะหรือรูปแบบการทำงานของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และการทำงานเป็นทีมยังเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันบุคลากรให้พัฒนาตัวเองตลอดเวลา เพราะต้องเข้าใจการทำงานของตนเองและคนอื่นไปพร้อมกัน ดังนั้น การมีความเห็นอกเห็นใจ หรือการเอาใจใส่ เป็นหนึ่งในคุณลักษณะที่สำคัญที่ในการทำงานร่วมกัน ความเห็นอกเห็นใจนั้นจะนำไปสู่การเปิดกว้างของความคิดใหม่ ๆ และแนวทางในการแก้ปัญหาที่ดียิ่งขึ้น ความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน ความระเอียดรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน ความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ มีไหวพริบ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว สามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาจต้องใช้ประสบการณ์และเวลาในการเรียนรู้ แต่สำหรับคนทำงานยุคใหม่ที่มีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมในทีมและองค์กรย่อมก้าวข้ามความคิด

กฎเกณฑ์ รูปแบบ ความสัมพันธ์ และสามารถสร้างแนวคิด รูปแบบ วิธีการ การตีความใหม่ ๆ ที่มีความหมาย สามารถสร้างมุมมองใหม่ ๆ ทำให้เกิดการค้นหาใหม่ หรือการแก้ไขปัญหาได้อย่างดีเยี่ยม และ ความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม จะทำให้คิดอย่างมีเหตุผลและเปิดกว้างต่อวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ เทคโนโลยีช่วยเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน ส่งเสริมทักษะในการทำงาน และการเรียนรู้ด้วยตัวเองการจัดการ การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่มีอยู่มากมายมหาศาลให้เกิดประโยชน์สูงสุด

และจากการศึกษาสามารถสรุปองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ได้ดังตารางที่ 4.131



องค์ประกอบมาตรฐาน สมรรถนะ	ด้านความรู้		ด้านทักษะ		ด้านคุณลักษณะ	
	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ
ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)	1. สารสนเทศและ ความสามารรถในการ เข้าถึงสารสนเทศได้ อย่างมีประสิทธิภาพ 2. พื้นฐานตรงตาม ตำแหน่งงานในธุรกิจรับ จัดคอนเสิร์ต และอุตสาหกรรมอีเวนต์	1. สารสนเทศและ ความสามารรถในการ เข้าถึงสารสนเทศได้ อย่างมีประสิทธิภาพ 2. พื้นฐานตรงตาม ตำแหน่งงานในธุรกิจรับ จัดคอนเสิร์ต	1. การใช้สารสนเทศสื่อ เทคโนโลยีในการ ปฏิบัติงานจัดงาน คอนเสิร์ต 2. ความคิดสร้างสรรค์และ มีวิจรรย์ญาณในการ แก้ปัญหา ในการ ปฏิบัติงานจัดงาน คอนเสิร์ต	1. การทำงานเป็นทีม และการทำงานมีอ วางแผนเป็นหมู่คณะ 2. ความคิดสร้างสรรค์ และมีวิจรรย์ญาณและ การแก้ปัญหา ในการ ปฏิบัติงานจัดงาน คอนเสิร์ต	1. ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงออกแบบมี จินตนาการและสามารถ สื่อสารความคิดออกมาได้ อย่างเป็นรูปธรรม 2. มีปฏิญาณไหวพริบ การ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า และ การกล้าตัดสินใจ	1. ปฏิญาณ ใหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะ หน้า และการกล้า ตัดสินใจ 2. ความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้ แรงกดดันและไม่ม ีข้อจำกัดด้านเวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้ เข้ากับการเปลี่ยนแปลง ได้
สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)	1. นวัตกรรม เทคโนโลยี เกี่ยวกับการจัดงาน คอนเสิร์ต 2. งานตามตำแหน่งงาน ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต	1. การจัดงานแสดง คอนเสิร์ต 2. ภาพรวมของ อุตสาหกรรมมีซ์และ อุตสาหกรรมมีเอนต์ งานคอนเสิร์ต	1. ทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและ ความสามารถในการ ปรับตัว เพื่อการ เปลี่ยนแปลง ตาม บทบาทหน้าที่และ รับผิดชอบ	1. ทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและ ความสามารถในการ ปรับตัว เพื่อการ เปลี่ยนแปลง ตาม บทบาทหน้าที่และ รับผิดชอบ	1. ความคิดสร้างสรรค์ ใน การออกแบบงานคอนเสิร์ต และความสามารถในการ ตัดสินใจอย่างเป็นระบบ 2. ความสามารถใ้ เทคโนโลยีดิจิทัล ในการ สื่อสาร การเข้าถึงข้อมูล สังเกต ใส่ใจใน	1. ความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบงาน คอนเสิร์ต และ ความสามารถในการ ตัดสินใจอย่างเป็น ระบบ 2. ใหวพริบ การช่าง สังเกต ใส่ใจใน

องค์ประกอบมาตรฐาน สมรรถนะ	ด้านความรู้		ด้านทักษะ		ด้านคุณลักษณะ	
	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ
			2.การวางแผนงานและกระบวนการทำงาน สำหรับงานคอนเสิร์ต	นำเสนอของงานทั้งภาษาไทยและอังกฤษ ได้ชัดเจน กระชับและมี ตรรกะ	สารสนเทศ และการสร้าง เครือข่ายได้อย่างเหมาะสม ไม่ใ้ใจการเรียนรู้เพิ่มเติม ตลอดเวลา	รายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและ ใ้ใจการเรียนรู้เพิ่มเติม ตลอดเวลา
สมรรถนะขององค์กร (Organization Competencies)	1. แนวโน้มในอุตสาหกรรมเออีแอนด์และธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทย และต่างประเทศ 2. เทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเออีแอนด์และธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	1.พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์กร 2.เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์กร และเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเออีแอนด์และธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	1.การวางแผนและการคิดเชิงระบบ 2. การประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก	1.การประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก 2.การประสานงานกับทีมงาน และการวางแผนและการคิดเชิงระบบ	1.ความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว 2.มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีและมี ความเห็นอกเห็นใจ	1.มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีและมี ความเห็นอกเห็นใจ 2.ความยืดหยุ่น ปรับตัว ได้รวดเร็ว
สมรรถนะหลัก (Core Competencies)	1.การปฏิบัติงานธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต 2.งานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	1. การตลาดและการขาย ธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต 2.งานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต	1.การบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต 2.การจัดงานคอนเสิร์ตอย่างมีประสิทธิภาพ	1.ชีวิตและการบริการอย่างมืออาชีพ 2.การคิดสร้างสรรค์และการคิดอย่างเป็นระบบ	1.ความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ	1.ต้องอุทิศตนให้กับงานและมุ่งมั่นในความพึงพอใจของลูกค้า

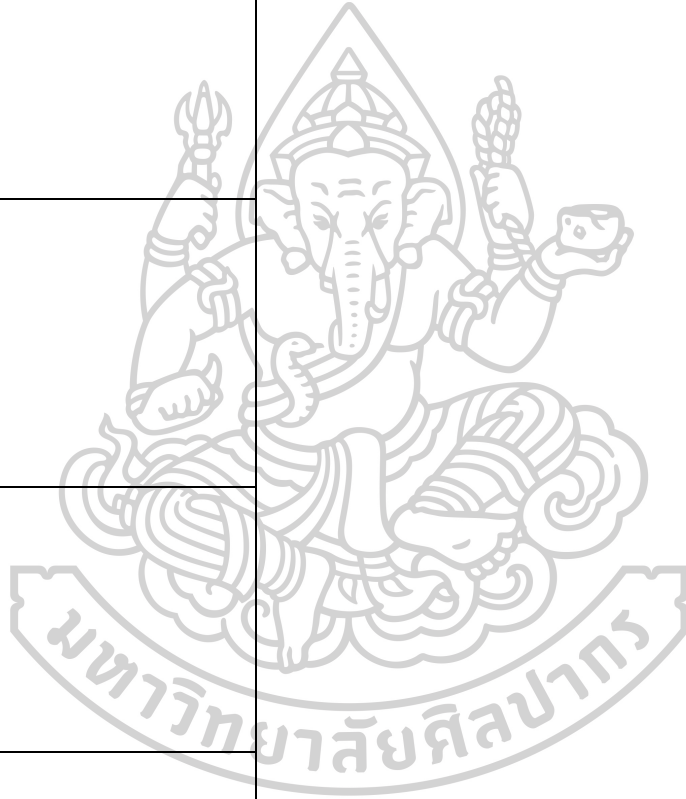
องค์ประกอบมาตรฐาน สมรรถนะ	ด้านความรู้		ด้านทักษะ		ด้านคุณลักษณะ	
	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ
ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)	1. ความรู้เฉพาะตำแหน่ง งานในแต่ละส่วนของ ธุรกิจ รับผิดชอบ คอนเสิร์ต 2. กระบวนการออกแบบ คอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้า และเบื้องหลัง การ วางแผนการจัดงาน คอนเสิร์ต และการ กำหนดตารางการ และเบื้องหลัง การ วางแผนการจัดงาน คอนเสิร์ต และการ กำหนดตารางการ ทำงาน	1. กระบวนการออกแบบ คอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้า และเบื้องหลัง การ วางแผนการจัดงาน คอนเสิร์ต และการ กำหนดตารางการ ทำงาน	1. การใช้ความคิด สร้างสรรคในการ ออกแบบงาน และต้อง มีทักษะการนำเสนอ และการเล่าเรื่อง 2. เบื้องต้นการจัดงาน คอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบ ออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน		2. ต้องอุทิศตนให้กับงาน และมุ่งมั่นในความพึงพอใจ ของลูกค้า 1. ความเป็นระเบียบแบบ แผนตามลำดับขั้นตอนใน การทำงาน 2. ความละเอียดรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน	2. ความสามารถในการ ทำงานเป็นทีมอย่างมี ประสิทธิภาพ 1. ความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับ ข้อผิดพลาดและเรียน รู้อยู่เสมอ 2. ความเป็น ระเบียบแบบแผน ตามลำดับขั้นตอนใน การทำงาน และ
ด้านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency)	1. การบริหารจัดการผู้ ชนและความปลอดภัย ภายในงานคอนเสิร์ต 2. การบริหารจัดการ กำหนดตารางการ	1. การบริหารจัดการผู้ ชนและความปลอดภัย ภายในงานคอนเสิร์ต 2. การบริหารจัดการ ลงทะเบียน การขาย	1. ความคิดสร้างสรรค์ 2. การเป็นผู้นำและการ ตัดสินใจ	1. การเป็นผู้นำและการ ตัดสินใจ 2. การบริหารจัดการงาน คอนเสิร์ต	1. ความรับผิดชอบในหน้าที่ พร้อมในการทำงานต้นตัว อยู่เสมอ ช่างสังเกตและได้ ใจรายละเอียดครบถ้วน	1. ความรับผิดชอบใน หน้าที่ พร้อมในการ ทำงาน ต้นตัวอยู่เสมอ ช่างสังเกตและใส่ใจ รายละเอียดครบถ้วน

องค์ประกอบมาตรฐาน สมรรถนะ	ด้านความรู้		ด้านทักษะ		ด้านคุณลักษณะ	
	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ
	ทำงาน การจัดการ Line up คิวใน แสง สี เสียง การจัดโซนนิ่ง ในงาน คอนเสิร์ต	การประชาสัมพันธ์และ การตลาดสำหรับงาน คอนเสิร์ต			2. มีใจรักบริการ ตรงต่อ เวลา ขยัน อดทน มุ่งเน้น ความพึงพอใจของลูกค้า และมุ่งมั่นความสำเร็จใน งาน 5. ประสบความสำเร็จใน ชำนาญ ในงาน จัด คอนเสิร์ต	2. ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ขยัน อดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจ ของลูกค้าและมุ่งมั่น ความสำเร็จในงาน
ด้านสมรรถนะด้าน การ เป็น ผู้นำ (Leadership Competency)	1. การคิดค้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ 2. การบริหารทรัพยากร มนุษย์ใน	1. การบริหารทรัพยากร มนุษย์ในธุรกิจรับจัด งานคอนเสิร์ต 2. การตลาดและการ ประชาสัมพันธ์ และ ต้องมีความรู้ในการคิด ค้นทุน จัดการ ควบคุม งบประมาณ	1. การเจรจาต่อรองทาง ธุรกิจ 2. ทางสังคมและการ เรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม	1. การบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ 2. การเจรจาต่อรองทาง ธุรกิจ	1. ความเป็นผู้ นำในการ เรียนรู้ตลอดชีวิต ส่งเสริม ให้คนในองค์กรเรียนรู้จาก ผิดพลาด 2. ความกล้าเสี่ยง กล้า ตัดสินใจ และมุ่งมั่น พยายามที่จะดำเนินธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จ เป็น ผู้นำที่มีประสิทธิภาพใน ตนเอง	1. ความสามารถในการ สร้างทีมงานที่มีคุณค่า และการเพิ่มผลผลิต และการริเริ่มคิดชอบ 2. ความสามารถคิด สร้างสรรค์ รู้จัก วิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ ตรรกะ เหตุผลในการ ประเมินปัญหาอย่าง รอบด้าน สามารถ ปรับเปลี่ยนความคิด

องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ	ด้านความรู้		ด้านทักษะ		ด้านคุณลักษณะ	
	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ
ด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)	1. ความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมข้ามชาติ 2. ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ	1. ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ธุรกิจ คอนเสิร์ต 2. ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจ คอนเสิร์ต	1. ผู้นำทางธุรกิจสมัยใหม่ 2. การเจรจาต่อรองในธุรกิจ 3. การสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ	1. การสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ 2. การเจรจาต่อรองในธุรกิจ	ทีมงาน รวมถึงเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของทีมงาน ทีมงาน 1. ความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจและอัปเดตองค์ความรู้ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ 2. ความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ	ในน้ำ และปลูกระดมทีมงาน รวมถึงเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของทีมงาน 1. ความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจและอัปเดตองค์ความรู้ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ 2. ความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ
ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)	1. ความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไม่แพ้และอุตสาหกรรมอื่นใด 2. ความรู้พื้นฐานและจุดแข็งขององค์กร	1. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การได้แก่วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ขององค์กร	1. การบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต การสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและ	1. การเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต	1. การเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต	1. ความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การ

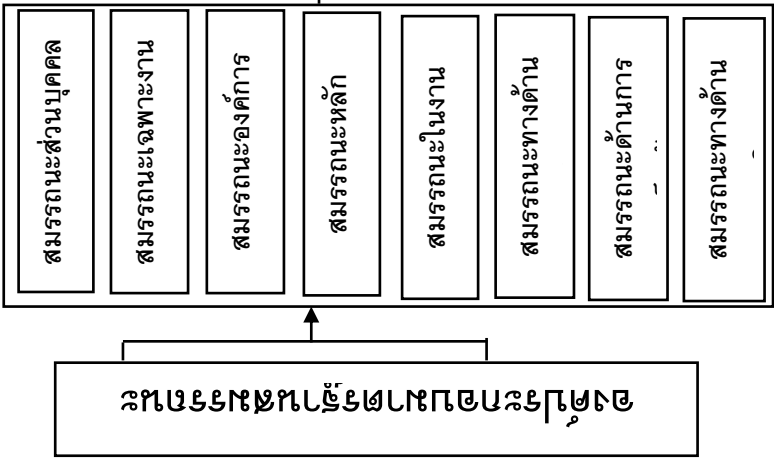
องค์ประกอบมาตรฐาน สมรรถนะ	ด้านความรู้		ด้านทักษะ		ด้านคุณลักษณะ	
	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ
	การจัดกิจกรรมพิเศษ อื่นๆทั้งแบบออนไลน์ และออนไซต์ และแบบ ผสมผสาน	รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร 2. ความรู้พื้นฐาน อุตสาหกรรมไม่ซีและ อุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง 2.ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ องค์กร ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ ขององค์กร รวมถึง ลักษณะธุรกิจ และ วัฒนธรรมองค์กร	การตัดสินใจ และทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ 2. การเรียนรู้ และ ประสบการณ์ การ ปฏิบัติงานการจัดงาน คนเสิร์ฟ	การบริหารจัดการงาน คอนเสิร์ตการสื่อสาร และประสานงาน การ ทำงานเป็นทีม การเป็น ผู้นำและการตัดสินใจ และทักษะความคิด สร้างสรรค์	เฉพาะหน้าได้อย่างมี ประสิทธิภาพยืดหยุ่นและ ปรับตัวให้เข้ากับการ เปลี่ยนแปลงได้	พนักงานปฏิบัติการ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ยืดหยุ่นและปรับตัวให้ เข้ากับการเปลี่ยนแปลง ได้
ขีดความสามารถระดับ บุคคลในองค์กร (Human Competency)	1. ความรู้ในการ ปฏิบัติงานเฉพาะ ตำแหน่ง 2. ความรู้และ ความสามารถในการ บริหารจัดการหรือความ เป็นมืออาชีพ	1. ความรู้และสามารถ ใช้ในการปฏิบัติงาน เฉพาะตำแหน่ง 2. ความรู้ความสามารถ ตามลักษณะงานตาม ตำแหน่งหน้าที่ที่จะ สามารถปฏิบัติงานหรือความ เป็นมืออาชีพ	ทักษะและสามารถใช้ ในการปฏิบัติงาน เฉพาะตำแหน่ง	ทักษะและสามารถ ใช้ในการปฏิบัติงาน เฉพาะตำแหน่ง	1. ความสามารถตาม ลักษณะงานตามตำแหน่ง หน้าที่ที่ว่าจะสะท้อนให้เห็น ถึง ความรู้ ทักษะ ที่คนคิด คุณลักษณะส่วนบุคคล2. รับรู้ในบทบาทหน้าที่ความ รับผิดชอบของตนเอง ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจ รับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคน	1. ความสามารถพิเศษ ส่วนบุคคลที่ส่งเสริม สนับสนุนให้บุคคล สามารถปฏิบัติงานได้ โดดเด่นกว่าบุคคล ทั่วไป เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการ แข่งขัน

องค์ประกอบมาตรฐาน สมรรถนะ	ด้านความรู้		ด้านทักษะ		ด้านคุณลักษณะ	
	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ	ผู้บริหาร	พนักงานปฏิบัติการ
					ต้องมีคุณลักษณะเฉพาะ หรือความสามารถพิเศษ ส่วนบุคคลที่ส่งเสริม สนับสนุนให้บุคคลสามารถ ปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่า บุคคลทั่วไป	2. ความสามารถในการ บริหารจัดการ หรือ ความเป็นมืออาชีพ



ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) คุณลักษณะ (attributes)

<ol style="list-style-type: none"> ด้านสารสนเทศ พื้นฐานในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต และอีเวนต์ 	<ol style="list-style-type: none"> การใช้สารสนเทศ สื่อ ทดคนโนโต้ ความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหา การทำงานเป็นทีม 	<ol style="list-style-type: none"> ความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิญาณ ใจพหุวิ ความรับผิดชอบสูง
<ol style="list-style-type: none"> นวัตกรรม เทคโนโลยี การจัดงานแสดงคอนเสิร์ต ภาพรวมของอุตสาหกรรมบันเทิงคอนเสิร์ต 	<ol style="list-style-type: none"> ความยืดหยุ่น การวางแผนงาน การประสานงานและการนำเสนอ 	<ol style="list-style-type: none"> ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถที่คิดคนโนโต้ ใจพหุวิและยืดหยุ่น
<ol style="list-style-type: none"> แนวโน้มอุตสาหกรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรม ลูกค้าและงานขององค์กร 	<ol style="list-style-type: none"> การวางแผนและบริหารจัดการคอนเสิร์ตอย่างมืออาชีพ การคิดสร้างสรรค์การคิดอย่างเป็นระบบ 	<ol style="list-style-type: none"> ความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว มนุษยสัมพันธ์ที่ดีและความเห็นอกเห็นใจ
<ol style="list-style-type: none"> การปฏิบัติงานด้านหนึ่ง การขยายและการตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> การบริหารและการจัดการงานคอนเสิร์ตอย่างมืออาชีพ การคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน 	<ol style="list-style-type: none"> ความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ การปฏิบัติตามข้อกำหนดและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า
<ol style="list-style-type: none"> ความรู้เฉพาะตำแหน่งงาน กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง 	<ol style="list-style-type: none"> ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน ทักษะชีวิตและอาชีพตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ การจัดงานคอนเสิร์ตรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ และแบบผสมผสาน 	<ol style="list-style-type: none"> ความเป็นระเบียบแบบแผนในการทำงาน ความละเอียดรอบคอบ และความแม่นยำ ความเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าและเรียนรู้อยู่เสมอ
<ol style="list-style-type: none"> การบริหารจัดการกลุ่มและความปลอดภัยภายในงานคอนเสิร์ต การบริหารจัดการกำหนดตารางการทำงาน การจัดการ Line Up ศิลปิน แสง สี เสียง การจัดโหนด ในงานคอนเสิร์ต 	<ol style="list-style-type: none"> ความคิดสร้างสรรค์ การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ การบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต 	<ol style="list-style-type: none"> ความคิดสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบในหน้าที่พหุวิในการทำงานต้นต่ออยู่เสมอ ใจพหุวิและยืดหยุ่น
<ol style="list-style-type: none"> การคิดค้นทุน จัดกาช ควบคุมงบประมาณ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ใน การตลาดและการประชาสัมพันธ์ 	<ol style="list-style-type: none"> การเจรจาต่อรองของทางธุรกิจ ทางสังคมและการเรียนรู้กับวัฒนธรรม การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ 	<ol style="list-style-type: none"> มีความเป็นผู้นำ ส่งเสริมให้คนในองค์กรเรียนรู้จากผิดพลาด ความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายาม ความสามารถในการสร้างทีมงาน ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์
<ol style="list-style-type: none"> วัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมข้ามชาติ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การขยายและตลาดดิจิทัลธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 	<ol style="list-style-type: none"> ผู้นำทางธุรกิจสมัยใหม่ การเจรจาต่อรองในธุรกิจ การสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> ความสามารถของบุคลากรความถี่ในศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ความเป็นผู้นำประกอบการและยึดมั่นในมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ



4.5. ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในประเด็นแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย

จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 1-4 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 4) เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต โดยได้ข้อสรุปองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต นำมาสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ประเด็นการพัฒนาที่ 1 ระบบนิเวศในการทำงาน (Ecosystem) ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้องค์กรมีสภาพแวดล้อมและระบบการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการพัฒนารอบความคิดและกรอบทักษะ สำหรับการทำงานและการดำเนินชีวิตท่ามกลางความท้าทายในยุคดิจิทัลและศตวรรษที่ 21

ประเด็นการพัฒนาที่ 2 พัฒนากรอบทักษะ (Skillsets) การทำงานในยุคดิจิทัลและศตวรรษที่ 21 และการสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอีเวนต์ ตลอดจนการพัฒนาระบบการทำงานองค์กรในอนาคต เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์มีทักษะที่จำเป็นในการขับเคลื่อน สร้างผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อปฏิรูปองค์กร และขีดความสามารถทางการแข่งขันระดับอุตสาหกรรม และระดับประเทศ และการผสมผสานการทำงานและการใช้ชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการพัฒนาทักษะที่มีอยู่เดิม ทักษะใหม่เพิ่มเติม และทักษะทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1. ทักษะวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับงาน (Hard Skill) ที่สำคัญที่องค์กรต้องการให้พนักงานมีมากที่สุด เพื่อให้องค์กรได้รับงานที่เต็มประสิทธิภาพและเกิดผลสัมฤทธิ์ของงาน 2. ทักษะทางสังคม (Soft Skill) หรือ สิ่งที่แสดงถึงจรรยาบรรณในการทำงาน ความสามารถในการจัดการสิ่งต่างๆ การคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร การร่วมงานกับผู้อื่น การเป็นผู้นำ และ 3. ทักษะทางธุรกิจ (Business

Skill) เพื่อทรัพยากรมนุษย์ได้เข้าใจหลักสำคัญในการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ประเด็นการพัฒนาคำที่ 3 พัฒนามาตรฐานการรับรองใหม่ (New Standard) สำหรับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถดำเนินการได้อย่างปลอดภัยจากโควิด-19 มีแผนการจัดการความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส โดยมีมาตรฐานสากลและการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดงาน

ประเด็นการพัฒนาคำที่ 4 พัฒนาทุนมนุษย์อุตสาหกรรมอีเวนต์ (Human Capital) ซึ่งได้รับการออกแบบมาเพื่อวิจัยและพัฒนา ศึกษาความต้องการจำเป็นร่วมกันระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา จัดหากำลังคนที่มีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมอีเวนต์ เพื่อจัดการกับความท้าทายหลังเผชิญวิกฤตโควิด-19 โดยแผนพัฒนาดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะทรัพยากรมนุษย์ด้านอีเวนต์ในประเทศไทยและภูมิภาคท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของแผนฟื้นฟูอุตสาหกรรมอีเวนต์ของประเทศไทย

2) แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

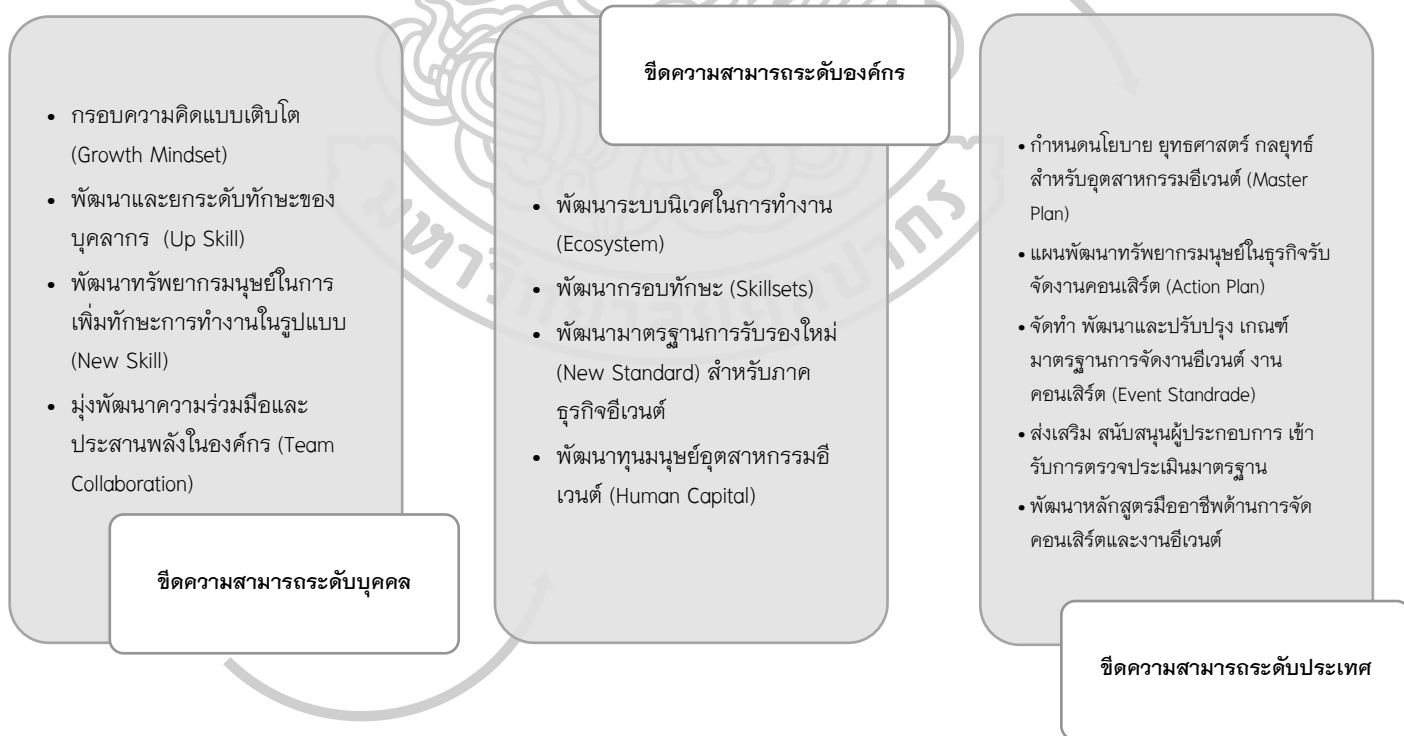
ประเด็นการพัฒนาคำที่ 1 ปลูกฝังทรัพยากรมนุษย์ให้มีกรอบความคิด (Mindset) ในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง โดยมุ่งเน้นกรอบความคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) ที่ให้ประโยชน์ส่วนรวมและทำงานบนหลักคุณธรรม ประยุกต์หลักมาตรฐานสากลอย่างเหมาะสม และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์มีคุณลักษณะในการเป็นผู้ใฝ่เรียนรู้และพัฒนา ให้ความสำคัญกับประโยชน์องค์กรและประโยชน์ของอีเวนต์ในประเทศไทย ทำงานด้วยมาตรฐานสากล ยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรม และมีทัศนคติแบบสากลที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัล เพื่อร่วมกันสร้างองค์กรที่ทันสมัย เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า และเชื่อถือไว้วางใจได้

ประเด็นการพัฒนาคำที่ 2 พัฒนาและยกระดับทักษะของผู้ประกอบการ หน่วยงานของรัฐบาล ภาคเอกชน ที่รับผิดชอบการสนับสนุนธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของประเทศไทย เปิดให้ทุนและดำเนินการให้คำปรึกษา คำแนะนำ พร้อมเปิดให้เรียนออนไลน์และออนไลน์เพื่อเพิ่มทักษะการทำงานผู้ประกอบการ ให้มีชุดทักษะที่จำเป็นเพื่อตอบสนองต่อความท้าทายที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น โครงการด้านการจัดการเหตุฉุกเฉินเกี่ยวกับโควิด-19 แก่ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และโปรแกรม

การฝึกอบรมออนไลน์ฟรีสำหรับผู้ทำงานหรือถูกเลิกจ้างชั่วคราว ซึ่งครอบคลุมทักษะสำหรับการทำงานในธุรกิจอุตสาหกรรมอีเวนต์

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการเพิ่มทักษะการทำงานในรูปแบบใหม่ New Normal เพื่อพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพิ่มทักษะการทำงานด้านต่าง ๆ เช่น หลักสูตรเพิ่มทักษะพื้นฐานสำหรับการทำงานในอุตสาหกรรมอีเวนต์ และหลักสูตรเพิ่มทักษะในการจัดงานคอนเสิร์ตแบบผสมผสาน ฝึกฝนเพื่องานที่มีทักษะสูงขึ้นและได้ค่าตอบแทนที่ดีกว่า พร้อมขยายการศึกษาและฝึกอบรมทักษะให้คนรุ่นใหม่ เพื่อยกระดับและเตรียมแรงงานให้พร้อมรับเศรษฐกิจหลังโควิด

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 มุ่งพัฒนาความร่วมมือและประสานพลังในองค์กร เปิดรับการเรียนรู้รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ เช่น สร้างแบบอย่างของความร่วมมือและการมีส่วนร่วม สร้างวัฒนธรรมของการแบ่งปันความรู้และทรัพยากร ส่งเสริมทักษะที่จำเป็นในการทำงานให้เกิดความชำนาญในทักษะงานที่ทำ และสร้างความแข็งแกร่งในองค์กร ให้เกิดการถ่ายทอดทักษะการทำงานแบบข้ามสายงาน และสร้างผู้นำที่เข้มแข็งและมีส่วนผลักดันด้านความสัมพันธ์ ความร่วมมือ



ภาพที่ 32 แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” มีวัตถุประสงค์ย่อย 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 4) เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ 5) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต โดยนำเสนอสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยโดยตอบคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

5.1.1 สรุปผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน และประสบการณ์การทำงาน สรุปได้ว่า ผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ตำแหน่งปัจจุบัน พบว่าอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง โดยมีประสบการณ์การทำงาน มากกว่า 15 ปี

2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

2.1 สมรรถนะส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอื่น

เวนต์ และ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนด มาตรการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องความปลอดภัยและ อาชีวอนามัยในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และงานอีเวนต์อื่นๆ ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการทำงาน เป็นทีม และการร่วมมือวางแผนเป็นหมู่คณะ และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีปฏิญาณ ไหวพริบ การ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้าตัดสินใจ

2.2 สมรรถนะเฉพาะงาน ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับ นวัตกรรม เทคโนโลยี เกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการวางแผนงานและ กระบวนการทำงานสำหรับงานคอนเสิร์ต และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใส่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา

2.3 สมรรถนะองค์การ ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ ลูกค้าขององค์การ ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน และ ด้านคุณลักษณะ ต้อง มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม และ ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว

2.4 สมรรถนะหลัก ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้การตลาดและการขาย ธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต และ ด้าน คุณลักษณะ ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ และ ต้องมีความสามารถในการ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5 สมรรถนะในงาน ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้และแนวทางการ ตกแต่งสถานที่ ออกแบบแสง สี เสียง และ ทีมงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการเจรจา ติดต่อสื่อสารและทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน และ ด้านคุณลักษณะ ต้อง มีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ

2.6 สมรรถนะทางการจัดการ ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้การ บริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง) ด้าน ทักษะ ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ รวมถึงทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รับมือ กับสถานการณ์ความกดดัน และความเครียดที่เกิดในงานได้ และ ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ขยัน อดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน

2.7 สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้ในการ บริหารองค์กร และ ต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ ด้านทักษะ ต้องมี ทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ และ ด้าน

คุณลักษณะ ต้องมีความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในตนเอง

2.8 สมรรถนะทางด้านธุรกิจ ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจคอนเสิร์ต รวมถึงด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองในธุรกิจและการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจจัดคอนเสิร์ต และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบและมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต

2.9 ขีดความสามารถระดับองค์กร ประกอบด้วย ด้านคุณลักษณะที่สำคัญคือ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ ด้านความรู้ ที่สำคัญคือ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานในอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน และด้านทักษะ ที่สำคัญคือ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ตการสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ และทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.10 ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร ประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ ต้องใช้ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง รับรู้ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กร และต้องมีคุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป รวมถึงความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ คุณลักษณะส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

5.1.2 ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชน ผ่านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความเห็น

ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความความคิดเห็นด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความความคิดเห็นด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่าน สมรรถนะหลัก (Core Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความความคิดเห็นด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่าน สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความความคิดเห็นด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาครัฐมีความความคิดเห็นด้านสมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) ที่สำคัญมากกว่าภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านกาเป็นผู้นำ (Leadership Competency) มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

8. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความความคิดเห็นด้านสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจ้างงานคอนเสิร์ต มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกันระดับความ

คิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

10. ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.3 สรุปผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1. **สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)** สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.70-0.83 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.90-0.96 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) ได้แก่

ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ” “ต้องมีความรู้พื้นฐานตรงตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนด มาตรการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และงานอื่น ๆ”, “ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์” และ, “ต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆที่เกี่ยวข้อง” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .923, .898, .889, .851 และ .670 ตามลำดับ

ด้านทักษะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการใช้สารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจรณ์ญาณและการแก้ปัญหา ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีทักษะการเรียนรู้และการปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต” และ “ต้องมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและการประสานงานในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .825, .797, .767 และ .728 ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิง
 ออกแบบมีจินตนาการและสามารถสื่อสารความคิดออกมาได้อย่างเป็นรูปธรรม”, “ต้องมีปฏิญาณ
 ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้าตัดสินใจ”, “ต้องมีประสบการณ์การฝึกงาน หรือ
 ประสบการณ์ทำงาน และ/หรือ วุฒิการศึกษาตรงตามสายงาน”, “ต้องมีความรับผิดชอบสูง
 สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการ
 เปลี่ยนแปลงได้” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .814, .797, .706 และ .699 ตามลำดับ

2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูล
 เชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว
 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่
 0.69-0.82 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้
 ที่สำคัญของสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนัก
 องค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละ
 ปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.85-0.90 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว
 แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะเฉพาะงาน (Job
 Competencies) ได้แก่

ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยี
 เกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดงาน
 คอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาพรวมของ
 อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์”, และ “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดเจรจาทางธุรกิจ
 การตลาดและการขายงานให้กับลูกค้าขององค์กร” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .765,
 .719, .685, .647 และ .614 ตามลำดับ

ด้านทักษะ ได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและ
 ความสามารถในการปรับตัว เพื่อการเปลี่ยนแปลง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ”, “ต้อง
 มีทักษะการวางแผนงานและกระบวนการทำงานสำหรับงานคอนเสิร์ต”, และ “ต้องมีทักษะการ
 ประสานงานและการนำเสนองานทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้ชัดเจน กระชับและมีตรรกะ” โดยมี
 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .804, .743 และ .660 ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบ
 งานคอนเสิร์ตและความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ”, “ต้องมีความสามารถใช้
 เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่าง

เหมาะสม”, “ต้องมีความมุ่งมั่น พยายาม และเตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า”, “ต้องมีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใฝ่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา”, และ “ต้องมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .708, .696, .650, .640 และ .614 ตามลำดับ

3. สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.71-0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) และเมื่อพิจารณาค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.72-0.77 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) ได้แก่

ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทยและต่างประเทศ”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์การ”, “ต้องมีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์การ” และ “ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .808, .795, .766, .757 และ .696 ตามลำดับ

ด้านทักษะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ”, “ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก”, “ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน”, และ “ต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .774, .746, .735 และ .696 ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว”, “ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ”, “ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม”, และ “ต้องมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับงาน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .747, .737, .679 และ .678 ตามลำดับ

4. สมรรถนะหลัก (Core Competencies) สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.71-0.88 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะหลัก (Core Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.74-0.84 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ได้แก่

ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทยและต่างประเทศ”, “ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์กร”, “ต้องมีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์กร” และ “ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์กร” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .808, .795, .766, .757 และ .696 ตามลำดับ

ด้านทักษะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ”, “ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก”, “ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน”, และ “ต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .774, .746, .735 และ .696 ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว”, “ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ”, “ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม”, และ “ต้องมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับงาน” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .747, .737, .679 และ .678 ตามลำดับ

5. สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.78-0.93 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.84-0.87 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) ได้แก่

ด้านความรู้ ได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้เฉพาะตำแหน่งงานในแต่ละส่วนของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน”, และ “ต้องมีความรู้พื้นฐานในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ หรือ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .794, .725, และ .687 ตามลำดับ

ด้านทักษะ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน”, “ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ”, “ต้องมีทักษะการเจรจาติดต่อสื่อสาร”, “ต้องมีทักษะการนำเสนอและการเล่าเรื่อง”, และ “ต้องมีทักษะเบื้องต้นการจัดงานคอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบออนไลน์และอนไซต์ และแบบผสมผสาน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .767, .728, .653, 650 และ .644 ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน”, “ต้องมีความละเอียดรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน”, “ต้องมีไหวพริบและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว”, “ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม”, และ “ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .790, .729, .689, 662 และ .638 ตามลำดับ

6. สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.70-0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.77-0.83 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) ได้แก่

ด้านความรู้ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “การบริหารจัดการฝูงชนและความปลอดภัยภายในงานคอนเสิร์ต”, “การบริหารจัดการกำหนดตารางการทำงาน การจัดการ Line Up ศิลปิน แสง สี เสียง การจัดโซนนิ่ง ในงานคอนเสิร์ต”, “การบริหารจัดการสถานที่และการขนส่งสำหรับงานคอนเสิร์ต” และ “การบริหารจัดการการลงทะเบียน การขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาด

สำหรับงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .751, .682, .676, และ .624 ตามลำดับ

ด้านทักษะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์”, “ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ”, “ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม” และ “ต้องมีทักษะการสื่อสารและประสานงาน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .859, .806, .795 และ .682 ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ พร้อมในการทำงาน ตื่นตัวอยู่เสมอ ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียดรอบด้าน”, “ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ขยัน อดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน”, “ต้องมีความคิดริเริ่มและการขึ้นนำตนเอง มีความสามารถจัดการด้านเป้าหมายและเวลา ยืดหยุ่นสูง พร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ รวมถึงความละเอียดรอบคอบ”, “ต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รับมือกับสถานการณ์ความกดดัน และความเครียดที่เกิดในงานได้” และ “ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในงานจัดคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .731, .728, .714, .660 และ .610 ตามลำดับ

7. สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 14 ตัว พบว่า ค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.65-0.86 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 14 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) และเมื่อพิจารณาค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.71-0.80 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ได้แก่

ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ”, “ต้องมีความรู้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือทางธุรกิจ”, “ต้องมีความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์”, และ “ต้องมีความรู้ในการบริหารองค์กร” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .854, .834, .796, .784 และ .654 ตามลำดับ

ด้านทักษะ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ”, “ต้องมีทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม”, “ต้องมีทักษะการวางแผนงาน พัฒนาระบบงาน

ทำงานและดำเนินการแผนการจัดการงาน”, “ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์”, และ “ต้องมีทักษะภาษาอังกฤษระดับปานกลาง-สูง ทั้งด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .733, .679, .672, .672 และ .603 ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความเป็นผู้นำในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ส่งเสริมให้คนในองค์กรเรียนรู้จากผิดพลาด”, “ต้องมีความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในตนเอง”, “ต้องมีความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เครื่องมือใหม่ๆในการบริหารงาน”, และ “ต้องมีความสามารถคิดสร้างสรรค์ รู้จักวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ตรรกะ เหตุผลในการประเมินปัญหาอย่างรอบด้าน สามารถปรับเปลี่ยนความคิด โนมิน้าว และปลุกระดมทีมงาน รวมถึงเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของทีมงาน” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .820, .808, .799 และ .727 ตามลำดับ

8. สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัว พบว่า ค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.74-0.92 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) และเมื่อพิจารณาค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่านำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.80-0.86 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ได้แก่

ด้านความรู้ ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมข้ามชาติ”, “ต้องมีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ”, “ต้องมีความรู้ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”, “ต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจคอนเสิร์ต” และ “ต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .868, .840, .836, .776 และ .670 ตามลำดับ

ด้านทักษะ ได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีทักษะผู้นำทางธุรกิจสมัยใหม่ (Agile Leadership) ผู้นำที่สามารถทำให้อำนาจในการรับผิดชอบงานเป็นของลูกน้องในทีม สร้างเวทีและบรรยากาศการทำงานที่ผลักดันให้ลูกน้องก้าวขึ้นมาทำในสิ่งที่อยากทำโดยไม่ต้องรอคำสั่งจาก

หัวหน้า พูดคุยอย่างเป็นกันเอง โปร่งใส และจูงใจให้คนทำงานร่วมกันได้ เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนในการตัดสินใจและรับผิดชอบร่วมกัน”, “ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองในธุรกิจ”, และ “ต้องมีทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .792, .725 และ .707 ตามลำดับ

ด้านคุณลักษณะ ได้จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ “ต้องมีความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและอัปเดตองค์ความรู้ใหม่อย่างสม่ำเสมอ”, “ต้องมีความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ”, “ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการและยึดมั่นในมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ” และ “ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบและมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .725, .710, .696 และ .665 ตามลำดับ

9. ซีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.74-0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 2 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.82-0.87 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 2 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ได้แก่

ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต การสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและการตัดสินใจ และทักษะความคิดสร้างสรรค์”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆทั้งแบบออนไลน์และออนไลน์ และแบบผสมผสาน”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบต่อสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐาน

เกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .860, .775, .727, .628 และ .610 ตามลำดับ

ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ได้จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องใช้ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ที่จะสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทักษะ คุณลักษณะส่วนบุคคล”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องรับรู้บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กร”, “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ” และ “ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีคุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .825, .755, .734, .725 และ .712 ตามลำดับ

10. โมเดลการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 114 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.63-0.90 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 114 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทยและเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 114 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.66-0.91 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 26 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสร้างการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย

5.1.4 สรุปผลการศึกษาทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน และ ประสบการณ์การทำงาน

พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-25 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ
ปริญญาตรี ตำแหน่งเป็นนักศึกษาฝึกงาน และตำแหน่ง PR และ Marketing ประสบการณ์การ
ทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปี รองลงมา คือ 1-3 ปี

2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับ จัดงานคอนเสิร์ต

2.1 สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) อยู่ในระดับโดยรวมมาก ด้าน
ความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้
อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องมีความรู้พื้นฐานตรงตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้าน
ทักษะ พบว่า ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม และการร่วมมือวางแผนเป็นหมู่คณะ และต้องมี
ทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจรรย์ญาณและการแก้ปัญหา ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต
และด้านคุณลักษณะ พบว่า ต้องมีปฏิญาณ ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้า
ตัดสินใจ และต้องมีความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้าน
เวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้

2.2 สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) อยู่ในระดับโดยรวมมาก ด้านความรู้
พบว่า ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต ความรู้เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรม
ไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ ด้านทักษะ ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและ
ความสามารถในการปรับตัว เพื่อกาเปลี่ยนแปลง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ ต้องมี
ทักษะการประสานงานและการนำเสนองานทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้ชัดเจน กระชับและมี
ตรรกะ และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบงานคอนเสิร์ตและ
ความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ มีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด
รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใฝ่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา

2.3 สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด ด้าน
ความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์การ มีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
ขององค์การ และ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัด

คอนเสิร์ต ด้านทักษะ พบว่า ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก การประสานงานกับทีมงาน และ ทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ มีความยืดหยุ่น และปรับตัวได้รวดเร็ว

2.4 สมรรถนะหลัก (Core Competencies) อยู่ในระดับโดยรวมมาก ด้านความรู้ ต้องมีความรู้การตลาดและการขายธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ความรู้ในงานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะชีวิตและการบริการอย่างมืออาชีพ และด้านคุณลักษณะ อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด พบว่า ต้องอุทิศตนให้กับงานและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า มีความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ

2.5 สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุด ด้านความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน และ ต้องมีทักษะการนำเสนอและการเล่าเรื่อง ทักษะเบื้องต้นการจัดงานคอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบออนไลน์และ onsite และแบบผสมผสาน และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ มีความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน และ ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม

2.6 สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) อยู่ในระดับโดยรวมมากที่สุดด้านความรู้ พบว่า การบริหารจัดการฝูงชนและความปลอดภัยภายในงานคอนเสิร์ต และการบริหารจัดการการลงทะเบียน การขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ ทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต และด้านคุณลักษณะ ต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ พร้อมในการทำงาน ตั้งตัวอยู่เสมอ ช่างสังเกต และใส่ใจรายละเอียดรอบด้าน มีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ชยัน อดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน

2.7 สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) อยู่ในระดับโดยรวมมาก ด้านความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และต้องมีความรู้ในการคิดค้น ทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีคุณค่าและการเพิ่มผลผลิตและการรู้รับผิดชอบ

2.8 สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) อยู่ในระดับโดยรวมมาก ด้านความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ความรู้ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการและยึดมั่นในมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ มีความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ

3) สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

3.1 ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผนกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมขององค์กร ที่สำคัญคือ ต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆทั้งแบบออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3.2 ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องใช้ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง และต้องมีคุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่าบุคคลทั่วไป เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

4) สรุปผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อหาค่าอำนาจการพยากรณ์ของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ตัวแปรอิสระมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 8 ตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า มาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เมื่อพิจารณาตัวแปรมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต พบว่า มีตัวแปร 8 ตัวที่มีอิทธิพลทางบวกต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) เมื่อจำนวนหน่วยของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) เพิ่มขึ้น 0.318 หน่วย (31.8 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) เพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้น 0.231 หน่วย (23.1 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) 0.224 หน่วย (22.4 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะ

ส่วนบุคคล (Personal Competencies) เพิ่มขึ้น 0.221 หน่วย (22.1 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) เพิ่มขึ้น 0.201 หน่วย (20.1 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) เพิ่มขึ้น 0.194 หน่วย (19.4 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) เพิ่มขึ้น 0.175 หน่วย (17.5 เปอร์เซ็นต์) สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) เพิ่มขึ้น 0.164 หน่วย (16.4 เปอร์เซ็นต์) ตามสมการถดถอยพหุคูณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.1.5 สรุปผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 5) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1) การพัฒนาระบบนิเวศในการทำงาน (Ecosystem) ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้องค์กรมีสภาพแวดล้อมและระบบการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการพัฒนากรอบความคิดและกรอบทักษะ สำหรับการทำงานและการดำเนินชีวิตท่ามกลางความท้าทายในยุคดิจิทัลและศตวรรษที่ 21

2) การพัฒนารอบทักษะ (Skillsets) การทำงานในยุคดิจิทัลและศตวรรษที่ 21 และการสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอีเวนต์ ประกอบด้วยการพัฒนาทักษะที่มีอยู่เดิม ทักษะใหม่เพิ่มเติม และทักษะทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1. ทักษะวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับงาน (Hard Skill) 2. ทักษะทางสังคม (Soft Skill) และ 3. ทักษะทางธุรกิจ (Business Skill)

3) การพัฒนามาตรฐานการรับรองใหม่ (New Standard) สำหรับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตได้เปรียบในการแข่งขันสามารถดำเนินการได้อย่างปลอดภัยจากโควิด-19 มีแผนการจัดการความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส โดยมีมาตรฐานสากลและการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดงาน

4) การพัฒนาทุนมนุษย์อุตสาหกรรมอีเวนต์ (Human Capital) ซึ่งได้รับการออกแบบมาเพื่อวิจัยและพัฒนา ศึกษาความต้องการจำเป็นร่วมกันระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา จัดหากำลังคนที่มีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมอีเวนต์ เพื่อจัดการกับความท้าทายหลังเผชิญวิกฤตโควิด-19 โดยแผนพัฒนาดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะทรัพยากรมนุษย์ด้านอีเวนต์ในประเทศไทยและภูมิภาคท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของแผนฟื้นฟูอุตสาหกรรมอีเวนต์ของประเทศไทย

5) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีกรอบความคิด (Mindset) ในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง โดยมุ่งเน้นกรอบความคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) ที่ให้ประโยชน์ส่วนรวมและทำงานบนหลักคุณธรรม เพื่อร่วมกันสร้างองค์กรที่ทันสมัย เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า และเชื่อถือไว้วางใจได้

6) การพัฒนาและยกระดับทักษะของผู้ประกอบการ หน่วยงานของรัฐบาล ภาคเอกชน ให้มีชุดทักษะที่จำเป็นเพื่อตอบสนองต่อความท้าทายที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งครอบคลุมทักษะที่สำคัญและจำเป็นสำหรับการทำงานในธุรกิจอุตสาหกรรมอีเวนต์

7) การพัฒนาทักษะการทำงานในรูปแบบใหม่ เพื่อพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ฝึกฝนเพื่อนงานที่มีทักษะสูงขึ้นไป และได้ค่าตอบแทนที่ดีกว่า พร้อมขยายการศึกษาและฝึกอบรมทักษะให้คนรุ่นใหม่ เพื่อยกระดับและเตรียมแรงงานให้พร้อมรับเศรษฐกิจหลังโควิด

8) การพัฒนาความร่วมมือและประสานพลังในองค์กร การสร้างแบบอย่างของความร่วมมือและการมีส่วนร่วม สร้างวัฒนธรรมของการแบ่งปันความรู้และทรัพยากร สร้างความแข็งแกร่งในองค์กร ให้เกิดการถ่ายทอดทักษะการทำงานแบบข้ามสายงาน และสร้างผู้นำที่เข้มแข็งและมีผลผลิตด้านความสัมพันธ์ ความร่วมมือ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 อภิปรายผลการศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อประเมินองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สรุปและอภิปรายผลการวิจัยดังนี้ องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ประกอบด้วย 8 สมรรถนะสำคัญ ได้แก่ 1. **สมรรถนะส่วนบุคคล** ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ และ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนด มาตรการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และงานอีเวนต์อื่นๆ ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม และการร่วมมือวางแผนเป็นหมู่คณะ และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีปฏิญาณ ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้าตัดสินใจ 2. **สมรรถนะเฉพาะงาน** ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมี

ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยี เกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการวางแผนงานและกระบวนการทำงานสำหรับงานคอนเสิร์ต และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใส่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติม ตลอดเวลา **3. สมรรถนะองค์การ** ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้า ขององค์การ ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม และ ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว **4. สมรรถนะหลัก** ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้การตลาดและการขายธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ และ ต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ **5. สมรรถนะในงาน** ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้และแนวทางการ ตกแต่งสถานที่ ออกแบบแสง สี เสียง และ ธีมงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการเจรจา ติดต่อบริษัทและทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ **6. สมรรถนะทางการจัดการ** ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง) ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ รวมถึงทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รับมือกับสถานการณ์ความกดดัน และความเครียดที่เกิดในงานได้ และ ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา **7. สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ** ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้ในการบริหารองค์กร และ ต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุนจัดการ ควบคุมงบประมาณ ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในตนเอง และ **8. สมรรถนะทางด้านธุรกิจ** ประกอบด้วย ด้านความรู้ ต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจคอนเสิร์ต รวมถึงด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองในธุรกิจ และการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจจัดคอนเสิร์ต และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบและมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต

ทั้งนี้เนื่องจากสมรรถนะทั้ง 8 ด้าน ประกอบด้วยความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ตาม การศึกษาของ (McClland (1973) และ Spencer and Spencer (1993) ที่พบว่าสมรรถนะคือ ผลการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ ที่เกิดจากความรู้อ ทักษะ และคุณลักษณะหรือพฤติกรรมที่แสดงออก และ ชูชัย สมิติไกร (2556) พบว่าประกอบด้วย 4 ประเภท ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ เช่น อุปนิสัย ทักษะบุคลิกภาพ ซึ่งสามารถวัดได้ และสมรรถนะดังกล่าว ต้องเหมาะสมกับวิสัยทัศน์ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์กร และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ การศึกษาของ นพรัตน์ เฝ้าพัฒนา (2564) ศึกษาเรื่อง โอกาสและความท้าทายในยุคหลังโควิด-19 กับการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืน พบว่าแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาใน ยุคหลังโควิด-19มีความท้าทายในเรื่องการพลิกโฉมของทักษะที่จำเป็นเพื่อตอบสนองต่อความ ต้องการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือเรียกได้ว่าเป็นทักษะแห่งความเป็นจริง (Reality skills) โดยกลุ่มทักษะที่ใช้ในการทำงาน (Hard skills - Problem-solving, Technology use and development) และกลุ่มทักษะทางสังคม (Soft skills - Self-management, Working with people) ต่างมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันในขณะที่ความต้องการรูปแบบการเรียนรู้ ของพนักงานก็มีความหลากหลายมากขึ้นด้วย องค์กรจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเร่งโครงการพัฒนา ทักษะกำลังคนอย่างเร่งด่วน แต่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัดความร่วมมือของทุกภาคส่วนจะเป็นกลไก สำคัญในการเร่งให้เกิดการพัฒนาได้อย่างรวดเร็วผ่านโครงการรูปแบบอื่นๆ ที่ไม่ได้เป็นการเรียน การสอนแบบพึ่งพาวิทยากรเท่านั้น แต่สามารถทำเป็นรูปแบบการเรียนรู้แบบโครงการได้ด้วย เช่น การฝึกงานออนไลน์ (Virtual internship) ของบริษัท เวสเทิร์นดิจิทัล ประเทศไทย (Pride Award, PMAT HR Innovation Award 2020, COVID-19 Track) (Mak, 2021) หรือผ่านการเรียนการสอน ระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Open Online Course, MOOC) (มนต์อมร ปรีชาวัฒน์, 2561) แต่การที่จะได้มาซึ่งความรู้ ทักษะ ทักษะบุคลิกภาพ ที่ตรงกับความต้องการในงานที่เปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลานั้น แค่การเรียนรู้ผ่านชั้นเรียนคงไม่พอ จำเป็นต้องมีการปรับมุมมองและแนวความคิด ด้านการเรียนรู้ของทั้งผู้เรียนและผู้สอนด้วย

ประกอบกับ สุวิทย์ เมนทรี (2563) ได้แนะนำโมเดลกระบวนการเรียนรู้ในโลกหลังโควิด ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. รักที่จะเรียนรู้ (Love to Learn) 2. รู้ที่จะเรียน (Learn to Learn) 3. เรียนรู้ที่จะรอด (Learn to Live) และ 4. เรียนรู้ที่จะรัก (Learn to Love) นอกจากนี้การ ฝึกอบรมและพัฒนาที่ดีมีคุณภาพจะต้องออกแบบ ให้สอดคล้องกับระบบอื่น ๆ ด้วย เช่น ระบบการ บริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management) ระบบการพัฒนาสายอาชีพ (Career development) การบริหารคนเก่ง (Talent management) เป็นต้น เพื่อเป็นการติดตามผลลัพธ์และ

การมีประสิทธิผลของโครงการฝึกอบรมและพัฒนาว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ ยังมีช่องว่างทางทักษะใดที่ลดลงหรือเพิ่มขึ้นบ้าง มีทักษะใดที่ยังจำเป็นอยู่หรือไม่ จำเป็นอีกต่อไปแล้วหรือไม่ รวมถึงการเติบโตทางสายอาชีพของพนักงานจะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาส่วนบุคคลให้แก่พนักงานและผู้นำองค์กรในอนาคตอีกด้วย ซึ่งการเติบโตทางสายอาชีพของพนักงานนี้ถือเป็นการสร้างต้นแบบ (Role model) ให้แก่พนักงานที่มีการพัฒนาและได้เติบโตภายในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งเป็นการกระตุ้นบรรยากาศการเรียนรู้ในองค์กรเป็นอย่างดี

5.2.2 อภิปรายผลการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนสำหรับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สรุปและอภิปรายผลการวิจัยดังนี้ ระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่าน สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) สมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) และ สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน และระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกันระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) มีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน และระดับความคิดเห็นของผู้บริหารภาครัฐ และภาคเอกชนผ่านขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ภาคเอกชนมีความคิดเห็นด้านขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ที่สำคัญมากกว่าภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

ทั้งนี้เนื่องจาก Issak (1981) ความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงออกทางคำพูดหรือ คำตอบที่บุคคลได้แสดงออกต่อสถานการณ์ใด สถานการณ์หนึ่ง โดยเฉพาะจากคำถามที่ได้รับ ทั่วไป โดยปกติแล้วความคิดเห็นต่างจากเจตคติ คือ ความคิดเห็นจะเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และ Good (1973) ความเชื่อความคิดหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่ และ ความคิดเห็น ยังเกิดจากการแสดงออกทางด้านความรู้สึก ความเชื่อ และการตัดสินใจต่อ สิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยอาศัยความรู้ การรับรู้ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมใน ขณะนั้น และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสตารักษ์ เวชยานนท์ (2012) เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของการนำเอากรอบสมรรถนะมาใช้ในองค์การภาครัฐและ ภาคเอกชนของไทย โดยศึกษาและเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนของ ไทย พบว่า เหตุผลในการนำกรอบสมรรถนะมาใช้มีความแตกต่างกัน โดยองค์การภาคเอกชนให้ เหตุผลว่าต้องการเป็นองค์การที่มีผลการปฏิบัติงานสูง ขณะที่องค์การภาครัฐนำแนวคิดนี้มาใช้ เพราะเป็นนโยบายจากผู้บริหาร ในประเด็น กระบวนการสร้างกรอบสมรรถนะ องค์การภาครัฐจะ นิยมการว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาจากภายนอกมาช่วยพัฒนากรอบสมรรถนะให้ ในขณะที่ ภาคเอกชนนิยมพัฒนากรอบสมรรถนะขึ้นภายในองค์การเอง ด้านการนำกรอบสมรรถนะมา ปฏิบัติงานด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ พบว่า องค์การภาคเอกชนได้นำกรอบสมรรถนะไปใช้ ในระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในทุกระบบ ขณะที่องค์การภาครัฐไม่ได้เอาเรื่องกรอบ สมรรถนะไปใช้ในการพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพการดำรงรักษาบุคลากร อีกทั้งผลที่ภาคเอกชน ได้รับจากการนำกรอบสมรรถนะมาใช้ยังสูงกว่าภาครัฐในทุกด้าน อย่างไรก็ตามทั้งภาครัฐและ ภาคเอกชนต่างก็ประสบปัญหาและอุปสรรคในการนำกรอบสมรรถนะมาใช้ไม่แตกต่างกัน โดยเฉพาะปัญหาการขาดพันธมิตรผู้พันร่วมกันในการนำกรอบสมรรถนะมาใช้ในองค์การ และ สอดคล้องกับ ปริมกนกพัช วงศ์ทวีรัตน์ (2557) วิจัยเรื่อง นโยบายการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหาร กิจการการบริการจัดงาน ผลวิจัย พบว่า การจัดทำและการพัฒนาสมรรถนะจะต้องดำเนินการแบบ มีส่วนร่วม โดยการศึกษาความคิดเห็นของทั้งสองฝ่าย และการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและ ภาคเอกชน เพื่อการจัดทำและพัฒนาสมรรถนะ โดยภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านการวิจัย การ อบรมเพื่อการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรธุรกิจการบริการจัดงาน ทั้งนี้ต้องประสานความ ต้องการของภาคธุรกิจ ส่วนภาคธุรกิจมุ่งเน้นด้านการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การ ทำงานมาปรับใช้ ทั้งนี้นำไปสู่การกำหนดแนวนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมรรถนะ ผู้บริหารกิจการการบริการจัดงานที่มีประสิทธิภาพ

5.2.3 อภิปรายผลการศึกษารองค้ประกอบเชิงยืนยันขององค้ประกอบมาตรฐาน สมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์องค้ประกอบเชิงยืนยันขององค้ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค้ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค้ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.70-0.83 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค้ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณลักษณะ พบว่า ค่าน้ำหนักองค้ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.90-0.96 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว ทั้งนี้เนื่องจาก Saentong (2003) และ Khongkhasawat (2005) ระบุว่า สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competency) หมายถึง คุณสมบัติ (หรือคุณลักษณะ) เฉพาะของแต่ละบุคคลที่มีความสามารถพิเศษที่จะช่วยส่งเสริมให้การปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จได้ดีเป็นพิเศษ เป็นความสามารถที่มีเฉพาะตัวของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเท่านั้น ถือเป็นความสามารถเฉพาะตัวที่ยากต่อการเรียนรู้หรือลอกเลียนแบบได้ประกอบกับ Boyatzis (1982) กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง กลุ่มของความสามารถ ที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งกำหนดพฤติกรรมของบุคคล เพื่อให้บรรลุถึงความต้องการของงานภายใต้ปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค้กร และทำให้บุคคลมุ่งมั่นไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิชญ์ จันทรฉาย และอรุณทัย พงษ์วาท (2556) ที่พบว่า ตัวแบบสมรรถนะสำหรับนักศึกษา แบ่งสมรรถนะออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ด้านความรู้ ประกอบด้วย ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการทางธุรกิจ และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานในแต่ละแผนกของธุรกิจ 2) ด้านทักษะ ประกอบไปด้วย ทักษะด้านภาษา ทักษะการมุ่งเน้นบริการลูกค้า ทักษะความเข้าใจและหยั่งรู้ถึงความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ทักษะการแก้ไขปัญหา และทักษะในด้านสารสนเทศที่เกี่ยวกับการใช้งานซอฟต์แวร์ และ 3) ด้านทัศนคติและพฤติกรรมประกอบด้วย ความรักในงานบริการ ความคิดเชิงบวก การมีใจที่เปิดกว้าง และการมีความเป็นมืออาชีพ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Shariff & Abidin (2014) ที่พบว่า สมรรถนะส่วนบุคคลของบัณฑิตที่อุตสาหกรรมรับรู้ ประกอบไปด้วย 40 สมรรถนะ สมรรถนะที่สำคัญมากที่สุด ประกอบไปด้วย 12 สมรรถนะ ได้แก่ การทำงานเป็นทีม ทักษะการเรียนรู้ การบริการลูกค้า ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ ความสัมพันธ์

ระหว่างบุคคล การตลาด การสื่อสาร ความริเริ่ม การแก้ปัญหาความขัดแย้ง ความยืดหยุ่น การแก้ปัญหา และสมรรถนะที่สำคัญมาก ประกอบไปด้วย 27 สมรรถนะ ได้แก่ ความสามารถในการเสนอข้อมูล ความสามารถในการสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน ทักษะทางวิชาชีพในการทำงาน ความสามารถในการเป็นตัวแทน การวางแผนและการปฏิบัติการ เครือข่ายการทำงาน ทักษะการอ่าน ทักษะการเขียน การเป็นพี่เลี้ยง วิสัยทัศน์ การติดตาม การควบคุมทรัพยากร การวางแผนกลยุทธ์ การสร้างสรรค์ ทักษะการจดจำ ทักษะการประสานงาน การคิดวิเคราะห์ การเตรียมงบประมาณ ทักษะทางคอมพิวเตอร์ ความเข้าใจ องค์กร ทักษะผู้ประกอบการ ความสามารถในการใช้เครื่องมือ การรับรู้เทคโนโลยี ทักษะพื้นฐานทางธุรกิจ ทักษะทางการคำนวณ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.69-0.82 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณลักษณะ พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.85-0.90 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว ทั้งนี้เนื่องจาก Saentong (2003) พบว่า สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) เป็นความสามารถเฉพาะบุคคลที่ตำแหน่งหรือบทบาทนั้นๆ ต้องการเพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับ Boam and Sparrow (1992) กล่าวว่า สมรรถนะหมายถึง กลุ่มของคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่บุคคลจำเป็นต้องมีในการปฏิบัติงานในตำแหน่งหนึ่งๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่ความรับผิดชอบประสบความสำเร็จ และผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jotikasthira (2014) ได้ศึกษาเรื่องการเพิ่มสมรรถนะในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและการจัดงานแสดงสินค้าสู่การจ้างงานตามสมรรถนะพื้นฐานและการเลื่อนตำแหน่งมุมมองของนักบริหารการขาย มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความชัดเจนของรูปแบบสมรรถนะที่บ่งชี้ถึงการเข้าถึงการเรียนรู้ระยะยาวและการจัดการความท้าทายขององค์กร โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 กลุ่มประกอบไปด้วยผู้จัดการ หัวหน้าส่วนงาน พนักงาน ตัวแทนจำหน่าย และลูกค้า ผลการศึกษาพบว่าสมรรถนะที่บุคลากรต้องแสดงออกก่อนการก้าวสู่ตำแหน่งนักบริหารการขายในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า ประกอบไปด้วย

