การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อส่งเสริมขีดความสามารถการแข่งขันอย่างยั่งยืน

Developing Competencies of Employees in Concert Event Business to Enhance Sustainable Competitiveness

วนิดา อ่อนละมัย[1], อรรฆพร ก๊กค้างพลู[2**]
Wanida Onlamai[1], Akkhaporn Kokkhangplu[2**]

Received: 24 July 2024 **Revised:** 8 October 2024 **Accepted:** 20 October 2024

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยของสมรรถนะบุคลากร ความผูกพัน ขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวนทั้งสิ้น 195 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในเก็บข้อมูลในการศึกษาคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้รูปแบบการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อพิสูจน์สมมุติฐานระหว่างตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต พบว่า สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันในทางบวก รวมถึงส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากรในทางบวก และสมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินการของธุรกิจ ในขณะที่ขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินการของธุรกิจ และขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลกระทบต่อความผูกพันของบุคลากร อย่างไรก็ตามผลการดำเนินการของธุรกิจไม่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากร ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยนี้สามารถปรับใช้สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตควรให้ความสำคัญต่อสมรรถนะที่สำคัญของบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ในการประกอบการธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตควรที่จะมีการพัฒนาสมรรถนะและทักษะที่สำคัญของบุคลากรในธุรกิจงานคอนเสิร์ตได้ในอนาคต

คำสำคัญ: สมรรถนะบุคลากร, ความผูกพัน, ขีดความสามารถในการแข่งขัน, ผลการดำเนินการธุรกิจ, ธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต

[1] วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น
[2] สาขาวิชาการจัดการธุรกิจบริการและอีเว้นท์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
* ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: Akkhko@kku..ac.th
[1] College Tourism and Hospitality, Sripatum University KhonKean, Khon Kean,Thailand
[2] Hospitality and Event Management, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University
* Corresponding author E-mail: Akkhko@kku.ac.th

Abstract

This research aims to analyze the factors of employees' competencies, engagement, and competitiveness that influence the performance of the concert event business. The samples were 340 employees working in the concert event business, selected through purposive sampling. The instrument used for data collection is a questionnaire. Data analysis was performed using structural equation modeling (SEM) to test the hypotheses of the relationships between variables that influence the performance of the concert event business. The findings indicated that employees' competencies in the concert event business positively affected competitiveness and employee engagement. Additionally, employees' competencies in the concert event business impacted business performance, while competitiveness influenced business performance and employee engagement. However, the business performance insignificantly affected employee engagement. The value insight of this research can be applied by concert event business entrepreneurs, who should focus on the key competencies of employees working in the concert event business. To successfully run a concert event business, it is important to enhance the core competencies and skills of employees in the future.

Keywords: Employee competencies, employee engagement, competitiveness, business performance, concert business

บทนำ

ธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต จัดเป็นหนึ่งในธุรกิจไมซ์ (MICE) ในสาขาอีเวนท์หรือการจัดงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต เป็นอีเวนท์ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการเดินทางท่องเที่ยวและการบริการ ที่เน้นคุณภาพ และมีค่าใช้จ่ายแต่ละทริปในอัตราที่ค่อนข้างสูงกว่าการท่องเที่ยวประเภทอื่น หลังจากที่สถานการณ์การแพร่ระบาดใหญ่ของโควิด 19 เมื่อปี 2563 และคลี่คลายลงตั้งแต่ต้นปี 2565 จนกลับสู่สภาวะปกติในปัจจุบัน ส่งผลให้การจัดงานอีเวนท์และเทศกาลทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ โดยเฉพาะวงการคอนเสิร์ตทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงคอนเสิร์ตวงอินเตอร์ชื่อดังที่ได้เริ่มเข้ามาจัดคอนเสิร์ตในไทยมากขึ้น โดยไทยก็ถือเป็นประเทศที่อยู่ในหมุดหมายของการจัดงานคอนเสิร์ต หรืออีเวนท์ต่าง ๆ เนื่องด้วยมีฐานแฟนคลับอย่างหนาแน่น ประกอบกับการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก ส่งผลให้ภาคธุรกิจกลับมาประกอบธุรกิจอย่างจริงจังและคาดหวังผลประกอบการผลกำไรที่เป็นบวก โดยธุรกิจที่ได้ผลตอบรับและมีผลประกอบการที่ดีขึ้นอย่างชัดเจนธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตที่ชาวต่างชาติโดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียทยอยเดินทางเข้ามาจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเริ่มปรับตัวและผสมผสานการจัดคอนเสิร์ตทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ (hybrid) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่มีความหลากหลาย (Boonsomrat & Jaroenwisan, 2023)

ในปี 2023 ภาพรวมของธุรกิจคอนเสิร์ตมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 7,200 ล้านบาท เติบโตก้าวกระโดดอยู่ที่ 84% ถ้าเทียบจากปี 2022 ที่มีมูลค่าตลาดอยู่ 3,900 ล้านบาท แบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คอนเสิร์ตศิลปินไทย มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 36% เติบโต 52% ศิลปินเอเชีย เกาหลี ญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 46% เติบโต 160% คอนเสิร์ตอินเตอร์เนชันแนล มีส่วนแบ่งตลาด