ทักษะการคิด (ระบบความคิด การวิเคราะห์และการเสนอแนวความคิดรวบยอด) ความเข้าใจ
 โครงการและการป้องกันปัญหา ทักษะการสร้างคำถาม ทักษะทางสังคม มนุษยสัมพันธ์
 ประสพการณ์ทำงาน บุคลิกภาพ ทักษะการมุ่งสู่เป้าหมาย เครือข่ายส่วนตัวเครือข่ายการทำงาน
 การควบคุมอารมณ์ มารยาททางสังคม การสังเกต การมีใจรักบริการ หลักการทำงาน การ
 เตรียมการ ความอดทน การทำงานใต้ภาวะความกดดัน ความยุติธรรม การปรับตัว ความซื่อสัตย์
 และความเสียสละ สอดคล้องกับสมรรถนะในงานของ Chaicharoenthaweekit & Jarinto (2015)
 ได้ศึกษาเรื่องแนวทางสำหรับการพัฒนาสมรรถนะของผู้จัดการบริษัทนำเข้าเที่ยว: กรณีศึกษาการ
 เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่พบว่า การพัฒนา
 สมรรถนะตามแนวทางของผู้จัดการบริษัทนำเข้าเที่ยว ประกอบไปด้วย 20 สมรรถนะ ได้แก่ การ
 จัดการวัฒนธรรมองค์กรการจัดการความเปลี่ยนแปลง การจัดการตนเอง การจัดการเวลา การ
 พัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการการจัดการองค์กรแห่งการเรียนรู้ การประเมินผลคุณภาพ การ
 จัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการกลยุทธ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการการเงิน การจัดการ
 ทีม การสื่อสาร ความปลอดภัยในการทำงาน การแก้ปัญหา การควบคุมคุณภาพ การจัดการ
 ความรู้ การตลาด จริยธรรม และการประสานงาน

3. สมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิง
 ประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า
 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.71-
 0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่
 สำคัญของสมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนัก
 องค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละ
 ปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.72-0.77 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว ทั้งนี้
 เนื่องจาก Saentong (2003) พบว่า สมรรถนะองค์กร เป็นความสามารถที่เป็นลักษณะเฉพาะของ
 องค์กรที่มีส่วนทำให้องค์กรนั้นไปสู่ความสำเร็จและเป็นผู้นำในด้านนั้นๆได้ และผลการวิจัยครั้งนี้
 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพล รุ่งเรือง และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล (2558) ที่พบว่า สมรรถนะ
 องค์กรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ประกอบไปด้วย 4
 องค์ประกอบ รวม 14 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านการบอกต่อเชิงบวก จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะการ
 สื่อสาร ทักษะการประสานงาน มีจิตบริการ และการรองรับชาวทางการตลาด 2) ด้านการกลับมาใช้

บริการซ้ำ จำนวน 3 ตัวแปร ดังนี้ ทักษะการสื่อสาร และความรู้เกี่ยวกับลูกค้า เขาวนปัญญา 3) ด้านการมีส่วนร่วมในการปกป้อง จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะต้นทุนกำไรเบื้องต้น ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ทักษะคิดเชิงบวกเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน และทักษะการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ 4) ด้านองค์ประกอบโดยรวม จำนวน 3 ตัวแปร คือ ทักษะการสื่อสาร ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า และทักษะการประสานงาน สอดคล้องกับ Puteh et al. (2016) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะหลักของบุคลากรและความเป็นเลิศขององค์กร: การวิเคราะห์การสื่อความหมาย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพในองค์กรสู่การเป็น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งปรับปรุงสมรรถนะบุคลากรสู่การปฏิบัติงานเพื่อองค์กร และสร้างสมรรถนะบุคลากรที่เหมาะสมในแต่ละตำแหน่งงาน ผลการศึกษาพบว่าความเป็นเลิศขององค์กร จำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะหลักที่สำคัญ 4 สมรรถนะ ได้แก่ สมรรถนะการทำงาน สมรรถนะการสื่อสาร สมรรถนะความเป็นผู้นำและสมรรถนะความรู้และความเข้าใจ

4. สมรรถนะหลัก (Core Competencies) โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.71-0.88 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะหลัก (Core Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.74-0.84 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว ทั้งนี้เนื่องจาก Samithikrai (2009) ที่ระบุว่า สมรรถนะหลัก (Core Competency) คือ สมรรถนะที่บุคลากรในองค์กรจำเป็นต้องมีเหมือนกันทุกคนไม่ว่าจะอยู่ในสายงานใดหรือระดับใดก็ตาม ประกอบกับ Parry (1998) ที่ว่า สมรรถนะ หมายถึง ความรู้ ทักษะ ทักษะคิด ของบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อผลสัมฤทธิ์ในการทำงานของบุคคลนั้นๆ เป็นบทบาทหรือความรับผิดชอบหลัก ซึ่งสัมพันธ์กับผลงานและสามารถวัดค่าเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานและสามารถพัฒนาได้โดยการฝึกอบรม และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hui-Wen (2014) ศึกษาเรื่อง การสร้างแบบจำลองขีดความสามารถสำหรับมืออาชีพระดับนานาชาติในอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า มีงานวิจัยไม่มากนักที่ศึกษาด้านสมรรถนะความเป็นมืออาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ จึงศึกษา เรื่อง ความรู้ ความสามารถ ทักษะด้านการบริหาร และการดำเนินงาน มุ่งเน้นการค้นหาสมรรถนะหลัก 3 ด้าน คือ ด้านวัฒนธรรมข้ามชาติ ด้านการสื่อสาร และด้านการเป็นมืออาชีพ สำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรม

ไมซ์ระดับนานาชาติ พบว่า ด้านการเป็นมืออาชีพเป็นสมรรถนะหลักที่สำคัญที่สุดที่มีอาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องมี รองลงมา คือ ด้านการสื่อสาร และด้านวัฒนธรรมข้ามชาติ ตามลำดับ

5. สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) สรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.78-0.93 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะในงาน (Functional Competencies) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.84-0.87 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว ทั้งนี้ เนื่องจาก Khongkhasawat (2005) และ สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ (2549) พบว่า สมรรถนะตามตำแหน่งงาน (Functional Competency) หมายถึง คุณสมบัติ (หรือคุณลักษณะ) ของผู้ดำรงตำแหน่งที่ควรจะมีในตำแหน่งนั้นๆ และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jauhari (2006) ที่พบว่า สมรรถนะของอาชีพในอุตสาหกรรมบริการในมุมมองของอินเดีย ในงานวิจัยนี้ได้อ้างอิงถึงสมรรถนะที่สำคัญๆ ในการประกอบอาชีพทางด้านอุตสาหกรรมบริการไว้ค่อนข้างหลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะกล่าวถึงสมรรถนะทางการจัดการ (managerial competency) สมรรถนะต่าง ๆ ประกอบด้วย ความเข้าใจปัญหาของลูกค้า ความไวในการตอบสนองประเด็นปัญหาของลูกค้า การแสดงความเป็นมืออาชีพและควมมีคุณธรรม ความสามารถในการสื่อสาร โดยวาจาและการเขียน การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การจัดการเวลา ความยืดหยุ่นและความสามารถในการประยุกต์การพัฒนาตนเอง ความมุ่งมั่นในเรื่องคุณภาพ ความเป็นผู้นำ ทักษะในการประสานงานและทำงานร่วมกับผู้อื่น และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับผู้จัดการทางด้านธุรกิจบริการว่าควรมีสสมรรถนะดังต่อไปนี้ ความเข้าใจในโลกาภิวัตน์ในเรื่องของความหลากหลายแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรม การมุ่งเน้นในการบริการลูกค้า ความใส่ใจในการจัดการต้นทุน ความเข้าใจในเรื่องผลกำไรและการคืนทุน ความสามารถในการเข้าใจแนวโน้มทางการตลาด ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม ความมุ่งมั่นในการทำงาน

6. **สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)** โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.70-0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 13 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.77-0.83 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว ทั้งนี้เนื่องจาก Blancer, Boroski and Dyer (1996), Nolan (2010) Donna Fletcher และ Julie Dunn, and Rosemary Prince. (2009) พบว่า สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) คือ การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการงานที่ปฏิบัติอยู่ รวมไปถึงการบริหารจัดการบุคคลที่เกี่ยวข้อง ประสานงานกับส่วนอื่น ตลอดจนมีทักษะในการรับคำสั่งและถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liaman (2014) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะและคุณลักษณะของบุคลากรด้านการจัดการเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจบริการ รวมถึงการศึกษาสมรรถนะและคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการจัดตั้งธุรกิจบริการในเมืองปราก ประเทศเช็กเกีย การศึกษาพบว่ามีสมรรถนะและคุณลักษณะที่ถูกเลือกจำนวน 14 ตัวแปรจากกลุ่มลูกจ้าง ได้แก่ การเรียนรู้และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนำเสนอคุณภาพของสินค้าและบริการ ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า การปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ การจัดการเวลา การแสดงออกทางมารยาทและจริยธรรม การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ การฟังอย่างมีวิจารณญาณ ความเคารพผู้อื่นการกระตุ้นให้ผู้อื่นให้เห็นมุมมองและแนวคิดที่ชัดเจน การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งชั้นการจัดการความขัดแย้ง การนำเสนอมุมมองและรูปแบบที่ชัดเจน และการเข้าใจความเสี่ยงนอกจากนี้ทางด้านมุมมองของนายจ้างพบว่ามีสมรรถนะและคุณลักษณะที่ถูกเลือก จำนวน 9 ตัวแปรได้แก่ กลยุทธ์ทางความคิด การดำเนินงานด้วยเหตุผล การวางแผนและการจัดการ การแก้ปัญหาการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การมุ่งบริการลูกค้า การรับรู้ทางภาวะการเงิน ความกระตือรือร้น และการทำงานเป็นทีม

7. **สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)** สรุปลงได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 14 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาด

ตั้งแต่ 0.65-0.86 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 14 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.71-0.80 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว ทั้งนี้เนื่องจาก Khongkhasawat (2005) พบว่า สมรรถนะของความเป็นผู้นำ (Leadership Competency) หมายถึง คุณสมบัติ (หรือคุณลักษณะ) ที่หมายถึงการเป็นผู้นำโดยทั่วไป สมรรถนะที่กำหนดสำหรับคนที่จะไปรับตำแหน่งผู้บริหาร หรือหัวหน้างาน ว่าจะต้องมีคุณสมบัติงานอย่างไรบ้างในตำแหน่งนั้นๆ และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริมกนกพัช รงค์ทวิรัตน์. (2558) ที่พบว่า สมรรถนะของอาชีพการบริการจัดการงาน มีวัตถุประสงค์หลักของอาชีพการบริการจัดการงาน 1 วัตถุประสงค์ 2 บทบาทหลัก 5 หน้าที่หลัก 17 หน่วยสมรรถนะ และสมรรถนะ 91 สมรรถนะย่อย วัตถุประสงค์หลักของอาชีพบริหารกิจการการบริการจัดการงาน คือ พัฒนาการจัดการงานอีเวนต์ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ตามความต้องการของลูกค้า คือ (1) วางแผนการบริหางาน (2) ดำเนินกิจกรรมตามแผน และหน้าที่หลัก 5 หน้าที่ ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่การปฏิบัติงานเบื้องต้น ของผู้บริหารกิจการการบริการจัดการงาน คือ (1) พัฒนารูธุรกิจ (Business Development) (2) ออกแบบกิจกรรม (Designer) (3) วางแผนกิจกรรม(Creative) (4) จัดกิจกรรมตามแผน (Producer) (5) บริหารความต้องการของลูกค้า (Account Executive) งานหลักของผู้บริหารบริการเหตุการณ์คือการจัดการเหตุการณ์ พวกเขายังทำงานร่วมกับหน่วยประสิทธิภาพ 17 หน่วยเพื่อให้แน่ใจว่าเหตุการณ์จะดำเนินไปอย่างราบรื่น (1) การวิจัยธุรกิจอีเวนต์หาช่องทางพัฒนา (2) การปรับกลยุทธ์การต่อรอง (3) การหาข้อสรุปการ ดำเนินการ (4) การประเมินความต้องการของลูกค้า (5) การหาลูกค้าเพิ่ม (6) การกำหนดเป้าหมายกิจกรรม(7) การวิเคราะห์กิจกรรม (8) การเขียนขั้นตอนกิจกรรม (9) การประเมินความเป็นไปได้ของขั้นตอนกิจกรรม(10) การนำเสนอลูกค้า (11) การประสานความต้องการทางธุรกิจ (12) การติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง (13) การประชุมจัดเตรียมงานกิจกรรม (14) การควบคุม การดำเนินงาน (15) การประสานข้อตกลงทางธุรกิจกับลูกค้า (16) การประเมินผลกิจกรรม (17) การดำเนินการทางบัญชี และอีก 91 สมรรถนะย่อย โดยค้นพบว่าสมรรถนะที่ต้องการพัฒนาเร่งด่วน ได้แก่ (1) วิเคราะห์ประเด็นปัญหาต่างๆ อย่างเป็นระบบ (2) กำหนดความต้องการของลูกค้าแบบมีส่วนร่วม (3) วิเคราะห์ความต้องการเพื่อประเมินความเป็นไปได้ และ (4) เขียนทางเลือกกิจกรรมได้ (5) ทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการได้

8. สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัว พบว่า

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.74-0.92 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 3 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.80-0.86 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว ทั้งนี้เนื่องจาก Blanceró, Boroski and Dyer (1996) พบว่า สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) คือ การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในประเภทธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่องค์กรประกอบธุรกิจอยู่ ซึ่งสามารถส่งเสริมให้การทำงานดียิ่งขึ้น และช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาฆฤกษ์ ชูช่วย (2556) ที่พบว่า สมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อรองรับ AEC: กรณีศึกษา ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจสปาตามมาตรฐานการดำเนินธุรกิจสปาไทยที่เป็นเลิศสู่ตลาดโลก รวมทั้งเปรียบเทียบสมรรถนะปัจจุบันกับสมรรถนะตามมาตรฐาน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจสปา โดยใช้การศึกษาเอกสารเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจสปาตามมาตรฐานการดำเนินธุรกิจสปาไทยที่เป็นเลิศสู่ตลาดโลกมาสร้างข้อคำถาม และจัดการสนทนากลุ่ม โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มธุรกิจสปารายใหม่ และกลุ่มธุรกิจสปาที่ประสบความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรมีสมรรถนะสำคัญ 3 สมรรถนะ ได้แก่ 1) สมรรถนะหลัก ประกอบด้วย ทักษะ ความรู้ และความเข้าใจในมาตรฐานธุรกิจ รวมถึงการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจสปา 2) สมรรถนะทางการบริหาร ประกอบด้วย ทักษะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน การให้อำนาจ การติดตามความก้าวหน้า และการจัดการกับความเปลี่ยนแปลง และ 3) สมรรถนะตามหน้าที่ ประกอบด้วย การคิดวิเคราะห์ และการมองภาพรวม และ ปริมกนกพัช วงศ์ทวีรัตน์ (2558) ที่พบว่า การดำเนินการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารกิจการบริการจัดงาน โดยสร้างความเข้มแข็งภายในภาคธุรกิจ เช่น สมรรถนะด้านภาษา การสื่อสาร และการทำงานข้ามวัฒนธรรม การเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการบนฐานความเป็นไทย สร้างนวัตกรรม และต่อยอดองค์ความรู้ ทักษะเดิม พร้อมเพิ่มเติมทักษะใหม่ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

9. ชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต พบว่าโมเดล สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปร สังเกตได้ทั้ง 10 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่าเป็น บวก มีขนาดตั้งแต่ 0.74-0.89 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ ทั้ง 10 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของชีตความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 2 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.82-0.87 และมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว และพบว่า โมเดลการสร้างการพัฒนาศมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มชีตความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ใน ประเทศไทย สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 114 ตัว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกต ได้มีค่าเป็นบวก มีขนาดตั้งแต่ 0.63-0.90 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าตัวแปร สังเกตได้ทั้ง 114 ตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของการสร้างการพัฒนาศมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ใน ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มชีตความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ใน ประเทศไทยและเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยย่อย 114 ปัจจัย พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละปัจจัยมีค่าเป็นบวก มีขนาดสูงตั้งแต่ 0.66-0.91 และมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว แสดงว่าปัจจัยย่อยทั้ง 26 ปัจจัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ของการสร้างการพัฒนาศมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มชีต ความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย

ทั้งนี้เนื่องจาก Rylatt & Lohan (1995) และ O' Hagan (1996) กล่าวว่า พบว่า ชีต ความสามารถเป็นเรื่องคุณลักษณะภายในบุคคลที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวพันรั และหนุนเสริมซึ่งกัน ทักษะ ความรู้ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของทรัพยากรมนุษย์ ที่จะ ประกอบกันและทำให้เกิดชีตความสามารถในการแข่งขันสำหรับธุรกิจ ดังนั้นชีตความสามารถใน การแข่งขัน จึงหมายถึงการที่บริษัทหรือประเทศสามารถที่สนองความต้องการด้านการอุปโภค บริโภคสินค้าหรือบริการด้วยราคาและคุณภาพที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ รายอื่น และมีผลตอบแทนเป็นกำไรคุ้มค่าเพียงพอกับปัจจัยการผลิตต่างๆที่ลงทุนไป โดยเฉพาะใน โลกยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงมากในทุกด้าน สิ่งสำคัญที่ทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้คือ ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นกำลังหลักสำคัญ โดยชีตความสามารถเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการ สร้างการพัฒนาศมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ

วีรวิชญ์ ปิยนนทศิลป์ และคณะ (2561) ทำการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน เป็นสิ่งที่สำคัญ และจำเป็นสำหรับผู้บริหารองค์กรเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรให้เกิดสมรรถนะทางการแข่งขันในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของสังคมโลกาภิวัตน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีหรือการต่างประเทศ ซึ่งถ้าหากผู้บริหารองค์กรไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรซึ่งอาจจะทำให้องค์กรขาดประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการและอาจจะส่งผลกระทบต่อองค์กรในระยะยาวได้ ดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน ประกอบด้วย การพัฒนาองค์กรเพื่อเตรียมพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาองค์กรคือ 1. การศึกษา(education) 2. การฝึกอบรม (training) 3. การสนับสนุน (supporting) 4. การพัฒนางาน (job development) 5. การพัฒนาปัจเจกบุคคล (individual development) และ 6. การพัฒนาองค์กร(organization development) และกรอบกลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรประกอบด้วย 1. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resource management) 2. การบริหารการเปลี่ยนแปลง(change management) 3. การบริหารความหลากหลาย (diversity management) 4. การจัดการความรู้ (Knowledge management) และ 5. ผู้นำเชิงกลยุทธ์ (strategic leader)

5.2.4 อภิปรายผลการศึกษาคัดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 เพื่อทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต จากผลการศึกษาผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลดังนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเบื้องต้นในบทที่ 2 พบ 8 สมรรถนะที่สำคัญ ประกอบด้วย 1.สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) 2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) 3. สมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) 4.สมรรถนะหลัก (Core Competencies) 5.สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) 6.สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) 7.สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) 8.สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) (Hamel and Prahalad (1994), R. E. Boyatzis (1982), Blancer, Boroski and Dyer (1996) McLagan (1997), Jauhari (2006), Nolan (2010), Khongkhasawat (2005), Akaraborworn (2006), Samithikrai (2009), Saentong (2003), Donna Fletcher, Julie Dunn, and Rosemary

Prince. (2009), ณรงค์วิทย์ แสนทอง (2546), จิรประภา อัครบวร (2549), จิรประภา อัครบวร และ กัลยาณี คุณมี (2547), เทียน ทองแก้ว (2545), รัชนี รื่นเรือง (2548), วราญ์ ศิริทรงศีล (2549), ธาณินทร อุดม (2540), เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล (2543), ดนัย เทียนพุ่ม (2546), อารังค์ศักดิ์ คงคา สวัสดิ์ (2548), สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ(2549), นุช สัทธาจัตรมงคล (2561); และ ปริมกนกพัช วงศ ทวีรัตน์ (2557) ซึ่งตรงกับผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)** โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องมีความรู้พื้นฐานตรงตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ด้านทักษะ พบว่า ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม และการร่วมมือวางแผนเป็นหมู่คณะ และต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจรณ์ญาณและการแก้ปัญหา ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต และด้านคุณลักษณะ พบว่า ต้องมีปฏิญาณ ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการกล้าตัดสินใจ และต้องมีความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้

2. **สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)** โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต ความรู้เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ ด้านทักษะ ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว เพื่อกาเปลี่ยนแปลงตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ ต้องมีทักษะการประสานงานและการนำเสนองานทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้ชัดเจน กระชับและมีตรรกะ และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงานคอนเสิร์ตและความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ มีไหวพริบ การช่างสังเกต ใฝ่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใฝ่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา

3. **สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)** โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์การ มีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์การ และ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ด้านทักษะ พบว่า ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอก การประสานงานกับทีมงาน และ ทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ มีความยืดหยุ่น และปรับตัวได้รวดเร็ว

4. **สมรรถนะหลัก (Core Competencies)** โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความรู้ ต้องมีความรู้การตลาดและการขายธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ความรู้ในงานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะชีวิตและการบริการอย่างมืออาชีพ และด้านคุณลักษณะ อยู่ใน

ระดับโดยรวมมากที่สุด พบว่า ต้องอุทิศตนให้กับงานและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า มีความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ 5. **สมรรถนะในงาน (Functional Competencies)** โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบงาน และต้องมีทักษะการนำเสนอและการเล่าเรื่อง ทักษะเบื้องต้นการจัดงานคอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ และแบบผสมผสาน และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาดและเรียนรู้อยู่เสมอ มีความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนในการทำงาน และ ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม 6. **สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency)** โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความรู้ พบว่า การบริหารจัดการฝูงชนและความปลอดภัยภายในงานคอนเสิร์ต และ การบริหารจัดการการลงทะเบียน การขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดสำหรับงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ ทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ พร้อมในการทำงาน ตั้งตัวอยู่เสมอ ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียดรอบด้าน มีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ชยัน อดทน มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน 7. **สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)** โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีคุณค่าและการเพิ่มผลผลิตและการรู้รับผิดชอบ และ 8. **สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)** โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความรู้ พบว่า ต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ความรู้ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ด้านทักษะ ต้องมีทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ และ ด้านคุณลักษณะ ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการและยึดมั่นในมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ มีความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุกภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายในวิชาชีพ และตัวแปรมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต มีตัวแปร 8 ตัวที่มีอิทธิพลทางบวกต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ได้แก่ สมรรถนะ

เฉพาะงาน (Job Competencies) สมรรถนะในงาน (Functional Competencies) สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency) สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies) มีอิทธิพลสูงสุดตามลำดับ กล่าวคือ เมื่อจำนวนหน่วยของมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ตามสมการถดถอยพหุคูณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ World Economic Forum [WEF] (2020,2021b) พบว่าในอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีการนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาทดแทนตำแหน่งงานในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผลพวงจากการถดถอยทางเศรษฐกิจจากการระบาดโควิด-19 ยังส่งผลให้มีอัตราการจ้างงานที่ลดลงซึ่งปรากฏการณ์นี้ทำให้เห็นถึงการเคลื่อนย้ายแรงงานไปยังตำแหน่งงานที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งยวดและยั่งยืนมากขึ้นในส่วนของเทคโนโลยีไม่อาจแทนที่ได้ จึงส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนชุดทักษะที่จำเป็นในรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการทักษะสำหรับตำแหน่งงานใหม่ด้วยเช่นกันสถานการณ์โควิด-19 ได้ปลุกกระแสความร่วมมือไม่ร่วมมือครั้งสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน ทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาค และ ระดับประเทศ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ก่อให้เกิดโครงการพัฒนาทักษะใหม่ (Reskill) และยกระดับทักษะเดิม (Upskill) ให้กับกำลังคนกันอย่างแพร่หลาย จากการสำรวจบริษัทต่าง ๆ ทั่วโลกพบว่าภายในปีค.ศ. 2025 ร้อยละ 50 ของพนักงานมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาทักษะใหม่ภายในระยะเวลา 6 เดือนหรือเร็วกว่านั้น โดยมี 10 ทักษะที่จำเป็น ใน 4 หมวด ดังนี้ 1. การแก้ปัญหา (Problem-solving) ประกอบด้วย การคิดวิเคราะห์และนวัตกรรม (Analytical thinking and innovation) การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน (Complex problem-solving) การคิดเชิงวิพากษ์และการวิเคราะห์ (Critical thinking and analysis) ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดริเริ่ม และความคิดริเริ่ม การใช้เหตุผล การแก้ปัญหา และความคิดริเริ่ม (Creativity, originality, and initiatives Reasoning, problem-solving and ideation) 2. การจัดการตนเอง (Self-management) ประกอบด้วย การเรียนรู้เชิงรุกและกลยุทธ์การเรียนรู้ (Active learning and learning strategies) ความยืดหยุ่น ความอดทนต่อความเครียด และความยืดหยุ่น (Resilience, stress tolerance, and flexibility) 3. การทำงานร่วมกับผู้อื่น (Working with people) ประกอบด้วย ความเป็นผู้นำและอิทธิพลทางสังคม (Leadership and social influence) 4. การใช้เทคโนโลยีและการพัฒนา การใช้เทคโนโลยี (Technology use and development) ประกอบด้วย การ

ตรวจสอบและควบคุม และการออกแบบและเขียนโปรแกรมเทคโนโลยี (Technology use, monitoring and control and Technology design and programming) และ นุช สัทธาฉัตรมงคล (2561) ได้ข้อมูลว่า มีแนวทางของการพัฒนาเกี่ยวกับมนุษย์ที่อยู่ในระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับสมรรถนะหลัก โดยเห็นว่า หากบุคลากรมีสมรรถนะหลัก ทั้ง 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการก็จะสามารถทำงานได้ในทุกธุรกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ โดย พงศธร ลิ้มปนเวทย์สกุล (2559) พบว่า องค์ประกอบของสมรรถนะหลักของแรงงานในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ด้านความรู้ ประกอบด้วย 7 สมรรถนะ คือ ความรู้ในเรื่องการจัดงานแสดงสินค้า ความรู้ความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ขององค์กร การจัดการความเสี่ยง ความเข้าใจงานที่ทำ ความเข้าใจลูกค้า และข้อมูลข่าวสารของอุตสาหกรรมด้านทักษะ 2) ด้านทักษะ ประกอบด้วย 9 สมรรถนะ คือ การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การประสานงาน ภาษาต่างประเทศการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี การบริการ ความคิดสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และ 3) ด้านคุณสมบัติ ประกอบไปด้วย 8 สมรรถนะ คือ ความอดทน ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบความเสียสละ ความยืดหยุ่น เป้าหมายในการทำงาน สุขภาพแข็งแรง และความมั่นใจในตัวเอง และ พรณพรพร หนูดี (2558) ที่พบว่า แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลามีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ องค์ประกอบด้านการจัดการ องค์ประกอบด้านประสิทธิภาพในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ องค์ประกอบด้านมนุษยสัมพันธ์ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชเนตร กาฬสมุทร เกิดศิริเจริญ วิศาลและ สันติธร ภูริภักดี (2562) ที่พบว่า เราพบว่าเราจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลานั้น เราต้องการพนักงานที่มีทักษะและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ตลอดจนความรู้ด้านจิตวิทยาที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) ด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 2) ด้านการบริการ 3) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 4) ด้านทักษะความชำนาญในการจัดงาน ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้คือการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีความเป็นมืออาชีพด้านการสื่อสาร ความสามารถด้านการบริการที่เป็นเลิศ ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงนวัตกรรม และทักษะด้านการบริหารจัดการและ

การตลาดเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพและยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไม้จังหวัด

และผลการทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตประกอบด้วย 1. ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) และ 2. ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) โดยตัวแปรอิสระมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 8 ตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาตัวแปรมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต พบว่า มีตัวแปร 8 ตัวที่มีอิทธิพลทางบวกต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ทั้งนี้เนื่องจาก Spencer and Spencer (1993) ได้ให้ความหมายว่า สมรรถนะ หมายถึง ขีดความสามารถเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล ในการปฏิบัติงานให้ได้ผลสูงสุด โดยการใช้เกณฑ์มาตรฐานประกอบกับ Mcshane and Glinow (2000) กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง ความสามารถที่มีอยู่ในตัวของบุคคล ความรู้และทักษะที่ได้จากการเรียนรู้ รวมถึงค่านิยม บุคลิกภาพและคุณลักษณะอื่นๆ ที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีผลการปฏิบัติงานสูงกว่าคนอื่น ๆ ซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมที่แต่ละบุคคลแสดงออก และ Clark and Rebecca (2002) และ Shermon (2004) กล่าวว่า สมรรถนะสามารถแยกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการได้แก่ (1) ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ซึ่งสามารถสังเกตได้ หรือสามารถวัดได้ และ (2) ความรู้ ทักษะ ความสามารถเหล่านี้ จะต้องแยกความแตกต่างระหว่างผู้ที่ปฏิบัติงานได้สูงกว่าและผู้ที่ปฏิบัติงานคนอื่น ๆ ออกจากกันได้ ได้แก่ (1) ความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะทำให้สามารถปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (2) คุณสมบัติที่จำเป็นต้องมี เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ทำให้บุคคลแสดงออกมาในรูปของการกระทำ ความคิด ความรู้สึก ซึ่งนำไปสู่ผลิตผลงานและนำไปสู่ผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการ โดยผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558) ได้ระบุถึงคุณลักษณะสำคัญของผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงาน คือ ต้องมีความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดงานไม้อื่นๆ ในพื้นที่นั้นๆ มีความสามารถในการประสานงานกับบริษัทที่มารับงานต่อด้านอื่นๆ มีประสบการณ์ มีสายสัมพันธ์ที่ดีทั้งลึกและกว้าง มีความเชี่ยวชาญด้านการดำเนินธุรกิจ มีความสามารถในการเจรจาต่อรอง มีความคิดสร้างสรรค์มีไหวพริบ ปฏิภาณที่ดีเลิศ สามารถหาเหตุผลมาจูงใจ และโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้องานของตนเองได้ เข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย มีประสบการณ์ มีเทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการบริหารจัดการงาน มีเงินทุน มีบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน สามารถตอบโต้ภัยความ

ต้องการในการจัดงานของลูกค้าที่ใช้บริการได้เป็นอย่างดีภายใต้งบประมาณที่กำหนด มีเครือข่ายพันธมิตรที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจ มีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และมีทักษะการสื่อสารภาษาต่างชาติซึ่งความสอดคล้องกับการศึกษาของ การศึกษาของ วิโรจน์ รัชิตดำรง (2554) ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณพลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) พบปัจจัยทักษะ และคุณลักษณะที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ได้แก่ ทักษะด้านการปฏิบัติงาน (Technical Skill) ทักษะด้านการบริหาร (Managerial Skill) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Relation Skill) คุณลักษณะที่สำคัญคือ มีความเต็มใจให้บริการ มีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถทางวิชาการและการบริการ

และงานวิจัยของ นุช สัทธาฉัตรมงคล (2561) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์ และสมรรถนะหลักในปัจจุบัน ความต้องการของผู้ประกอบการ และวิเคราะห์ สมรรถนะด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะของบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า 1. ด้านความรู้ แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ แข่งขันและการบริหารจัดการเบื้องต้นผลิตภัณฑ์หรือบริการ ส่วนการประเมิน ช่องว่างสมรรถนะ พบว่า สมรรถนะด้านความรู้ที่ต้องพัฒนามากที่สุด คือ การบริหารจัดการเบื้องต้น รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ และการแข่งขัน วัฒนธรรมท้องถิ่นและข้ามชาติ และ ข่าวสารเศรษฐกิจสังคม ตามลำดับ 2. ด้านทักษะ สมรรถนะหลักในปัจจุบันมีระดับสมรรถนะต่ำกว่าระดับสมรรถนะที่ต้องการทุก รายการ สมรรถนะที่ต้องการมีระดับความคิดเห็นต่อสมรรถนะมีระดับสูงถึงสูงมาก โดยรายการที่ค่าเฉลี่ย สูงมาก คือ การทำงานเป็นทีม การสื่อสารที่กระชับ ชัดเจน มืออาชีพ การประสานงาน การใช้คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีในการทำงาน การใช้ภาษาอังกฤษ การคิดเป็นตรรกะ การประยุกต์ การวิเคราะห์ ตามลำดับ ส่วนการประเมินช่องว่างสมรรถนะ พบว่า สมรรถนะด้านทักษะที่ต้องพัฒนามากที่สุด คือ ภาษาอังกฤษ รองลงมาคือ การคิดเป็นตรรกะ การคิดวิเคราะห์ การทำงานเป็นทีม การสื่อสารที่กระชับ ชัดเจน และการ ประสานงาน การแก้ไขปัญหาที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานและการจัดการ กับสถานการณ์ที่มีข้อขัดแย้ง และการเจรจาต่อรอง ตามลำดับ และ 3. ด้านคุณลักษณะ สมรรถนะหลักในปัจจุบันมีระดับสมรรถนะต่ำกว่าระดับสมรรถนะที่ต้องการ ทุกรายการ สมรรถนะที่ต้องการมีระดับความคิดเห็นต่อสมรรถนะระดับสูงมากทุกรายการ ส่วนการประเมิน ช่องว่างสมรรถนะ พบว่า สมรรถนะด้านคุณลักษณะที่ต้องการได้รับการพัฒนามากที่สุด คือ มีทัศนคติเชิง บวกในการทำงานมีความ ประณีต รอบคอบในการทำงาน มีความช่างสังเกตและใส่ใจการทำงาน มีความ สามารถในการปรับตัวได้ มีทัศนคติที่มุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมาย มีความซื่อสัตย์ มีศีลธรรม มีจิตบริการ บริการ ด้วย

ใจ และมีเซวาร์ปัญญา คิดโต้ตอบได้ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปริมกนกพัช วงศ์ทวีรัตน์ (2558) ที่พบว่า สมรรถนะที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินการและส่งผลต่อองค์กรในการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายภาพใหญ่ขององค์กรและของประเทศ จะต้องประกอบไปด้วยสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน คือ 1) Hard Skill หรือที่เรียกทั่วไปว่าสมรรถนะด้านเก่งงาน (Work Related Competency) เนื่องจากเป็นสมรรถนะหลักในการดำเนินงาน เช่น ความรู้ด้านบัญชี การเงิน สำหรับพนักงานบัญชี เป็นต้น จึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่จะต้องอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการทำงาน เสริมสร้างแนวคิดใหม่เพื่อปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 2) Soft Skill หรือที่เรียกทั่วไปว่าสมรรถนะด้านเก่งคน (People Management Competency) เป็นทักษะที่เกี่ยวข้องอันจะช่วยส่งเสริมให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะการสร้างมนุษย์สัมพันธ์กับผู้อื่น เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินกิจการ การบริหารจัดการจะต้องอาศัยการทำงานเป็นทีม (Teamwork) ดังนั้นทักษะสมรรถนะด้านการบริหารจัดการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นด้านหน้าที่ความรับผิดชอบการแก้ไขปัญหาและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมีสถาบันและหลักสูตรส่งเสริม และพัฒนาบุคลิกภาพต่าง ๆ รวมถึงแนวคิดการทำงาน และการบริหารจัดการ เป็นต้น 3) Communication Skills หรือทักษะในด้านการสื่อสาร ไม่เพียงแต่ด้านภาษาเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึง สมรรถนะในการสื่อสารหรือติดต่อประสานงาน ด้วยการสื่อสารที่ง่าย และสามารถสื่อถึงผู้รับได้อย่างมีสาระและได้ใจความ

5.2.5 อภิปรายผลการศึกษานโยบายในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 5 เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1) แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 4 แนวทาง ได้แก่

1. สร้างระบบนิเวศในการทำงาน (Ecosystem) ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้องค์กรมีสภาพแวดล้อมและระบบการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการพัฒนากรอบความคิดและกรอบทักษะ สำหรับการทำงานและการดำเนินชีวิตท่ามกลางความท้าทายในยุคดิจิทัลและศตวรรษที่ 21 2. พัฒนารอบทักษะ (Skillsets) การทำงานในยุคดิจิทัล และการสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอีเวนต์ ตลอดจนการพัฒนากระบวนการทำงานองค์กรในอนาคต เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์มีทักษะที่จำเป็นในการขับเคลื่อน สร้างผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อปฏิรูปองค์กร และขีดความสามารถ

ทางการแข่งขันระดับอุตสาหกรรม และระดับประเทศ และการผสมผสานการทำงานและการใช้ชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ 3. พัฒนามาตรฐานการรับรองใหม่ (New Standard) สำหรับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอีเวนต์ในประเทศไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถดำเนินการได้อย่างปลอดภัยจากโควิด-19 มีแผนการจัดการความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส โดยมีมาตรฐานสากลและการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดงาน และ 4. พัฒนาทุนมนุษย์อุตสาหกรรมอีเวนต์ (Human Capital) ซึ่งได้รับการออกแบบมาเพื่อวิจัยและพัฒนา ศึกษาความต้องการจำเป็นร่วมกันระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา จัดหากำลังคนที่มีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมอีเวนต์ เพื่อจัดการกับความท้าทายหลังเผชิญวิกฤตโควิด-19 โดยแผนพัฒนาดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะทรัพยากรมนุษย์ด้านอีเวนต์ในประเทศไทยและภูมิภาคท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของแผนฟื้นฟูอุตสาหกรรมอีเวนต์ของประเทศไทย ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ

สุรารักษ์ สุพัฒน์มงคล และ วรปภา มหาสำราญ (2565) เรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ยุควิถีชีวิตถัดไปสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ที่พบว่า โควิด 19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติ ได้แก่ มิติด้าน สังคม มิติด้านธุรกิจ มิติด้านเศรษฐกิจ และมิติด้านการเมือง มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการการดำเนินงานขององค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างรวดเร็วและมากขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่องค์กรจะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร โดยให้ความสำคัญในประเด็นที่เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยุควิถีชีวิตถัดไปสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ดังต่อไปนี้คือ 1. การปรับรูปแบบการทำงานแบบ Hybrid Workplace ให้เกิดลักษณะการทำงานที่มีความยืดหยุ่นที่ผสมผสานรูปแบบการทำงานระหว่างการทำงานที่สำนักงาน และการทำงานนอกสำนักงาน (Work From Anywhere) ทั้งการทำงานประจำ การทำงานแบบครั้งคราว และการทำงานแบบ Freelance โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลในลักษณะที่สนับสนุนและส่งเสริมระบบการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารอย่างสะดวกรวดเร็วในทุกที่ทุกเวลา (Every Where, Every Time) ได้แก่ การใช้งานหรือการทำงานบนมือถือหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile) การใช้หรือทำงานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เว็บไซต์ ซอฟต์แวร์ โดยเชื่อมต่อกับสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือเครือข่ายไร้สาย (Wireless หรือ Wifi) 2. การดูแลทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรให้สามารถทำงานเต็มศักยภาพ (Workforce Utilization) โดยเตรียมความพร้อมด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถและทัศนคติ สิ่งแวดล้อมในการทำงาน รวมถึง ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรที่ส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานบนเทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่ อุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยี สัญญาณอินเทอร์เน็ต

(Internet)หรือเครือข่ายไร้สาย (Wireless หรือ Wifi) เป็นต้น 3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Workforce Development) ที่ควรได้รับการ Upskill และ Reskill เพื่อความสามารถรองรับรูปแบบทำงานในอนาคตที่มีลักษณะที่จำเป็นต้องมีทักษะการทำงานแบบ Multipotential กล่าวคือ พฤติกรรมของคนที่มีความสนใจและความสามารถหลายอย่าง โดยไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญ เพื่อนำความรู้ ความสามารถที่หลากหลายไปสู่การแก้ไขสิ่งเดิม พร้อมกับการสร้างสิ่งใหม่หรือนวัตกรรมในการทำงาน เพื่อรับมือกับอนาคตที่มีความผันผวนและไม่แน่นอน (VUCA) โดยควรมุ่งเน้น Core Skills คือ Hard Skills และ Soft Skills ที่ส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และรองรับการทำงานโดยอาศัยหรือประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 4. การธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์ (Workforce Retention) โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพหรือเป็นคนเก่ง (Talent) ที่มีทั้ง Hard Skills และ Soft Skills ให้คงอยู่กับองค์กร โดยการปรับภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image Transformation) ให้มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูด จูงใจคนเก่ง (Talent) ยอมรับและเห็นคุณค่าของความแตกต่างหลากหลายของบุคคล (Diversity and Inclusion) ด้วยการมีระบบส่งเสริมและสนับสนุนให้เติบโต ได้รับการยอมรับ และประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว มีอิสระและความยืดหยุ่นในการทำงาน ตลอดจนโอกาสในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่าง ๆ ในการทำงาน ทั้ง Hard Skills และ Soft Skills และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ ประกอบกับการศึกษาของ ปริมกนกพัช วงศ์ทวีรัตน์ (2558) ที่พบว่า เพื่อให้แน่ใจว่าผู้คนสามารถจัดการเหตุการณ์ได้ดี มีกลยุทธ์มากมายที่สามารถใช้ได้ แนวทางหนึ่งคือการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น อีกวิธีหนึ่งคือตรวจสอบให้แน่ใจว่ามีอาชีพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานมีแผนการพัฒนาเพื่อให้ทันกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงสุดท้าย แผนพัฒนาความสามารถเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคนที่มีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อให้พวกเขาสามารถติดตามทักษะล่าสุดได้ โดยสร้างให้เป็นมาตรฐานวิชาชีพ ที่จะต้องผ่านการเรียน การอบรม พัฒนาจนกลายเป็นใบรับรองมาตรฐานวิชาชีพ เช่นเดียวกับอาชีพ วิศวกร แพทย์ นักกฎหมาย สถาปนิก ฯลฯ ด้วยการพัฒนาหลักสูตรในระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งเพิ่มเติมเนื้อหาตามสมรรถนะที่มีความจำเป็น ตลอดจนสมรรถนะพื้นฐาน เพื่อให้บุคลากรมีทักษะทั้งความรู้ และความสามารถ ตลอดจนได้รับใบรับรองด้านวิชาชีพ ด้วยการผ่านกระบวนการทดสอบทั้งภาคทฤษฎี และปฏิบัติ

2) แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 4 แนวทาง ได้แก่

1.ปลูกฝังทรัพยากรมนุษย์ให้มีกรอบความคิด ในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง โดยมุ่งเน้นกรอบความคิดแบบเติบโต ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์มีคุณลักษณะในการเป็นผู้ใฝ่เรียนรู้และพัฒนา ทำงานด้วยมาตรฐานสากล ยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรม และมีทัศนคติแบบสากลที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัล เพื่อร่วมกันสร้างองค์กรที่ทันสมัย เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า และเชื่อถือไว้วางใจได้ 2.พัฒนาและยกระดับทักษะของผู้ประกอบการ หน่วยงานของรัฐบาล ภาคเอกชน ที่รับผิดชอบการสนับสนุนธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของประเทศไทย เปิดให้ทุนและดำเนินการให้คำปรึกษา คำแนะนำ พร้อมเปิดให้เรียนออนไลน์และออนไซต์เพื่อเพิ่มทักษะการทำงานผู้ประกอบการ ให้มีชุดทักษะที่จำเป็นเพื่อตอบสนองต่อความท้าทายที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น โครงการด้านการจัดการเหตุฉุกเฉินเกี่ยวกับโควิด-19 แก่ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และโปรแกรมการฝึกอบรมออนไลน์ฟรีสำหรับผู้จัดงานหรือถูกเลิกจ้างชั่วคราว ซึ่งครอบคลุมทักษะสำหรับการทำงานในธุรกิจอุตสาหกรรมอีเวนต์ 3.พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการเพิ่มทักษะการทำงานในรูปแบบ New Normal เพื่อพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพิ่มทักษะการทำงานด้านต่าง ๆ เช่น หลักสูตรเพิ่มทักษะพื้นฐานสำหรับการทำงานในอุตสาหกรรมอีเวนต์ และหลักสูตรเพิ่มทักษะในการจัดงานคอนเสิร์ตแบบผสมผสาน ผักผ่อนเพื่องานที่มีทักษะสูงขึ้นไปและได้ค่าตอบแทนที่ดีกว่า พร้อมขยายการศึกษาและฝึกอบรมทักษะให้คนรุ่นใหม่ เพื่อยกระดับและเตรียมแรงงานให้พร้อมรับเศรษฐกิจหลังโควิด 4.มุ่งพัฒนาความร่วมมือและประสานพลังในองค์กร เปิดรับการเรียนรู้รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ เช่น สร้างแบบอย่างของความร่วมมือและการมีส่วนร่วม สร้างวัฒนธรรมของการแบ่งปันความรู้และทรัพยากร ส่งเสริมทักษะที่จำเป็นในการทำงานให้เกิดความชำนาญในทักษะงานที่ทำ และสร้างความแข็งแกร่งในองค์กร ให้เกิดการถ่ายทอดทักษะการทำงานแบบข้ามสายงาน และสร้างผู้นำที่เข้มแข็งและมีผลผลิตด้านความสัมพันธ์ ความร่วมมือ

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรวีย์ สมสวัสดิ์ และชนมณี ทะนันเปง (2563) ที่พบว่า การปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ในไทย สามารถดำเนินการได้ด้วยการปรับปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร คือ (1) การปรับปัจจัยภายในองค์กร อันได้แก่ ด้านเทคโนโลยี เช่น การจัดประชุมออนไลน์ผ่านการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง Virtual Reality (VR) หรือไลฟ์สด Live Streaming ด้านการบริหารจัดการเช่น ด้านการวางแผน การจัดการองค์การ ทั้งบุคลากรและการจัดสรรที่ทรัพยากรในองค์กร ด้านภาวะผู้นำ เช่นการกล้าคิดกล้าทำ กล้าตัดสินใจ รวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจและกำลังใจให้กับเพื่อนร่วมงานให้ผ่านพ้นภาวะวิกฤติไปได้ และ

สามารถสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ และบริหารจัดการองค์การให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นต้น และ (2) การปรับปัจจัยภายนอกองค์กร ในส่วนนี้อาจดำเนินการได้ยากกว่า การปรับปัจจัยภายในองค์กรด้วยเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ด้วยตัวเอง แต่องค์กร จำเป็น จะต้องเรียนรู้ปัจจัยภายนอกที่เข้ามา มีบทบาทหรือผลกระทบต่อการทำงานและการปรับตัว อัน ได้แก่ ด้านนโยบาย เช่น นโยบายการผ่อนปรนกิจการหรือกิจกรรมนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านมาตรการ เช่น มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดในการใช้บริการพื้นที่สาธารณะ หรือสถานบริการ มาตรการสาธารณสุข มาตรการภาคการขนส่งสาธารณะ ด้านข้อบังคับ เช่น ข้อบังคับด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ข้อบังคับว่าด้วยการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค เป็นต้น โดยหากภาครัฐมีนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมให้เกิดการเดินทาง การท่องเที่ยวและการจัดประชุมสัมมนา ภายในประเทศ(ในช่วงที่ยังปิดประเทศ) ก็จะช่วยให้เกิดทางรอดสำหรับอุตสาหกรรม MICE ในอนาคตได้ ซึ่งปัจจัยภายนอกเหล่านี้จะช่วยทำให้การปรับตัวขององค์กรสามารถวางแผนและดำเนินการปรับปรุงองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล นำมาซึ่งความอยู่รอดของอุตสาหกรรม MICE ในยุคโควิด-19 ได้อย่างดีเยี่ยม

5.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปปรับใช้

ข้อค้นพบหรือความรู้ที่ได้จากการวิจัย องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในระดับนโยบาย ระดับการบริหารงาน และระดับการปฏิบัติ อันจะส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าทั้งทางวิชาการและวิชาชีพสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์โดยภาพรวม อุตสาหกรรมอีเวนต์ และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ทั้งนี้การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์นั้น เป็นการนำความรู้ที่ได้จากการวิจัยเพื่อให้บังเกิดผล หรือเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือเพื่อพัฒนางานทั้งในระดับนโยบาย ระดับการบริหารงาน และระดับปฏิบัติ ดังนี้

5.3.1 การใช้ประโยชน์ในระดับนโยบาย เป็นการนำประโยชน์จากผลการวิจัยเพื่อประกอบหรือเป็น แนวทางในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ หรือแนวทางเกี่ยวกับการดำเนินงาน หรือการนำไปใช้ ประกอบเป็นข้อมูลการประกาศใช้กฎหมาย หรือข้อกำหนดมาตรการ กฎเกณฑ์ต่างๆโดยองค์กร หรือ หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงสาธารณะ ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ

1.1 นำผลการวิจัยองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เป็นแนวทางกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ และอุตสาหกรรมอีเวนต์ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ผ่านกลไกการจัดกิจกรรมเมกะอีเวนต์ระดับนานาชาติ ระดับชาติ และกิจกรรมอีเวนต์ระดับท้องถิ่น โดยการเพิ่มจำนวนกิจกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ตลอดจนการเพิ่มรายได้จากการจัดกิจกรรมอีเวนต์ และการยกระดับกิจกรรมอีเวนต์ของประเทศไทยให้ก้าวสู่ความเป็นผู้นำการจัดงานอีเวนต์และคอนเสิร์ตในระดับภูมิภาค

1.2 นำผลการวิจัยองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อกำหนดแผนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ เพื่อการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีเวนต์ในภูมิภาค และเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการในภูมิภาค ตลอดจนแนวทางการพัฒนากิจกรรมในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในภูมิภาคให้สามารถยกระดับไปสู่งานนานาชาติได้

1.3 นำผลการวิจัยองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ใช้เป็นแนวทางการจัดทำ พัฒนาและปรับปรุง เกณฑ์มาตรฐานการจัดงานอีเวนต์งานคอนเสิร์ต เพื่อเป็นการกำหนดมาตรฐานสมรรถนะที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.4 นำผลการวิจัยองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ใช้เป็นแนวทางวางแผนเพื่อยกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต รวมถึงจัดทำแนวทางส่งเสริม สนับสนุนผู้ประกอบการ เข้ารับการตรวจประเมินมาตรฐานการจัดงานคอนเสิร์ต โดยผ่านการรับรองมาตรฐานในส่วนกลางและในภูมิภาค เพื่อเพิ่มจำนวนสถานประกอบการที่ผ่านการรองรับมาตรฐานในส่วนกลางและในภูมิภาค

1.5 นำผลการวิจัยองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ใช้เป็นแนวทางแผนการพัฒนาหลักสูตรมืออาชีพด้านการจัดคอนเสิร์ตและงานอีเวนต์ รวมถึงแผนการรองรับและดูแลทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในภาวะวิกฤต

1.6 หน่วยงานภาครัฐเป็นประธานดำเนินงานจัดเวทีและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อจัดทำนโยบายร่วมกัน ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ และอุตสาหกรรมอีเวนต์ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

1.7 พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพเพิ่มสูงขึ้นตามองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน ทั้งองค์ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ เพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนนโยบายและการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

2.หน่วยงานภาคเอกชน

2.1 นำผลการวิจัยขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เป็นแนวทางกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เพื่อการขับเคลื่อนองค์การธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ที่สามารถสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจ

2.2 นำผลการวิจัยขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เป็นนโยบายแนวทางกำหนดมาตรฐานและเพิ่มขีดความสามารถของสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์องค์

2.3 นำผลการวิจัยขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต กำหนดนโยบายแนวทางการให้ความรู้ด้านมาตรฐาน ปรีกษาแนะนำในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

2.4 นโยบายการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในสมรรถนะที่สำคัญต่อความก้าวหน้าในอาชีพ และขีดความสามารถการแข่งขันขององค์กร ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและยกระดับความพร้อมของทรัพยากรมนุษย์

2.5 มีนโยบายส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานของบุคลากรและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อยกระดับการแข่งขันของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ และยกระดับมาตรฐานวิชาชีพของอุตสาหกรรม

2.6 นโยบายด้านการพัฒนาหลักสูตร การฝึกอบรม ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ในแต่ละสมรรถนะที่สำคัญ จำเป็น ในการทำงานของทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

2.7 นโยบายการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเอกชน และผู้ประกอบการ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์เข้าสู่การทำงาน รวมถึงวางแผนอบรมและพัฒนาความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่สำคัญต่อการทำงานในอนาคต

3.หน่วยงานภาคการศึกษา

3.1 จัดทำนโยบายด้านการบริหารหลักสูตรการเรียนการสอนในระดับอาชีวศึกษา อุดมศึกษา ให้มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ สถานประกอบการ

3.2 จัดเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ที่สำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมอีเวนต์

3.3 มีนโยบายสนับสนุนให้มีทุนการศึกษาและการพัฒนาบุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานด้วยการฝึกอบรมโดยให้ผู้เชี่ยวชาญทั้งจากภายในและภายนอก สนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพในอุตสาหกรรมไมซ์ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพื่ออัปเดตองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ

3.4 มีนโยบายสนับสนุนงบประมาณ ด้านการเรียนการสอน โดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อแบ่งปันความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ให้นักเรียน นิสิต นักศึกษาของสถาบันการศึกษา ได้เห็นต้นแบบที่ดี และเตรียมความพร้อมในการพัฒนาสมรรถนะตนเองให้สอดคล้องกับการทำงานในอุตสาหกรรม

3.5 มีนโยบายวางแผนพัฒนาบุคลากรในภาคการศึกษาทั้งนักศึกษาและอาจารย์ ในระดับอุดมศึกษา และครูแนะแนวร่วมกับคณบดีภาคการศึกษา ตลอดจน แผนพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา ภายใต้หลักสูตรพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ตามมาตรฐานสากล

3.6 มีนโยบายวางแผนหลักสูตรการศึกษา ร่วมกับสมาคมในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ ยกระดับมาตรฐานพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้ทันสมัยอยู่เสมอ สำหรับทรัพยากรมนุษย์ผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

3.7 มีนโยบายวางแผนและดำเนินการด้านกิจกรรมพัฒนาบุคลากรในภาคการศึกษาทั้งนักศึกษาและอาจารย์ในระดับอุดมศึกษา และครูแนะแนว เพื่อการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา และส่งเสริม สนับสนุนให้ นักเรียน นิสิต นักศึกษาของสถาบันได้เข้าฝึกงานในองค์กรและในหน่วยงานที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม

2) **การใช้ประโยชน์ในระดับการบริหารงาน** ประโยชน์จากผลการวิจัยนี้เพื่อประกอบการตัดสินใจวางแผนในการบริหารงานด้านต่างๆ ของผู้บริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา นอกจากนี้ผู้บริหารยังสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดเป็น เป้าหมาย ทิศทาง และเนื้อหาของการวางแผนการบริหารงานในส่วนที่ตัวเองเกี่ยวข้องได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.1 ผู้บริหารระดับสูง นำข้อมูลวิจัยใช้เพื่อกำหนดแผนงาน ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เพื่อการขับเคลื่อนธุรกิจ ในอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมอีเวนต์ และธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต วางแผนทิศทางการดำเนินการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

2.2 เจ้าของธุรกิจ ผู้ประกอบการ นำข้อมูลวิจัยด้านสมรรถนะไปปรับใช้เพื่อใช้เป็นแนวทางวางแผนทิศทางการดำเนินการงานเพื่อพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และเพื่อการเตรียมความพร้อมสมรรถนะองค์กรสู่โลกทำงานในยุคใหม่

2.3 เจ้าของธุรกิจ ผู้ประกอบการ นำข้อมูลวิจัยด้านสมรรถนะไปปรับใช้เพื่อพัฒนาโครงการอบรม วิจัย และพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร รวมถึงการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรให้มีสมรรถนะตามองค์ประกอบมาตรฐาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงาน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

2.4 เจ้าของธุรกิจ ผู้ประกอบการ ข้อมูลวิจัยด้านสมรรถนะไปปรับใช้เพื่อออกแบบกระบวนการที่มุ่งจะเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน ความรู้ ความสามารถ ทักษะ และคุณลักษณะของทรัพยากรมนุษย์ ให้เป็นไปทางที่ดีขึ้นเพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์ที่ได้รับการพัฒนาแล้วนั้นสามารถปฏิบัติงานได้ผลตามวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

2.5 ผู้บริหาร เจ้าของธุรกิจ ผู้ประกอบการ จัดให้มีระบบพี่เลี้ยงเพื่อเป็นที่ปรึกษา และเป็น role model ของทรัพยากรมนุษย์รุ่นใหม่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทีมงานและลดช่องว่างระหว่างวัย ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน และเสริมสร้างทักษะการปฏิบัติงาน เน้นการฝึกปฏิบัติเพื่อพัฒนาทักษะและให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ต้องปฏิบัติเป็นประจำ

3) **การใช้ประโยชน์ในระดับการปฏิบัติ** ด้านการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยนี้จะช่วยให้ได้ความรู้หรือ วิทยาการใหม่ๆ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพหรือประสิทธิผลให้มากยิ่งขึ้น ข้อค้นพบจากการวิจัยใหม่ๆ จะช่วยให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจ และความชำนาญในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะของทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในศตวรรษที่ 21

3.1 ด้านความรู้ นำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้ในการจัดการหลักสูตร อบรม พัฒนา พนักงานปฏิบัติการให้มีองค์ความรู้ที่สำคัญสำหรับการทำงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต หรือ การอัปเดตองค์ความรู้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และใช้เป็นข้อมูลในการเตรียม คัดเลือกพนักงานปฏิบัติการที่มีคุณสมบัติความรู้ตรงตามองค์ประกอบสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เช่น พัฒนาองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และต่อยอดองค์ ความรู้สู่การใช้ข้อมูลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ พัฒนาหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างองค์ ความรู้ด้านการบริหารการเปลี่ยนแปลง

3.2 ด้านทักษะ นำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้ในการเตรียมความพร้อมของพนักงาน ทั้งในส่วนของ การเพิ่มเติมทักษะที่ขาดหาย (Re Skill) และพัฒนาทักษะใหม่ (Up Skill) โดยเน้น การฝึกอบรมซึ่งเป็นทักษะเฉพาะด้านในงานธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อรักษาจุดแข็งที่จำเป็นต่อการ สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในศตวรรษที่ 21 และใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาการรับ พนักงานปฏิบัติการขององค์กรในอนาคต

3.3 ด้านคุณลักษณะ นำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงการ ปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้มากยิ่งขึ้น ผ่านการอบรม พัฒนา รวมถึงใช้ในการ พยากรณ์คุณลักษณะของพนักงานปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตขององค์กร เช่น พัฒนาการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและมีการฝึกทักษะ soft skills รวมถึงทักษะที่จำเป็นใน สถานการณ์ต่าง ๆ สร้างทัศนคติที่เอื้ออำนวยและส่งเสริมให้ทรัพยากรมนุษย์ให้ตระหนักถึงการ พัฒนาตนเองอยู่เสมอ

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษา “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต” พบประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรมีการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมไมซ์
2. ควรมีการศึกษาโมเดลของคุณภาพบริการใหม่ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต
3. ควรมีการศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในศตวรรษที่ 21
4. ควรมีการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ตในยุคหลังโควิด

รายการอ้างอิง

- กนกกร ปราชญ์นคร. 2550. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเสริมสร้างสมรรถนะข้าราชการประจำศูนย์ปฏิบัติการต่อสู้เอาชนะยาเสพติดจังหวัด. กรุงเทพฯ: ศูนย์นิพนธ์ปริญญาเอก, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรีช อัมโภชน์. 2545. การสร้างหลักสูตรและโครงการฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: สำนักฝึกอบรม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (เอกสารประกอบการบรรยาย).
- กฤษณีย์ อุทุมพร. 2541. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการสร้างเครื่องมือสอบมาตรฐานฝีมือ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2538 ระบบทวิภาคี. กรุงเทพฯ: ศูนย์นิพนธ์ปริญญาเอก, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กีรติ ยศยิ่งยง. 2549. **ขีดความสามารถ: Competency Based Approach**. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก็อปปี.
- เกศรา สุขเพชร. 2552. การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในองค์กรด้านโลจิสติกการณศึกษาพนักงานขับรถขนส่งสินค้าและโดยสารเขตภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่: ศูนย์นิพนธ์ปริญญาเอก, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เกศณรินทร์ งามเลิศ. 2559. **แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และลูกจ้าง องค์กรคลังสินค้า**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกรียงกานต์ กาญจนะโกคิน. (2561). **สูตรสำเร็จอีเว้นท์ยุคโซเชียลมีเดียแค่ Creative & Innovation ไม่พอ ต้องสร้างกระแส “แชร์-แชร์”**. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/06/index-creative-village-creativeinnovation-and-social-media-share/>.
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). Event marketing. กรุงเทพฯ: กรุงเทพธุรกิจ.
- ชนิษฐา สิงห์โตทอง. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจของพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงแรมเชอราตันพัทยา**. ศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ขจรศักดิ์ หาญณรงค์. 2546. “HR วันนี้ต้องคิดใหม่ ทำใหม่ ต้องเพิ่มคุณค่าของงานให้องค์กรมั่นใจ”. **วารสารการบริหารคน**. 24, 1: 30-35.
- จิตตราวรรณ ถาวรวงศ์สกุล. (2554). **การศึกษาปัจจัยกระบวนการทัศนทางการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน** งานของพนักงานระดับ 2 – 7 ของการ

ไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จะเด็ด เปาโสภา และมนตรี พรหมเพชร. (2548). **การพัฒนามาตรฐานสมรรถนะ.** กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.

ฉัตรชญา จัปป์รัง. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** รายงานวิชาการ คำนคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชนะ กสิภรณ์. นวัตกรรมการศึกษาและฝึกอบรมอาชีพเข้าสู่คุณวุฒิวิชาชีพ. **วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา.** ปีที่ 14 ฉบับที่ 41 (มกราคม - มีนาคม 2545): 3-12.

เชียรศรี วิวิธสิริ. 2534. **จิตวิทยาการเรียนรู้ของผู้ใหญ่.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

ชุติมา ตั้งวิเทศจิต. (2544). **การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านการตลาดเชิงกิจกรรม:บริษัท ซี. เอ็ม. ออร์กาไนเซอส์ จำกัด.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชลลดา มงคลวนิช และรัตนภรณ์ ชาติวงศ์. (2560). **คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์.** วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 6(2), 41-50

ณิชชา วิริกุลเจริญ. (2555). **แนวทางการเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูนิแอร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด.** ศึกษาคั่นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

दनัย เทียนพุ่ม. (2537). **กลยุทธ์การพัฒนาคน : สิ่งท้าทายความสำเร็จของธุรกิจ** กรุงเทพฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 22.

เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล. (2543). **Competency-based Human Resource Management.** กรุงเทพฯ:วารสารการบริหารคน.21(4) (ต.ค.- ธ.ค.): 12 – 22.

दनัย เรียบสกุล. (2559). **ขั้นตอนการสร้างงานอีเวนท์: กรณีศึกษานิทรรศการอาหารถิ่น 2 และ 3.ใน นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 12: วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ** (หน้า 1900-1913).พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ทวี ทองอยู่. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในบริษัท เคซีอี อีเลคโทรนิคส์ จำกัด (มหาชน).**ศึกษาคั่นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธนพล รุ่งเรือง. (2558). **สมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมความภักดีต่อตราสินค้าแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ) คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธีรพงษ์ วิริยานนท์. 2549. **การพัฒนามาตรฐานอาชีพของผู้ประเมินสมรรถนะวิชาชีพตามระบบคุณวุฒิวิชาชีพ**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิตอุตสาหกรรมดุฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารอาชีพและเทคนิคศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2546). Event and Sponsorship. กรุงเทพฯ: ไฮเออร์.

เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2558). การพัฒนาองค์การและการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ทริปเฟลด์ กรุ๊ป จำกัด.

นิสดารก์ เวชยานนท์. 2550. **Competency Model** กับการประยุกต์ใช้ในองค์กรไทย. กรุงเทพฯ: บริษัท กราฟิโก ซิสเต็มส์ จำกัด.

นรินทร์ จันทน์หอม. (2556). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสินสาขาในสังกัดธนาคาร ออมสินเขตกาฬสินธุ์**. งานนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

นุช สัทธาจักรมมงคล. (2561). **แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์**. ปรัชญาดุฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร

นพรัตน์ เผ่าพัฒน์. 2564. **โอกาสและความท้าทายในยุคหลังโควิด-19 กับการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืน**. วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาศักยภาพกำลังคน เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (2021): มกราคม-เมษายน. 24-41

นิสดารก์ เวชยานนท์. (2012). **การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของการนำเอากรอบสมรรถนะมาใช้ในองค์การภาครัฐและภาคเอกชนของไทย**. Vol. 49 No. 1(พ) (2009): วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ NIDA Development Journal ปีที่ 49 ฉบับที่ 1(พิเศษ).

- ปริญญา นาคปทุม. (2560). **การพัฒนาสมรรถนะหลักเพื่อสร้างความจงรักภักดีของบุคลากรบริษัทจัดการจุดหมายปลายทาง (DMC) ในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE).** ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เพิ่มสุข นิตินันท์. 2549. **การพัฒนามาตรฐานอาชีพและการจัดระดับคุณวุฒิวิชาชีพช่างเครื่องประดับอัญมณี.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารอาชีพและเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์ภาควิชาบริหารเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- พัชรียา วงศ์สุวรรณศา. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับชั้นปฏิบัติการของสถานีโทรทัศน์มหาวิทยาลัย U Channel.** ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- พรณพพรช หนูดี (2558). **คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- มนต์ชัย ควรนิยม. 2551. **การพัฒนามาตรฐานอาชีพอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มกำหนดคุณวุฒิวิชาชีพอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาบริหารอาชีพและเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- รุ่งโรจน์ สีเหลืองสวัสดิ์. 2548. **การพัฒนามาตรฐานอาชีพอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาบริหารอาชีพและเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์ภาควิชาบริหารเทคโนโลยีศึกษาศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- วราวัฒน์ เขียวโพธิ์. (2551). **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2557). **ภาวะผู้นำ.** กรุงเทพมหานคร: หจก. ทิพย์วิสุทธิ.
- วีรวิชญ์ ปิยนนทศิลป์ และคณะ. 2561. **กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน.** วารสารมหาวิทยาลัย ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 กรกฎาคม – ธันวาคม. หน้า 260-272.
- ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี. (2556). **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.** พิมพ์ครั้งที่ 1 วิ.พรีนธ์ (1991), กรุงเทพฯ.

ศุภกานต์ พวงช่อ และ พัทธิยา หลักเพชร (2562) กระบวนการการพัฒนาสมรรถนะที่พึงประสงค์ของผู้ประสานงาน การจัดประชุมในธุรกิจการจัดประชุม กรณีศึกษา บริษัทจัดประชุมมีอ อาชีพในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม.

สุกัญญา จำปาวงษ์. 2548. **การวิเคราะห์ทักษะตามมาตรฐานวิชาชีพสาขางานอิเล็กทรอนิกส์อุตสาหกรรมหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2546.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยบูรพา. (2563). คุณวุฒิวิชาชีพของบุคคลในอาชีพการจัดประชุมและนิทรรศการ (MICE) รายงานโครงการมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ (Occupational Standard and Professional Qualifications) สำหรับสาขาอาชีพการจัดประชุมและนิทรรศการ (MICE). เข้าถึงได้จาก http://www.micecapabilities.com/mice/uploads/attachments/TPQI_MICE.pdf

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2564). พัฒนาทักษะเดิม (Upskill) เพิ่มเติมทักษะใหม่ (Reskill) เพื่อปรับ “คน” ให้เปลี่ยนทันโลก. เข้าถึงได้จาก <https://intelligence.businesseventsthailand.com/en/blog/พัฒนาทักษะเดิม-upskill-เพิ่มเติมทักษะใหม่-reskill-เพื่อ>

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. 2547. **รายงานการสังเคราะห์การศึกษาวิจัย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาระบบคุณวุฒิวิชาชีพ.** กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2551. **โครงการจัดตั้งสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (Professional Qualification Institute – PQI).**

สุจิตรา ปทุมลังการ. (2552). ความรู้เกี่ยวกับหลักสูตรฐานสมรรถนะและการประเมินผล. หนังสือพิมพ์สำนัก มาตรฐานการอาชีวศึกษาและอาชีพ ฉบับเดือนมกราคม 2552, 1-11.

สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ. (2004). Competency: เครื่องมือการบริหารที่ปฏิเสธไม่ได้, Productivity. 9(53) (พ.ย. – ธ.ค.) : 44 – 48.

สุภาพร พิศาลบุตร และยงยุทธ เกษสาคร.(2545). การพัฒนาบุคคลและการฝึกอบรม.

พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี.เจ. พรินติ้ง. หน้า 11.

สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2540). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544)

https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=3783.

สุรารักษ์ สุพัฒน์มงคล และ วรปภา มหาสำราญ. 2565. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ยุควิถี

ชีวิตถัดไปสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล Human Resource Management in The Next

Normal to Digital HR Era.วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ ปีที่ 24 ฉบับที่ 3

(กันยายน-ธันวาคม).237-250.

สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2563). โลกเปลี่ยนคนปรับ: หลุดจากกับดัก ขยับสู่ความยั่งยืน.

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

สมยศ นาวิการ. (2545). การบริหารและพฤติกรรมองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:

แมนเจอร์ มีเดียกรุ๊ป.

อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์. (2547). แนวคิดเรื่องสมรรถนะ Competency: เรื่องเก่าที่เรายังหลง

ทาง, *Chulalongkon Review*. 16 (ก.ค. – ก.ย.): 57 – 72.

อภรณ์ ภูวิทย์พันธ์. (2551), กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ .พิมพ์ครั้งที่ 1. เอชอาร์ เซ็น

เตอร์. กรุงเทพฯ.

อรสา รามโกมุท. 2551. การพัฒนามาตรฐานอาชีพอุตสาหกรรมการโรงแรมของ

ประเทศไทยกลุ่มงานอาชีพแม่บ้านโรงแรม. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์

อุตสาหกรรมดุสิตบัณฑิตสาขาวิชาบริหารอาชีพและเทคนิคศึกษบัณฑิต

วิทยาลัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

Allen, J. (2000). Event Planning: The ultimate guide to successful

meetings, corporate events, fundraising, galas, conferences, conventions,

incentives and other special events. Toronto: Wiley.

Abu Elnasr E. Sobaih & Ahmed M. Hasanein 2020 Herzberg's theory of motivation and

job satisfaction: Does it work for hotel industry in developing countries?

Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism Volume 19, 2020 -

Issue 3 Pages 319-343.

- Ahmad Haji. 2007. **Quality Assurance of the Assessment Process in the Brunei Darussalam Vocational and Technical Education**. Brunei: Murdoch University.
- Akaraborworn, C. (2006). **sāng khon sāng phonngān [Create people Create performance]** Bangkok : Tao(2000).
- Baehler, C. 2003. **Competency - Based Frameworks**. Canada: Master's thesis, Royal Roads University.
- Bandura, A. 1995. **Self – efficacy in Changing Societies**. New York: Cambridge University Press.
- Becker, B.E., Huselid, M.A. and Ulrich, D. 2001. **The HR Scorecard: Linking People, Strategy, and Performance**. Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Bakke, Edward. (1971). **Labor-Management Documentation and Archives**. Cornell University Library.
- Boyatzis, R.E. (1982). **The Competency Manager**. AGPS: Canb
- Boam, R. and Sparrow, P. (1992). **Designing and Achieving Competency**. McGraw-Hill, Reading.
- Bellanca, J. & Brandt, R. (Eds), (2010). **21st Century Skills: Rethinking How Students Learn**. Bloomington: Solution Tree Press. Students Learn. Bloomington, In: Solution Tree Press.
- Bartol, K. and Martin, D.C. (1991). **Management**. New York : Mc Graw - Hill.
- Christopher, M. L. 2004. **Developing Competencies and Capabilities through Human Capital Development**. Troy, New York: A Doctor Dissertation, Rensselaer Polytechnic Institute.
- Donna Fletcher, Julie Dunn, and Rosemary Prince. (2009) **Entry level skills for the event management profession: Implications for curriculum development**. Journal of Research Entry level skills for the event management. volume 4, issue 1.
- Drucker, P.F. (1954) **The Practice of Management**. New York : Harper & Row.

- Drucker, Peter F. (1973). *Management*. New York: Harper & Row.
- Davidson, R., & Cope, B. (2003). *Business travel: Conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality and corporate travel*. Pearson Education.
- Emrah Özsoy. 2019. An Empirical Test of Herzberg's Two-Factor Motivation Theory. *Marketing and Management of Innovations*.
- Fiedler, Fred E. (1967). *A Theory of Leadership Effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Feinstein, Jonathan (2007), *Business of Music (ฉบับที่ 10)*, Billboard Books, ISBN 0-8230-7729-2
- Flippo, Edwin B. (1970). *Principle of Personnel Management*. New York : Mc Graw-Hall Inc.
- Hicks, Herbert G., and C. Ray Gullett. (1972). *The Management of Organizations: A System and Human Resource Approach*. Edited by 2 cd. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Giannini Jr., G. T. (2010). *Marketing public relations: A marketer's approach to public relations and social media*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Goldblatt, J. (1997). *Special events: Best practices in modern event management (2nd ed.)*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw-Hill Book. Likert, R. (1967). *The Human Organization : Its Management and Values*.
- Ghillyers, A. W. (2012). *Management Now*. New York: McGraw-Hill.
- Hui-Wen,V.T.(2014). Constructing a competence model for international professionals in the MICEindustry : An analytic hierarchy process approach. *Journal of Hospitality, Leisure ,Sport&Tourism Education*,15,34–49.
- Hamel. G., & Prahalad. C.K. (1994). *Competing for The Future*. Boston, Massachusetts : Harvard Business School press.
- <http://indexcreativevillage.com/iconsiam-grand-opening/>.
- Hergberg, Frederick. (1959). *The motivation to work*. New Brunswick : Transition.

- IBISWorld. (2012). **Trade show & event planning in the US: Market research report**. Retrieved from <http://www.ibisworld.com/industry/default.aspx?indid=1502&partnerid=Valuation Resources>.
- Index Creative Village. (2018). **ICONSIAM grand opening**. Retrieved from
- Ivancevich, J. M. (2010). **Human Resource Management**. 11th ed. Singapore: McGraw-Hill.
- Isaak, A. C. (1981). **Scope and Method of Political Science: An Introduction to the Methodology**. Of Politiccal In Quiry(3rd nd). lillion: The Doreey Press.
- Kay, K. (2010). **21st Century Skills: Why the Matter, What They are, and How We Get There**. In Bellanca, J. & Brandt, R. (Eds.), **21st Century Skills: Rethinking How**
- J. Chiok Foong Loke. (2001). **Leadership Behaviors : Effects on Job satisfaction, Productivityand Organizational Commitment**. *Journal of Nursing Management*, (9); 191 - 204.
- Kayvan Nikjou. (2019). **Is Tomorrowland World's Best Music Festival?** <https://www.forbes.com/sites/kayvannikjou/2019/09/06/is-tomorrowland-worlds-best-music-festival/?sh=7163d4e144a8>
- Mathis, Robert L. And JackSon, John H. (2004) **Human Resource Management**. South-Western, Singapore.
- Main, Mary. (1995). **Discourse, prediction and recent studies in attachment: Implications for psychoanalysis**. Madison, International Universities Press.
- Mak, C.W. (2021). **Surviving a global crisis: The COVID-19 pandemic–COVID-19 and its impact on organization [Class-room presentation]**. Strategic Human Resources Manage-ment, National Institute and Development Administration, Thailand.
- McKinsey & Company. (2020). **COVID-19: Briefing materials - Global health and crisis response**. McKinsey & Company.
- Maslow, Abraham. (1954). **Motivation and personality**. New York : McGrew-Hill.

- McGregor, Douglas. (1960). **The Human Side of Enterprise**. New York : McGraw-Hill
- Melanie Williams and Andrea Bateman. 2003. **Graded Assessment in Vocational Education and Training: An Analysis of National Practice, Drivers and Area for Policy Development**. Australia: National Center for Vocational Education Research.
- McClelland, D.C. (1973). Testing for Competence rather than for Intelligence, **American Psychologist**. 28 , 1 – 14.
- Noe, Raymond A. (2002) **Employee Training And Development**. 2nd Edition. McGraw-Hill, Boston.
- Ozcelik, G. and M. Ferman. (2006). Competency Approach to Human Resource Management: Outcome and Contributions in a Turkish Cultural Context, **Human Resource Development Review**. Thousand Oaks: March.
- Prahalad, C.K. and Hamel, G. (1990). **The Core Competence of The Corporation**. Harvard: Business Review.
- Robbins, Stephen P. (1982) **The Management Of Human Resource**. 2nd Edition. Prentice-Hall Lnt'1. Englewood.
- Rowley, J. (1996). **Motivation and academic staff in higher education**. **Quality Assurance in Higher Education**, 4, 11–16.
- Rothwell, W. J. (2005). **Beyond Training and Development**. (2nd ed.). New York: Amacom.
- Robbins, S. P. and Coulter, M. (2008). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร แปลจาก เรื่อง Management โดย วิรัช สงวนวงษ์วาน พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- Swanson, R. A. & Holton III, E. F. (2009). **Foundations of Human Resource Development**. San Francisco: Berrett-Koehler
- Spencer, L.M. and Spencer, S.M. (1993). **Competence at work: Model for superior performance**. Wiley, New York.

- Stoof, A., Martens, R. L., Van Merriënboer, J.J.G., & Bastiaens, T. J. (2002). **The boundary approach of competence: A constructivist aid for understanding and using the concept of competence.** *Human Resource Development Review*, 1, 345-365.
- Shone, A., & Parry, B. (2004). **Successful event management: A practical handbook.** London: Thomson.
- Tan Teck-Hong* and Amna Waheed. (2011). **HERZBERG'S MOTIVATION-HYGIENE THEORY AND JOB SATISFACTION IN THE MALAYSIAN RETAIL SECTOR: THE MEDIATING EFFECT OF LOVE OF MONEY.** *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 16, No. 1, 73–94, January.
- Tucker, Jenny and Ollin, Ros. 2004. **The NVQ Assessor and Verifier Handbook.** 3rd ed. London: Kogan Page Limited.
- Likert, Rensis. (1932). **A Technique for the Measurement of Attitudes.** *Archives of Psychology*.
- Vroom, Victor. (1972). **Expectancy theory of motivation.** *Stochastic Model of Managerial Careers.* *Administrative Science Quarterly* 13.
- Weber, Max. (1966). *The Theory of Social and Economic Organization.* (Handerson & Parson Trans) Handerson and Talcott Parson, (4th ed). New York: The free Press.
- Wood, E. H. (2009). **Evaluating event marketing: Experience or outcome?** *Journal of Promotion Management*, 15, 247-268.
- World Economic Forum [WEF]. (2020). **The future of jobs report 2020.** [online] Available from http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf. [accessed 15 June 2022]
- World Economic Forum [WEF]. (2021a). **The Global Risks Report 2021 (6th ed.).** [online] Available from http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2021.pdf. [accessed 15 June 2022]
- World Economic Forum [WEF]. (2021b). **These are the top 10 job skills of tomorrow – and**

how long it takes to learn them. [online] Available from <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them/>. [accessed 15 June 2022]

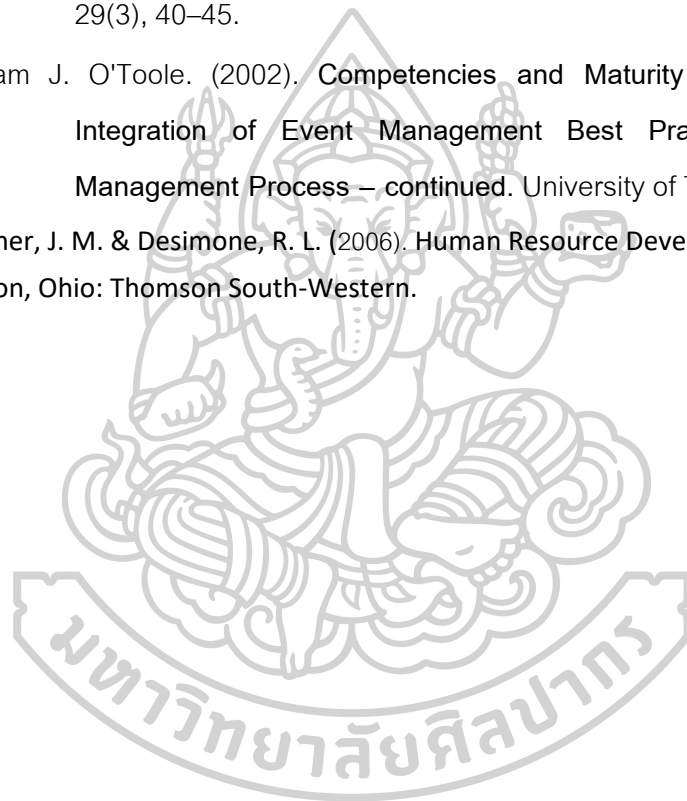
Walker, James A. (1982) **Human Resources Planning**. McGraw-Hill, New York.

Warner, C. (1991). **Employee turnover who's at fault: Paper present at the RAB Managing sale conference**. Nashville: n.p.

Weaver, T. (1988). **Theory M: motivating with money**. Cornell HRA Quarterly, 29(3), 40–45.

William J. O'Toole. (2002). **Competencies and Maturity models Towards the Integration of Event Management Best Practice by the Project Management Process – continued**. University of Technology, Sydney

Werner, J. M. & Desimone, R. L. (2006). **Human Resource Development**. (4th ed.). Mason, Ohio: Thomson South-Western.









บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ภายใน 216004

ที่ อว 8603.16/4672

วันที่ 13 กันยายน 2565

เรื่อง ผลการพิจารณาการขอรับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

เรียน นายรุจิภาส บุญสำเร็จ (นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ)

ตามที่ท่านได้ส่งโครงการวิจัย เรื่อง องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจ
รับจัดงานคอนเสิร์ต (เลขที่โครงการ REC 65.0901-134-7378) ไปยังสำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและ
การสร้างสรรค์ เพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
แล้วนั้น

บัดนี้ สำนักงานบริหารการวิจัยฯ ขอแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเข้าข่าย
โครงการวิจัยที่ได้รับการยกเว้นการพิจารณา (Exemption review) จึงออกหนังสือรับรองให้กับโครงการวิจัยดังกล่าว
ตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ หากผู้วิจัยมีข้อสงสัยสามารถสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ นางสาวพัชรณัฐ
เสาร์หงษ์ โทธ (เบอร์สำนักงาน) 098-5479738 ภายใน 216004

(ศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์)

ประธานกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



มหาวิทยาลัยศิลปากร

หนังสือฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

รหัสโครงการ: REC 65.0901-134-7378

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย): องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ชื่อโครงการ (ภาษาอังกฤษ): Human Resources Competency Standard Elements of Concert Business

ผู้วิจัยหลัก: นายรุจิภาส บุญสำเร็จ

สังกัด: คณะวิทยาการจัดการ

เอกสารที่รับรอง:

1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เวอร์ชัน 01 ฉบับลงวันที่ 1 กันยายน 2565
2. แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ฉบับภาษาไทย) เวอร์ชัน 01 ฉบับลงวันที่ 1 กันยายน 2565
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย เวอร์ชัน 01 ฉบับลงวันที่ 1 กันยายน 2565
4. หนังสือแสดงเจตนายินยอมการเข้าร่วมการวิจัย เวอร์ชัน 01 ฉบับลงวันที่ 1 กันยายน 2565

ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยยึดหลักเกณฑ์ตามคำประกาศ เฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) และมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมายข้อบังคับ และข้อกำหนดภายในประเทศ



(ศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์)

ประธานกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

หมายเลขใบรับรอง COE 65.0912-146

วันที่รับรอง: 12 กันยายน พ.ศ. 2565

สำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและการสร้างสรรค์

6 ถนนราชมรรคาใน ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000

โทร 0-3425-5808 โทรสาร (Fax) : 0-3425-5808

email : su.ethicshuman@gmail.com



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”

Human Resources Competency Standard Elements of Concert Business

สำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต และทดสอบองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” ของนักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาการจัดการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับและนำเสนอผลการศึกษาในภาพรวมทั้งหมด

งานวิจัยครั้งนี้จะไม่ประสบผลสำเร็จ หากไม่ได้รับความกรุณาตอบแบบสอบถามจากท่าน ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ครบทุกตอนและทุกข้อ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยแบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ส่วนที่ 3 องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ทั้งนี้หากท่านมีข้อสงสัยในการศึกษาหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับแบบสอบถามครั้งนี้ กรุณาติดต่อโดยตรงที่ นายรุจิภาส บุญสำเร็จ โทร.061-2926453 และ E-mail : rujipas.b@gmail.com

นายรุจิภาส บุญสำเร็จ

นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาการจัดการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง 3) เพศทางเลือก

2. อายุ

- 1) 15-25 ปี 2) 26-35 ปี 3) 36-45 ปี
 4) 46-55 ปี 5) 56-65 ปี 6) 66 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 3) ระดับปริญญาโท
 4) ระดับปริญญาเอก 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ตำแหน่งปัจจุบัน

- 1) Account Executive 2) Project Manager 3) Coordinator
 4) Creative 5) Production Designer 6) Backstage Staff
 7) Artists Manager 8) Producer 9) Stage Manager
 10) Graphic Designer 11) Production Manager 12) Audio & Visual
 13) Lighting Designer/Operator 14) Media Production 15) Event Sale
 16) Visual Designer/Operator 17) PR & Marketing 18) Writer
 19) อื่นๆระบุ.....