อยู่ที่ 18% เติบโต 39% (จิรันธนิน กมลเลิศ, 2024) คอนเสิร์ต เป็นธุรกิจที่ชาวต่างชาติสนใจเดินทางเข้ามาจัดงานฯ ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เหตุมาจากความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ครบครัน มีสนามบินขนาดใหญ่ การคมนาคมที่สะดวกสบาย สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างเม็ดเงินทั้งจากคนในประเทศและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องได้รับผลดีไปด้วย เช่น ธุรกิจโรงแรม ห้องพัก ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Abdullayeva, 2014)

อย่างไรก็ตามสถานการณ์การระบาดใหญ่ของโควิด 19 ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอีเวนท์อย่างมาก ในทุกมิติของการทำงาน การปรับตัวสู่โลกดิจิทัล ความต้องการของตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และการแข่งขันที่สูง ดังนั้นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญคงหนีไม่พ้นการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรให้ก้าวทันการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ ทักษะ ความรู้ ความสามารถที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล (Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB), 2023) และปัจจัยสำคัญที่สุดคือการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพราะอุตสาหกรรมดนตรี รวมถึงคอนเสิร์ตหรือเทศกาลดนตรี เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งจากพลังงานที่ใช้ในการจัดงาน การเดินทางของผู้คนจำนวนมาก รวมถึงการผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายในงาน การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรเพื่อส่งเสริมขีดความสามารถในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตอย่างยั่งยืนจึงสำคัญและจำเป็นสำหรับประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการยกระดับมาตรฐานงาน MICE อย่างยั่งยืน รวมถึงบูรณาการโมเดลเศรษฐกิจ BCG ซึ่งปัจจุบันเป็นวาระแห่งชาติ อีกทั้งยังเป็นเป้าหมายในการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ SDG ขององค์กรสหประชาชาติ TCEB จึงได้ประกาศเส้นทางสู่เป้าหมาย Net Zero Events โดยเริ่มในปี 2023 เป็นต้นไป ขณะเดียวกันผู้จัดงานไมซ์ทั่วโลก เริ่มนำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนและคอนเซ็ปต์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาปรับใช้ในการจัดงาน โดยแนวคิดนี้ ไม่เพียงแต่จะสามารถสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวก แต่ยังช่วยลดต้นทุนการจัดงานได้อีกทางหนึ่งด้วยเหตุนี้ ในแต่ละประเทศ จึงค่อนข้างให้ความสำคัญกับธุรกิจนี้เป็นอย่างมาก เพื่อที่จะยกระดับประเทศตนเองให้เป็นมาตรฐาน ได้รับการยอมรับจากนานาประเทศในการเป็นเจ้าภาพจัดงานกิจกรรมที่สำคัญๆ ของภูมิภาค และเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมนานาทวีป เช่น ยุโรป อเมริกา เป็นต้น (Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB), 2023)

ดังจะเห็นว่าการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน นำมาซึ่งความเสี่ยงและโอกาส ดังนั้นธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาบุคลากรของตนเองอยู่เสมอเพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนจึงเป็นเรื่องสำคัญ การจัดงานคอนเสิร์ตอย่างยั่งยืนไม่เพียงแต่เป็นเรื่องของการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังรวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและสร้างความมั่นคงในระยะยาวต่อธุรกิจและชุมชนที่เกี่ยวข้อง การสร้างธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตอย่างยั่งยืนต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้ในระยะยาว ทั้งในส่วนของสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมซึ่งธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทยยังคงมีศักยภาพในการเติบโตสูง หากสามารถปรับตัวและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (Mwesiumo *et al.*, 2021; Lamesawan *et al.*, 2023) ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยของสมรรถนะบุคลากร ความผูกพัน ขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อการพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ

และศักยภาพสอดคล้องกับความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจ และนำไปสู่การสร้างขีดความสามารถของบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยของสมรรถนะบุคลากร ความผูกพัน ขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต (Concert)

การทบทวนวรรณกรรม

สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะบุคลากร สมรรถนะบุคลากร (Competency) เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร มุ่งเน้นที่การระบุและพัฒนาความสามารถที่ทำให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้วิธีการเชิงพฤติกรรมและการประเมินสมรรถนะที่ครอบคลุมทั้งความรู้ ทักษะ และทัศนคติ สามารถช่วยให้องค์กรพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมีหลายแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะบุคลากร โดย McClelland (1973) เป็นผู้ริเริ่มแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะบุคลากรโดยเน้นการวัดสมรรถนะโดยใช้วิธีการเชิงพฤติกรรม โดยสมรรถนะหมายถึงความสามารถและคุณสมบัติที่ทำให้บุคคลประสบความสำเร็จในงาน ประกอบด้วย 1. ความรู้ (Knowledge) ในสาขาที่ทำงาน 2. ทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน (Skills) และ 3. ทัศนคติและคุณค่าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงาน (Attitudes) แนวคิดของ McClelland โดยเชื่อว่าสมรรถนะประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ เช่น ความสามารถในการจัดการกับความเครียด การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และความสามารถในการแก้ไขปัญหา และ เสนอโมเดลEffective Job Performance ซึ่งประกอบด้วย สมรรถนะขั้นพื้นฐาน หมายถึง ความรู้ หรือ ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นของบุคคลที่ต้องมีเพื่อให้สามารถที่จะทำงานที่สูงกว่า หรือ ซับซ้อนกว่าได้ และสมรรถนะที่ทำให้เกิดความแตกต่าง หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีผลการทำงานที่ดีกว่าหรือสูงกว่ามาตรฐาน สูงกว่าคนทั่วไปจึงทำให้เกิดผลสำเร็จที่แตกต่างกัน Spencer and Spencer (1993) ได้ทำการศึกษาและเสนอโมเดล Competency Iceberg เป็นการเปรียบเทียบสมรรถนะกับภูเขาน้ำแข็ง โดยแบ่งเป็น สมรรถนะที่มองเห็นได้ เช่น ความรู้ ทักษะ และ สมรรถนะที่ซ่อนอยู่ เช่น แรงจูงใจ คุณค่าทางจริยธรรม ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญในการประเมินสมรรถนะโดยรวม

และสมรรถนะที่สำคัญสำหรับธุรกิจรับจัดคอนเสิร์ต มีทั้งหมด 6 สมรรถนะที่สำคัญได้แก่ 1. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competencies) คือ สมรรถนะส่วนตัวที่แต่ละบุคคล มีความสามารถเฉพาะบุคคล ยากต่อการลอกเลียนแบบได้ ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ตและมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต 2. สมรรถนะเฉพาะงาน (Job Competencies) คือ สมรรถนะของบุคคลกับความสามารถในการทำงานตามตำแหน่งที่ได้รับ เป็นบทบาทเฉพาะตัว ความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง) 3. สมรรถนะองค์กร (Organization Competencies) หรือ สมรรถนะหลัก (Core Competencies) คือ ความสามารถสำคัญที่บุคคลต้องมีหรือต้องสามารถทำได้ เพื่อให้องค์กรบรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ ความสามารถพิเศษที่ต้องการเฉพาะองค์กรนั้นๆ เช่น ความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน สามารถบริหารจัดการการขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับ

งานคอนเสิร์ต การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทั้งในทีมงานและกับผู้จัดการงานหรือศิลปิน 4.สมรรถนะทางด้านการจัดการ (Management Competency) คือ การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในการบริหารจัดการงานที่ปฏิบัติอยู่ เช่น ทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา ความสามารถในการจัดการเวลาและการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการประสานงานในงานคอนเสิร์ต 5. สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ (Leadership Competency) คือ การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนมีทักษะการประสานงานและมีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีทีมงานในองค์กร ซึ่งรวมถึงความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นในสภาพแวดล้อมที่มีความกดดันสูง 6. สมรรถนะทางด้านธุรกิจ (Business Competency) คือ การมีองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถในอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเว้นท์ การจัดงานคอนเสิร์ต ความรู้และทักษะทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการตั้งค่าระบบเสียง แสง และอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งสามารถส่งเสริมให้การทำงานดียิ่งขึ้น และช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น (นุช สัทธาฉัตรมงคล, 2561; สุวดี บุญมาจรินนท์, 2558; Lamesawan *et al.*, 2023; Mwesiumo *et al.*, 2021; Nolan, 2017)

สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต ขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการดำเนินการธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต และ ความผูกพัน

สมรรถนะ เป็นปัจจัยในการทำงานที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กร โดยเฉพาะการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพราะสมรรถนะเป็นปัจจัยช่วยให้พัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อให้ส่งผลไปสู่การพัฒนาองค์กร สมรรถนะของพนักงานที่องค์กรต้องการสอดคล้องกับตำแหน่งงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงเป้าหมายขององค์กร การแสดงผลของสมรรถนะที่องค์กรต้องการ จึงเป็นการแสดงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของบุคลากรและวัดผลในระดับของผลการปฏิบัติงาน สมรรถนะของพนักงานหรือบุคลากรในองค์กรจึงเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร (อัครเดช ไม้จันทร์, 2560) สมรรถนะของพนักงานมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยองค์กรที่มีพนักงานที่มีสมรรถนะสูงสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ดีขึ้น สมรรถนะและผลการดำเนินงานที่สูงของพนักงานเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดข้อผิดพลาด และส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม ทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น พนักงานที่มีสมรรถนะสูงมักมีความผูกพันกับองค์กร (วสวัตติ์ สุติญญามณี และคณะ, 2561)