5. ประสบการณ์การทำงาน

- 1) น้อยกว่า 1 ปี 2) 1-3 ปี 3) 4-6 ปี 4) 7-9 ปี
 5) 10-12 6) 13-15 7) มากกว่า 15 ปี

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านต่อระดับขององค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพียงระดับเดียว โดย
เห็นด้วยมากที่สุด = 5 เห็นด้วยมาก = 4 เห็นด้วยปานกลาง = 3 เห็นด้วยน้อย = 2 เห็นด้วยน้อยมาก = 1

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
1. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)					
1.1 ด้านความรู้					
1.1.1 ต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆที่เกี่ยวข้อง					
1.1.2 ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานคอนเสิร์ต อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์					
1.1.3 ต้องมีความรู้พื้นฐานตรงตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต					
1.1.4 ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านสารสนเทศและความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
1.1.5 ต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนด มาตรการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องความปลอดภัยและอาชีวอนามัยในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และงานอีเวนต์อื่นๆ					
1.2 ด้านทักษะ					
1.2.1 ต้องมีทักษะการเรียนรู้และการปฏิบัติงานการจัดงานคอนเสิร์ต					
1.2.2 ต้องมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและการประสานงานในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
1.2.3 ต้องมีทักษะการใช้สารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี ในการ ปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต					
1.2.4 ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจรรย์ญาณและ การแก้ปัญหา ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต					
1.2.5 ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม และการร่วมมือวางแผน เป็นหมู่คณะ					
1.3 ด้านคุณลักษณะ					
1.3.1 ต้องมีประสบการณ์การฝึกงาน หรือประสบการณ์ทำงาน และ/หรือ วุฒิการศึกษาตรงตามสายงาน					
1.3.2 ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงออกแบบมี จินตนาการและสามารถสื่อสารความคิดออกมาได้อย่างเป็น รูปธรรม					
1.3.3 ต้องมีปฏิญาณ ไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และ การกล้าตัดสินใจ					
1.3.4 ต้องมีความรับผิดชอบสูง สามารถทำงานภายใต้แรง กดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา ยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับ การเปลี่ยนแปลงได้					
1.3.5 ต้องมีขยันหมั่นเพียรในการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ อดทน และเรียนรู้สิ่งใหม่ อย่างรวดเร็ว					
2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)					
2.1 ด้านความรู้					
2.1.1 ต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์และ อุตสาหกรรมอีเวนต์					
2.1.2 ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต					
2.1.3 ต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานตามตำแหน่งงานในธุรกิจรับจัด งานคอนเสิร์ต					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
2.1.4 ต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยี เกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต					
2.1.5 ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการจัดเจรจาทางธุรกิจ การตลาด และการขายงานให้กับลูกค้าขององค์กร					
2.2 ด้านทักษะ					
2.2.1 ต้องมีทักษะการผลิตและดำเนินการสำหรับงานคอนเสิร์ต					
2.2.2 ต้องมีทักษะการวางแผนงานและกระบวนการทำงานสำหรับงานคอนเสิร์ต					
2.2.3 ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพ ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว เพื่อการเปลี่ยนแปลง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ					
2.2.4 ต้องมีทักษะการประสานงานและการนำเสนองานทั้งภาษาไทยและอังกฤษได้ชัดเจน กระชับและมีตรรกะ					
2.2.5 ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์และความคิดเชิงออกแบบเป็นกระบวนการความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาในการทำงาน					
2.3 ด้านคุณลักษณะ					
2.3.1 ต้องมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต					
2.3.2 ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบงานคอนเสิร์ตและความสามารถในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ					
2.3.3 ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม					
2.3.4 ต้องมีไหวพริบ การช่างสังเกต ใส่ใจในรายละเอียด รอบคอบ และ พัฒนาตนเองและใส่ใจการเรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
2.3.5 ต้องมีความมุ่งมั่น พยายาม และเตรียมพร้อมในการ ทำงานล่วงหน้า					
3.สมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)					
3.1 ด้านความรู้					
3.1.1 ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ					
3.1.2 ต้องมีความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์การ					
3.1.3 ต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลูกค้าขององค์การ					
3.1.4 ต้องมีความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มในอุตสาหกรรมอีเวนต์และ ธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทยและต่างประเทศ					
3.1.5 ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใน อุตสาหกรรมอีเวนต์และธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต					
3.2 ด้านทักษะ					
3.2.1 ต้องมีทักษะการปฏิบัติงานตามตำแหน่งที่ได้รับ มอบหมาย					
3.2.2 ต้องมีทักษะการประสานงานกับทีมงาน					
3.2.3 ต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งภาษาไทย และ ภาษาต่างประเทศ					
3.2.4 ต้องมีทักษะการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายใน และภายนอก					
3.2.5 ต้องมีทักษะการวางแผนและการคิดเชิงระบบ					
3.4 ด้านคุณลักษณะ					
3.4.1 ต้องมีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี					
3.4.2 ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม					
3.4.3 ต้องมีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้รวดเร็ว					
3.4.4 ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีความเห็นอกเห็นใจ					
3.4.5 ต้องมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับงาน					
4.สมรรถนะหลัก (Core Competencies)					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
4.1 ด้านความรู้					
4.1.1 ต้องมีความรู้ในงานตามตำแหน่งในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต					
4.1.2 ต้องมีความรู้ในการปฏิบัติงานธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต					
4.1.3 ต้องมีความรู้ในวัฒนธรรมและเทคโนโลยีธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต					
4.1.4 ต้องมีความรู้การตลาดและการขายธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต					
4.1.5 ต้องมีความรู้การคำนวณต้นทุนในการจัดงานคอนเสิร์ต					
4.2 ด้านทักษะ					
4.2.1 ต้องมีทักษะการจัดงานคอนเสิร์ตอย่างมืออาชีพ					
4.2.2 ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต					
4.2.3 ต้องมีทักษะชีวิตและการบริการอย่างมืออาชีพ					
4.2.4 ต้องมีทักษะการสื่อสารและการประสานงาน					
4.2.5 ต้องมีทักษะการคิดสร้างสรรค์และการคิดอย่างเป็นระบบ					
4.3 ด้านคุณลักษณะ					
4.3.1 ต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
4.3.2 ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ					
4.3.3 ต้องมีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่และรักในงานบริการ					
4.3.4 ต้องอุทิศตนให้กับงานและมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า					
4.3.5 ต้องมีความสามารถในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ					
5.สมรรถนะในงาน (Functional Competencies)					
5.1 ด้านความรู้					
5.1.1 ต้องมีความรู้พื้นฐานในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ อีเวนต์ หรือ ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
5.1.2 ต้องมีความรู้เฉพาะตำแหน่งงานในแต่ละส่วนของธุรกิจ รับจัดงานคอนเสิร์ต					
5.1.3 ต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้า และเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการ กำหนดตารางการทำงาน					
5.1.4 ต้องมีความรู้และแนวทางการตกแต่งสถานที่ ออกแบบ แสง สี เสียง และริมงานคอนเสิร์ต					
5.1.5 ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อกำหนด มาตรการ ความปลอดภัยและชีวอนามัยในการจัดงานคอนเสิร์ต					
5.2 ด้านทักษะ					
5.2.1 ต้องมีทักษะเบื้องต้นการจัดงานคอนเสิร์ตทั้งในรูปแบบ ออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน					
5.2.2 ต้องมีทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ งาน					
5.2.3 ต้องมีทักษะชีวิตและอาชีพตามบทบาทหน้าที่และความ รับผิดชอบ					
5.2.4 ต้องมีทักษะการเจรจาติดต่อสื่อสาร					
5.2.5 ต้องมีทักษะการนำเสนอและการเล่าเรื่อง					
5.3 ด้านคุณลักษณะ					
5.3.1 ต้องมีความกระตือรือร้นรอบคอบ และแม่นยำในการทำงาน					
5.3.2 ต้องมีความเป็นระเบียบแบบแผนตามลำดับขั้นตอนใน การทำงาน					
5.3.3 ต้องมีความเปิดกว้าง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ยอมรับข้อผิดพลาด และเรียนรู้อยู่เสมอ					
5.3.4 ต้องมีไหวพริบ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานได้อย่าง รวดเร็ว ฉับไว					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
5.3.5 ต้องมีความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายได้อย่างเหมาะสม					
6.สมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)					
6.1 ด้านความรู้					
6.1.1 การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง)					
6.1.2 การบริหารจัดการสถานที่และการขนส่งสำหรับงานคอนเสิร์ต					
6.1.3 การบริหารจัดการฝูงชนและความปลอดภัยภายในงานคอนเสิร์ต					
6.1.4 การบริหารจัดการการลงทะเบียน การขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับงานคอนเสิร์ต					
6.1.5 การบริหารจัดการกำหนดตารางการทำงาน การจัดการ Line Up ศิลปิน แสง สี เสียง การจัดโซนนิ่ง ในงานคอนเสิร์ต					
6.2 ด้านทักษะ					
6.2.1 ต้องมีทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต					
6.2.2 ต้องมีทักษะการสื่อสารและประสานงาน					
6.2.3 ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม					
6.2.4 ต้องมีทักษะการเป็นผู้นำและการตัดสินใจ					
6.2.5 ต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์					
6.3 ด้านคุณลักษณะ					
6.3.1 ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในงานจัดคอนเสิร์ต					
6.3.2 ต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ได้ล่วงหน้า รับมือกับสถานการณ์ความกดดัน และความเครียดที่เกิดในงานได้					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
6.3.3 ต้องมีความคิดริเริ่มและการขึ้นนำตนเอง มีความสามารถ จัดการด้านเป้าหมายและเวลา ยืดหยุ่นสูง พร้อมปรับเปลี่ยน ตามสถานการณ์ รวมถึงความละเอียดรอบครอบ					
6.3.4 ต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ พร้อมในการทำงาน ตื่นตัวอยู่เสมอ ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียดรอบด้าน					
6.3.5 ต้องมีใจรักบริการ ตรงต่อเวลา ขยัน อดทน มุ่งเน้นความ พึงพอใจของลูกค้าและมุ่งมั่นความสำเร็จในงาน					
7.สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)					
7.1 ด้านความรู้					
7.1.1 ต้องมีความรู้ในการบริหารองค์กร					
7.1.2 ต้องมีความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์					
7.1.3 ต้องมีความรู้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัด งานคอนเสิร์ต					
7.1.4 ต้องมีความรู้ในการคิดต้นทุน จัดการ ควบคุมงบประมาณ					
7.1.5 ต้องมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือทางธุรกิจ					
7.2 ด้านทักษะ					
7.2.1 ต้องมีทักษะการวางแผนงาน พัฒนาระบบงานการทำงาน และดำเนินการแผนการจัดการงาน					
7.2.2 ต้องมีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์					
7.2.3 ต้องมีทักษะภาษาอังกฤษระดับปานกลาง-สูง ทั้งด้านการ ฟัง พูด อ่าน เขียน					
7.2.4 ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ					
7.2.5 ต้องมีทักษะทางสังคมและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม					
7.3 ด้านคุณลักษณะ					
7.3.1 ต้องมีความสามารถด้านความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิ 지털และนวัตกรรม เครื่องมือใหม่ๆในการบริหารงาน					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
7.3.2 ต้องมีความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและมุ่งมั่นพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในตนเอง					
7.3.3 ต้องมีความเป็นผู้นำในการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ส่งเสริมให้คนในองค์กรเรียนรู้จากผิดพลาด					
7.3.4 ต้องมีความสามารถคิดสร้างสรรค์ รู้จักวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ตรรกะ เหตุผลในการประเมินปัญหาอย่างรอบด้าน สามารถปรับเปลี่ยนความคิด โน้มน้าว และปลุกกระตมที่ทีมงาน รวมถึงเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของทีมงาน					
7.3.5 ต้องมีความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีคุณค่าและการเพิ่มผลผลิตและการรับรู้รับผิดชอบ					
8.สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency)					
8.1 ด้านความรู้					
8.1.1 ต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้มตลาดและการแข่งขันของธุรกิจคอนเสิร์ต					
8.1.2 ต้องมีความรู้ด้านการขายและตลาดดิจิทัลในการทำธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต					
8.1.3 ต้องมีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ					
8.1.4 ต้องมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมข้ามชาติ					
8.1.5 ต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต					
8.2 ด้านทักษะ					
8.2.1 ต้องมีทักษะการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจจัดคอนเสิร์ต					
8.2.2 ต้องมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน คอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
8.2.3 ต้องมีทักษะการเจรจาต่อรองในธุรกิจ					
8.2.4 ต้องมีทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาต่างประเทศ					
8.2.5 ต้องมีทักษะผู้นำทางธุรกิจสมัยใหม่ (Agile Leadership) หมายถึง ผู้นำที่สามารถการให้อำนาจในการรับผิดชอบงานเป็นของลูกน้องในทีม สร้างเวทีและบรรยากาศการทำงานที่ผลักดันให้ลูกน้องก้าวขึ้นมาทำในสิ่งที่อยากทำ โดยไม่ต้องรอคำสั่งจากหัวหน้า พูดคุยอย่างเปิดเผย โปร่งใส และตั้งใจให้ คนทำงานร่วมกันได้ เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนในการตัดสินใจและรับผิดชอบร่วมกัน					
8.3 ด้านคุณลักษณะ					
8.3.1 ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินธุรกิจ จัดคอนเสิร์ต					
8.3.2 ต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบและมีความ เป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจจัดคอนเสิร์ต					
8.3.3 ต้องมีความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจและอัปเดตองค์ความรู้ใหม่อย่างสม่ำเสมอ					
8.3.4 ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการและยึดมั่นใน มาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ					
8.3.5 ต้องมีความสามารถในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทุก ภาคส่วน ทั้งในและต่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ เครือข่ายในวิชาชีพ					

ส่วนที่ 3 องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขัน ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านต่อระดับขององค์ประกอบมาตรฐาน
สมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเพียงระดับเดียว โดย
เห็นด้วยมากที่สุด = 5 เห็นด้วยมาก = 4 เห็นด้วยปานกลาง = 3 เห็นด้วยน้อย = 2 เห็นด้วยน้อยมาก = 1

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีด ความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับ จัดงานคอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
1. ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)					
1. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมี ความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเวนต์ การ จัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆทั้งแบบ ออนไลน์และออนไซต์ และแบบผสมผสาน เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขัน					
2. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมี ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ นโยบาย แผน กลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงลักษณะธุรกิจ และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน					
3. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมี ทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์การปฏิบัติงานการจัดงาน คอนเสิร์ตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน					
4. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมี ทักษะการบริหารจัดการงานคอนเสิร์ต การสื่อสารและประสานงาน การทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำ และการตัดสินใจ และทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขัน					

ประเด็น	องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะ ทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อขีด ความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับ จัดงานคอนเสิร์ต				
	5	4	3	2	1
5. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมี คุณลักษณะที่สำคัญคือ ความรับผิดชอบสูง สามารถทำงาน ภายใต้แรงกดดันและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การแก้ปัญหา เฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับ การเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน					
2. ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)					
1. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องใช้ ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเฉพาะตำแหน่ง เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขัน					
2. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องรับรู้ ในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนในองค์กรเพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขัน					
3. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมี ความสามารถตามลักษณะงานตามตำแหน่งหน้าที่ที่จะสะท้อน ให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะ ทศนคติ คุณลักษณะส่วนบุคคล เพื่อ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน					
4. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมี คุณลักษณะเฉพาะหรือความสามารถพิเศษส่วนบุคคลที่ ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้โดดเด่นกว่า บุคคลทั่วไป เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน					
5. ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตทุกคนต้องมี ความสามารถในการบริหารจัดการหรือความเป็นมืออาชีพ เพื่อ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับ จัดงานคอนเสิร์ต

4.1 ด้านสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies)

.....

.....

.....

.....

4.2 ด้านสมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies)

.....

.....

.....

.....

4.3 ด้านสมรรถนะองค์การ (Organization Competencies)

.....

.....

.....

.....

4.4 ด้านสมรรถนะหลัก (Core Competencies)

.....

.....

.....

.....

4.5 ด้านสมรรถนะในงาน (Functional Competencies)

.....

.....

.....

.....

4.6 ด้านสมรรถนะทางการจัดการ (Management Competency)

.....

.....

.....

.....

4.7 ด้านสมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency)

.....

.....

.....

.....

4.8 ด้านสมรรถนะทางธุรกิจ (Business Competency)

.....

.....

.....

.....

**ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อ
ขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต**

5.1 ขีดความสามารถระดับองค์กร (Organization Competency)

.....

.....

.....

.....

5.2 ขีดความสามารถระดับบุคคลในองค์กร (Human Competency)

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม



แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus groups)

เรื่อง “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต”

Human Resources Competency Standard Elements of Concert Business

ดำเนินการสนทนาเมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

พิธีกรผู้จัดบันทึก

ผู้ช่วยผู้วิจัยดำเนินการสนทนากลุ่ม.....

คำชี้แจง

แบบบันทึกการสนทนากลุ่มนี้ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชนและผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทยและสมรรถนะที่ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันนำไปสู่ผลการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต” ของนักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาการจัดการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

1. รายชื่อสมาชิกผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....
- 6.....
- 7.....
- 8.....
- 9.....
- 10.....
- 11.....
- 12.....

ตอนที่ 3 ข้อสรุป

ตารางสรุปผลการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

ข้อที่ / ประเด็นที่	สรุป

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ข้อที่ / ประเด็นที่	ข้อเสนอแนะ

ตารางสรุปผลการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

ข้อที่ / ประเด็นที่					

ตารางสรุปผลการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

ข้อที่ / ประเด็นที่	ข้อสรุปกลุ่มที่เลือก	ข้อสรุปกลุ่มที่ไม่เลือก

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก
(.....)





ที่ อว 8606 (พบ) / 45

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๒๘ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ยงยุทธ แก้วอุดม

ด้วย นายรุจิภาส บุญสำเร็จ รหัสประจำตัว 621230036 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง "องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 44

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๒๘ มกราคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช

ด้วย นายรุจิภาส บุญสำเร็จ รหัสประจำตัว 621230036 นักศึกษาระดับปริญญาโทชั้นบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง "องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจู้ย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 47

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

28 มกราคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน นางสาวไอรินทร์ นันทชัยพร

ด้วย นายรุจิภาส บุญสำเร็จ รหัสประจำตัว 621230036 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง "องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 48

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

28 มกราคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน นางสาวพิณณา อินทามระ

ด้วย นายรุจิภาส บุญสำเร็จ รหัสประจำตัว 621230036 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง "องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 46

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

28 มกราคม 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เจียรวิทยกิจ

ด้วย นายรุจิภาส บุญสำเร็จ รหัสประจำตัว 621230036 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง "องค์ประกอบมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจู้ย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032 594 107

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. คุณวิฑู จีนะเจริญ
ผู้อำนวยการทั่วไป (General Director) บริษัท ไไลฟ์ฟรี้ว่า จำกัด (Live4 Viva Co., Ltd.)
2. คุณปรางใส รุ่งธนพัฒน์โสภณ
Associate Account director บริษัท Index Creative Village
3. คุณไอรินทร์ นันทชัยพร
Managing Director บริษัท KOKO CONNECTION CO., LTD.
4. คุณกฤตยา สัตตมาศ
Co founder and Senior Executive Activation Director บริษัท MI6 BANGKOK
5. คุณพินณภา อินทามระ
Co & Co-founder บริษัท Eventika Co., Ltd.
6. คุณณัฐิกา สุนทรเจริญนนท์
Co Founder Managing Director MUSE K AGENCY CO., LTD
7. คุณสรารัตน์ สิ้นทรัพย์อุดม
ตำแหน่ง Account Manager (GMM Show) บริษัท GMM Grammy
8. คุณจันทร์ศิษฐ์ มณีฉาย
กรรมการบริหาร บริษัท มีเดียแรพ จำกัด
9. คุณปภาพันธ์ อภิชาติสุภาพขจร
Project Manager บริษัท มหาสนุก จำกัด
10. คุณอรพัฒน์ พัฒนพงศา (แฟร์)
ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่อาวุโส-ผลิตและสร้างสรรค์งาน Showbiz IDEA FACT บริษัท GMM Grammy

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	อาจารย์รุจิภาส บุญสำเร็จ
วัน เดือน ปี เกิด	25 มิถุนายน 2524
สถานที่เกิด	จังหวัดนครนายก
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี - สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัย กรุงเทพ ปริญญาโท - การจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Ph.D Candidate - การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	คอนโดมิเนียมพินี พาร์ค 2/126 วิภาวดีรังสิต ซ.3 จอมพล ๑๓ กรุงเทพฯ 10900
ผลงานตีพิมพ์	1. วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 เดือนกรกฎาคม-กันยายน 2563 TC12 “การวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการพิพิธภัณฑ์เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว” 2. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 ม.อ.ตรัง วิจัย ประจำปี 2563 ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง. 20 มีนาคม 2563 หัวข้อ “กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จของการจัดกิจกรรมพิเศษงานเทศกาลดนตรีในประเทศไทย” 3. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา (Symposium) ครั้งที่ 12 ประจำปี 2563 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 28 มีนาคม 2563 หัวข้อ “แนวทางการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานร้านอาหารโรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลเวิลด์”