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะและผลกระทบที่มีต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการดำเนินงาน และความผูกพันของพนักงาน พบว่า สมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขัน ของพนักงาน เช่น ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และพฤติกรรม ส่งผลโดยตรงต่อขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรที่มีพนักงานที่มีสมรรถนะสูงมักจะมีความสามารถในการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ดี (Boonsomrat & Jaroenwisan, 2023) ในขณะที่สมรรถนะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานและการลดข้อผิดพลาด การพัฒนาสมรรถนะของพนักงานช่วยให้การทำงานมีคุณภาพสูงขึ้นและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ (Meyer *et al.*, 2004) พนักงานที่มีสมรรถนะสูงมักจะมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรเนื่องจากมีความมั่นใจในความสามารถของตนและเห็นคุณค่าในงานที่ทำ การให้โอกาสพนักงานพัฒนาสมรรถนะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งจะลดการลาออกและเพิ่มความภักดี มนุษย์วัย

ทำงานทุกคนต้องรับผิดชอบบทบาทหลายอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น ต้องทำงาน ต้องดูแลสมาชิกในครอบครัว ต้องดูแลชีวิตตนเองให้มีความสุข ต้องพัฒนาความรู้ ความสามารถ เป็นต้น (หทัยทิพย์ ลิ้วสงวนกุลธร, 2555) ซึ่งองค์กรไม่ควรมองข้ามและควรให้ความสำคัญต่อสิ่งเหล่านี้ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มี ผลกระทบต่อขีดความสามารถของพนักงานได้

สมมติฐานข้อที่ 1 (H_1): สมรรถนะบุคลากรส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต

สมมติฐานข้อที่ 2 (H_2): สมรรถนะบุคลากรส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต

สมมติฐานข้อที่ 3 (H_3): สมรรถนะบุคลากรส่งผลต่อผลการดำเนินการธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต

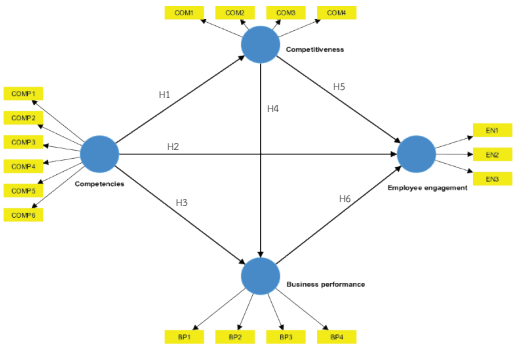
ขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการดำเนินการธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต และความผูกพัน

ขีดความสามารถเป็น คุณลักษณะของปัจเจกชนที่จะส่งเสริมให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพ เมื่อพิจารณาความหมายของคำว่าขีดความสามารถแล้ว จะพบว่า ขีดความสามารถเป็นคุณลักษณะภายในบุคคลที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและหนุนเสริมซึ่งกัน โดยแบ่งองค์ประกอบของขีดความสามารถไว้ 5 ส่วน เป็นผลรวมของ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับภารกิจที่ปฏิบัติอยู่ และขีดความสามารถปรับเปลี่ยนและยกระดับขึ้นได้ด้วยการพัฒนาที่ส่งเสริมในบุคคลเกิดการเรียนรู้สารสนเทศหรือข้อมูลใหม่ ๆ ที่จำเป็นในการปรับเปลี่ยนแรงขับไปสู่ความสามารถที่สูงขึ้นได้ ขีดความสามารถในการแข่งขัน การมีพนักงานที่มีความสามารถและทักษะที่เหมาะสมช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้ดียิ่งขึ้น ทำให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Graffigna, 2017) โดยสมรรถนะของพนักงานที่สูงส่งผลให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพ ลดข้อผิดพลาด และสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานขององค์กรโดยรวม (Harter *et al.*, 2002) และพนักงานที่มีความผูกพันกับองค์กรมีแนวโน้มที่จะทำงานอย่างเต็มที่และมีความพึงพอใจมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้นและมีอัตราการลาออกลดลง (Macey & Schneider, 2008) การเรียนรู้ร่วมกันส่งผลให้บุคลากรสร้างผลงานได้อย่างรวดเร็วสามารถรักษาบุคลากรที่ดีให้คงอยู่ในองค์กร (Podsakoff *et al.*, 2000) พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรนั้นมักเกิดมาจากความผูกพันต่อองค์กรหากบุคลากรได้ทำงานที่ชอบหรือพอใจหรือรับรู้ถึงความยุติธรรมที่ได้รับจากองค์กร จะเป็นแรงผลักดันให้บุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานข้อที่ 4 (H_4): ขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลต่อผลการดำเนินการธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต

สมมติฐานข้อที่ 5 (H_5): ขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลต่อความผูกพันในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต

สมมติฐานข้อที่ 6 (H_6): ผลการดำเนินการธุรกิจจัดงานส่งผลต่อความผูกพันในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต



จากการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานข้างต้น สามารถสร้างกรอบแนวคิดการศึกษาได้ดังภาพที่ 1

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร คือ บุคลากรที่ทำงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรที่ทำงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต หรือบุคลากรที่ทำงานหน้างานเพื่อสนับสนุนให้คอนเสิร์ตหรือกิจกรรมสามารถดำเนินการได้ตามแผนที่วางไว้ กระบวนการจัดเตรียมและการจัดงานจริง เช่น ตำแหน่งดูแลประสานงาน ตำแหน่งครีเอทีฟ ตำแหน่งออกแบบการผลิต ตำแหน่งหลังเวที ตำแหน่งดูแลศิลปิน ตำแหน่งผู้ผลิต ตำแหน่งกราฟฟิค ตำแหน่งออกแบบแสง สี เสียง เป็นต้น โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การวิจัยในครั้งนี้มีจำนวน 340 ตัวอย่าง โดยเลือกใช้การพิจารณาจากความเหมาะสมของข้อมูลขั้นสูง เพื่อทดสอบโมเดลสมการโครงสร้าง และเพื่อให้ไม่เป็นการรบกวนกลุ่มตัวอย่างตามกระบวนการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ซึ่งจากการพิจารณากลุ่มตัวอย่างนั้น มีจำนวนเพียงพอที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 340 ตัวอย่าง Hair *et al.* (2019) แนะนำขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตในงานวิจัย นั้นๆ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตจำนวน 17 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 10 เท่า x 17 ตัวแปรสังเกต เท่ากับ 170 ตัวอย่าง ถึง 20 เท่า x 17 ตัว แปรสังเกต เท่ากับ 340 ตัวอย่าง เนื่องจากลักษณะของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่ง Hair *et al.* (2019) ได้แนะนำว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ PLS-SEM นั้นจะต้องทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม Smart PLS ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 340 ตัวอย่าง เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลและถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด

เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในเก็บข้อมูลในการศึกษา คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจะประกอบด้วยคำถามปลายปิดเป็นหลัก (Close-Ended Question) ซึ่งแบบสอบถามนั้นได้นำมาจากการทบทวนวรรณกรรมและข้อคำถามที่ถูกต้องแม่นยำในบริบทที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คือแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ แบบคำตอบเดียว ส่วนที่ 2 ขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กรโดยการศึกษานี้ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert scale) 5 ระดับตามความคิดเห็นของพนักงาน

ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต คือ 1 เท่ากับ น้อยที่สุด ไปจนถึง 5 คือ มากที่สุด แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมอีเว้นท์ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งนักวิชาการทั้ง 5 ท่านจะอ่านข้อคำถามเพื่อตรวจสอบเนื้อหาและความเข้าใจในการถามคำถาม นอกจากนี้นักวิชาการทั้ง 5 ท่านจะพิจารณาว่าข้อคำถามแต่ละตรงกับคำนิยามและการวัดของแต่ละตัวแปรหรือไม่ ผลจากการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนักวิชาการ จำนวน 5 ท่าน พบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อคำถาม ข้อคำถามเข้าใจง่ายและตรงตามมาตรวัดของแต่ละตัวแปร จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Pilot test) กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อเป็นการทดสอบหาคุณภาพของเครื่องมือโดยหาความเที่ยงตรงเชิงความสอดคล้องความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ซึ่งผลการทดสอบพบว่า ค่าความน่าเชื่อถือ Cronbach's Alpha มีค่า 0.890 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ และ การศึกษาได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ฯมหาวิทยาลัยขอนแก่น (HE673152) การเก็บข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำไปเก็บจากบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตผ่านการแจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาไปยังกลุ่มเป้าหมาย ด้วยกระบวนการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Face-to-face Distribution): ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตและธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตในประเทศไทย พร้อมทั้งรอเก็บแบบสอบถาม ทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับความถูกต้องของการกรอกข้อมูลในแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ ปลายเดือนเมษายน หลังจากได้รับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ฯไปจนถึงปลายเดือน พฤษภาคม 2567 และทำการประมวลผลต่อไป

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณวัตถุประสงค์ใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การ วิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยโปรแกรม Smart PLS เพื่อพิสูจน์การยอมรับหรือปฏิเสธความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต (Concert)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนตัวบุคคล

จากการกระบวนการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างใช้จำนวน 340 คน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างตอบกลับมาและแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ที่จะนำไปใช้สำหรับการวิเคราะห์มีจำนวน 195 แบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละการตอบกลับแบบสอบถามที่ 57.35 เนื่องจากขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอควรมีอย่างน้อย 10 เท่า x 17 ตัวแปรสังเกต เท่ากับ 170 ตัวอย่าง ดังนั้น จากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต จำนวน 195 คน ซึ่งถือว่ายอมรับได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยคิดเป็นร้อยละ 52.3 ตามด้วยเพศชายคิดเป็นร้อยละ 47.7 ซึ่งบุคลากรในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 73.3 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.8 โดยส่วนใหญ่แล้วมีตำแหน่งประชาสัมพนธ์ และการตลาด คิดเป็นร้อยละ 15.9 รองลงมาคือ ครีเอทีฟ คิดเป็นร้อยละ 11.3 และมีประสบการการทำงานน้อยกว่า 1 ปีเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 65.1

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง

การประเมินโมเดลการวัด มีการทดสอบความเที่ยงและความตรงขอเครื่องมือวัด เกณฑ์

การทดสอบความเที่ยงของตัวแปรแฝง คือ ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's α และค่าความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) ต้องมีค่าเกิน 0.7 ส่วนการทดสอบความตรงจะเป็นการประเมินความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยดูความตรงเชิงเหมือนของเครื่องมือวัด (Convergent Validity) โดยพิจารณาค่าความแปรปรวนสกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ต้องมีค่าเกิน 0.5 (Hair *et al.*, 2019) จากตารางที่ 1 แสดงค่าความเที่ยงประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาพบว่า ตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวมีค่าความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.7 ส่วนความตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ของเครื่องมือวัด ค่า AVE ของทุกตัวแปรมีค่าเกิน 0.5 ส่วนการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของตัวแปรสังเกต (Indicator Reliability) พบว่าตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่า Factor Loadings เกิน 0.70 (Hair *et al.*, 2009) จึงสรุปได้ว่าตัวแปรแฝงทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษานั้นมีความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นและวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบสอบถาม

หัวข้อ	Factor Loading	α	ρA	ρc	AVE	VIF
สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ต (The Competencies of employee in concert event)						
COMP1. บุคลากรต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเว้นท์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	0.789	0.857	0.860	0.894	0.584	1.892
COMP2. บุคลากรต้องมีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา ในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ตและมีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต	0.767					1.872
COMP3. บุคลากรต้องมีความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน	0.731					1.670
COMP4. บุคลากรสามารถบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง)	0.702					1.504
COMP5. บุคลากรต้องมีทักษะการประสานงานและมีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีทีมงานในองค์กร	0.749					1.667
COMP6. บุคลากรสามารถบริหารจัดการการขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับงานคอนเสิร์ต	0.841					2.390

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นและวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบสอบถาม

หัวข้อ	Factor Loading	α	ρA	ρc	AVE	VIF
ขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness)						
COM 1. ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของฉันมีการเพิ่มขีดความสามารถในการแนะนำบริการที่เป็นเทคนิคและนวัตกรรมใหม่อยู่เสมอ	0.737	0.762	0.768	0.849	0.584	1.468
COM 2. ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของฉันมีการพัฒนาพนักงานที่มีทักษะสูง	0.761					1.481
COM 3. ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของฉันมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการ	0.750					1.595
COM 4. ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของฉันมีการเพิ่มการเข้าถึงตลาด/กลุ่มลูกค้าใหม่	0.807					1.677
ผลการดำเนินธุรกิจ (Business Performance)						
BP1. ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของฉันยอดรายได้เติบโตดีขึ้น	0.712	0.704	0.708	0.817	0.528	1.299
BP2. ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของฉันผลกำไรเติบโตขึ้น	0.739					1.267
BP3. ธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของฉันมีส่วนแบ่งทางการตลาดเติบโตขึ้น	0.702					1.377
BP4. ลูกค้าธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของฉันเพิ่มขึ้น	0.753					1.449
ความผูกพัน (Engagement)						
EN1. บุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตของฉันมีความพึงพอในการทำงานเพิ่มขึ้น	0.834	0.711	0.717	0.838	0.633	1.573
EN2. บุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตมีความตั้งใจในการทำงานเพิ่มขึ้น	0.751					1.376
EN3. บุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตมีประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น	0.800					1.339

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบการประเมินโมเดลโครงสร้าง (Assessment of Structural Model) การวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างจะต้องมีการทดสอบภาวะรวมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ขององค์ประกอบที่ใช้ทำนาย จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพิจารณาจากค่าการขยายตัวของความแปรปรวนร่วม (VIF) ควรมีค่าต่ำกว่า 3 (Hair *et al.*, 2009) ดังนั้นเมื่อพิจารณา ค่าการขยายตัวของความแปรปรวนร่วม (VIF) จากตารางที่ 1 พบว่า มีค่า 1.267 – 2.390 จึงสรุปได้ว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด (Hair *et al.*, 2009)

การทดสอบความตรงเชิงจำแนกของเครื่องมือวัด (Discriminant Validity) งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนกเพื่อทดสอบตัวแปรบ่งชี้หรือตัววัด (Indicator) ว่าสามารถวัดตัวแปรแฝงนั้นๆ ได้อย่างชัดเจน สามารถพิจารณาตาม

เกณฑ์ของ Fornell-Larcker Criterion ด้วยการเปรียบเทียบค่ารากที่สองของความแปรปรวนสกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝงอื่นๆ โดยค่ารากที่สองของ AVE จะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 และมีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรอื่น พบว่า รากที่สองของค่า AVE ของตัวแปรแฝงแต่ละตัว มีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรอื่นๆ โดยมีค่า 0.796–0.479 ซึ่งสูงกว่า 0.7 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรแฝงทั้งหมดของตัวแบบมีความตรงเชิงจำแนกและถูกวัดด้วยตัวแปรสังเกตที่ถูกต้อง (Hair *et al.*, 2009)

ตารางที่ 2 ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของตัวแปรมาตรวัด Fornell and Larcker (1981)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	**ส่วนเบี่ยงเบน**	**1**	**2**	**3**	**4**
สมรรถนะบุคลากร	3.235	0.779	***0.764***			
ขีดความสามารถในการแข่งขัน	3.657	0.667	0.636	***0.764***		
ผลการดำเนินธุรกิจ	3.235	0.706	0.752	0.678	***0.727***	
ความผูกพัน	3.947	0.685	0.523	0.655	0.479	***0.796***

หมายเหตุ: ตัวหนาเอียง หมายถึง รากที่สองของค่า AVE

จากรูปภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์พบว่าสมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตสามารถอธิบายความแปรปรวน (R^2 = 0.405) ของขีดความสามารถในการแข่งขัน ถือว่าค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายอยู่ในคุณภาพระดับปานกลาง และผลการวิเคราะห์พบว่า สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตอธิบายความแปรปรวน (R^2 = 0.632) ของผลการดำเนินการของธุรกิจ ถือว่าค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายอยู่ในคุณภาพระดับปานกลาง ในขณะที่ผลการวิเคราะห์พบว่า สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตอธิบายความแปรปรวน (R^2 = 0.450) ของความผูกพันของบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ถือว่าค่าสัมประสิทธิ์ความถูกต้องของการทำนายอยู่ในคุณภาพระดับปานกลาง

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันในทางบวก (β = 0.636, t=14.761, p < .000) สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากรในทางบวก (β = 0.523, t= 2.622, p < .009) สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ส่งผลกระทบทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินการของธุรกิจ (β = 0.752, t=11.339, p < .000) ขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลกระทบทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินการของธุรกิจ (β = 0.678, t=6.458, p < .000) ขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลกระทบทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความผูกพันของบุคลากร (β = 0.655, t=7.545, p < .000)

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จึงสามารถยอมรับสมมติฐานของการวิจัยข้อที่ H1 H2 H3 H4 H5 ในทางตรงกันข้าม ผลการดำเนินการของธุรกิจไม่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากร (β = 0.479, t= 0.699, p > .485) ดังนั้น สมมติฐานของการวิจัยข้อที่ H6 จึงถูกปฏิเสธ

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	β	SE	t-values (p-value)	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1	0.636	0.043	14.761***	ยอมรับ
H2	0.523	0.081	2.622**	ยอมรับ
H3	0.752	0.047	11.339***	ยอมรับ
H4	0.678	0.052	6.458***	ยอมรับ
H5	0.655	0.074	7.545***	ยอมรับ
H6	0.479	0.087	0.699^{ns}	ปฏิเสธ

หมายเหตุ: *มีค่าความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 **มีค่าความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.01
***มีค่าความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.001

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิจัยสรุปได้ว่าสมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการดำเนินการของธุรกิจ ส่งผลในทางบวกในเรื่องของความผูกพันของบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต บุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตสามารถที่จะนำไปสู่การพัฒนาทางด้านขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมคอนเสิร์ต รวมทั้งธุรกิจมีขีดความสามารถที่สูงจะนำไปสู่ผลการดำเนินการของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตที่สูงขึ้น และส่งผลให้พนักงานในธุรกิจเกิดความผูกพันและเต็มใจที่จะอยู่ในองค์กรที่มีความสามารถ และศักยภาพที่สูง โดยเฉพาะธุรกิจที่มีงาน มีชื่อเสียง และสามารถสร้างสมรรถนะบุคลากรสู่ท้องตลาดให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานทั้งในเบื้องหน้า และเบื้องหลังของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สอดคล้องกับ นุช สัทธาฉัตรมงคล (2561) ที่สรุปไว้ว่าแนวทางของการพัฒนาเกี่ยวกับบุคลากรที่อยู่ในระดับปฏิบัติการ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับสมรรถนะหลักทั้ง 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการก็จะสามารถทำงานได้ในทุกธุรกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ สมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถขับเคลื่อนขีดความสามารถขององค์กร หรือธุรกิจได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเว้นท์ การจัดงานคอนเสิร์ต มีประสบการณ์ทำงานเฉพาะ

ตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต สอดคล้องกับ Tang (2014) สรุปใจความขีดความสามารถสำหรับมืออาชีพระดับนานาชาติในอุตสาหกรรมไมซ์ มีงานวิจัยไม่มากนักที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะความเป็นมืออาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ ความสามารถ ทักษะด้านการบริหาร และการดำเนินงาน ทั้งในด้านวัฒนธรรมข้ามชาติ การสื่อสาร และการเป็นมืออาชีพสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับนานาชาติ

จากผลการศึกษาด้านการดำเนินการธุรกิจจัดงานไม่ส่งผลต่อความผูกพันในธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตได้ถูกปฏิเสธสมมุติฐาน เนื่องจากธุรกิจจัดงานคอนเสิร์ตมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ มีการทำงานในช่วงเวลาสั้นๆ อาจทำให้พนักงานไม่รู้สึกผูกพันระยะยาวกับองค์กรมากนัก แม้ว่าธุรกิจจะประสบความสำเร็จในระดับสูงก็ตาม Cuyper *et al.* (2008) กล่าวว่า งานที่เกี่ยวข้องกับโปรเจกต์ที่มีการจ้างงานแบบชั่วคราวอาจส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานที่ลดลง เนื่องจากพนักงานไม่ได้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรในระยะยาว และ ธุรกิจการจัดคอนเสิร์ตมีความเสี่ยงสูงจากปัจจัยภายนอก ส่งผลให้พนักงานรู้สึกไม่มั่นคง ซึ่งอาจลด เชื่อมั่น ความมั่นคง และความผูกพันต่อองค์กร

ผลการศึกษาในครั้งนี้แตกต่างจากการศึกษาของ Boonsomrat and Jaroenwisan (2023) มีการศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานสมรรถนะทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตจำเป็นต้องมีสมรรถนะที่สำคัญประกอบไปด้วย 8 สมรรถนะประกอบไปด้วย สมรรถนะเฉพาะงาน สมรรถนะส่วนบุคคล สมรรถนะองค์กร สมรรถนะในงาน สมรรถนะหลัก สมรรถนะทางด้านการจัดการ สมรรถนะทางด้านธุรกิจ สมรรถนะด้านการเป็นผู้นำ ที่ส่งผลต่อการแข่งขันในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต สอดคล้องกับ สุวดี บุญมาจรินนท์ (2558) ทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงานอีเว้นท์ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านความรู้ ด้านทักษะและด้านคุณลักษณะเป็นอย่างมาก ซึ่งจะต้องมีการแสดงออกถึงสมรรถนะด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ในการตอบสนองต่อผู้รับบริการด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ ในขณะที่ ธนพล รุ่งเรือง (2015) สรุปใจความสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความภักดีด้านการบอกต่อเชิงบวก เช่น เชาวน์ปัญญา, ทักษะการสื่อสารที่ชัดเจน, ทักษะการประสานงาน, ความมีจิตบริการ, ช่องทางการตลาด สอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวกับสมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากรในทางบวก ในด้านความพึงพอในการทำงานเพิ่มขึ้น บุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตมีตั้งใจในการทำงาน และมีประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ Abdullayeva (2014) ศึกษาสมรรถนะและคุณลักษณะของบุคลากรด้านการจัดการเพื่อ การเริ่มต้นธุรกิจบริการ เสนอว่าสมรรถนะและคุณลักษณะที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสามารถนำเสนอคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงกลยุทธ์ทางความคิดผ่านการดำเนินงานด้วยเหตุผล การวางแผนและการจัดการที่มีประสิทธิภาพและผลจะสามารถทำให้ธุรกิจบริการมีพัฒนาอย่างต่อเนื่อง Puteh *et al.* (2016) กล่าวถึงสมรรถนะหลักของบุคลากรและความเป็นเลิศขององค์กร การที่มีสมรรถนะวิชาชีพในองค์กรที่ดีจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในการปฏิบัติงานจะนำไปสู่ความเป็นเลิศขององค์กร ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะหลักที่สำคัญ ได้แก่

สมรรถนะในการทำงาน สมรรถนะความเป็นผู้นำ สมรรถนะความรู้และความเข้าใจ และ สมรรถนะการสื่อสาร สอดคล้องกับการศึกษาของ พรณพรรษ หนูดี (2558) กล่าวถึง คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า ความเป็นผู้นำ การจัดการ ประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ บุคลิกภาพ และมนุษย์สัมพันธ์ สามารถเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานของธุรกิจรับจัดงานได้เป็นอย่างดี

จากผลการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ สามารถพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตได้นั้นแสดงให้เห็นว่าสมรรถนะในด้านต่างๆ ของบุคลากรสามารถส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน การดำเนินการธุรกิจและความผูกพันของพนักงานได้ ซึ่งเมื่อบุคลากรมีสมรถนะในการทำงานในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่ดีนั้น จะสามารถทำให้สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินการของธุรกิจเพิ่มขึ้นได้ และนอกจากนี้ยังมีผลต่อความผูกพันหากธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตสามารถสร้างสมรรถนะที่ดี และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีได้ ซึ่งจะส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากรต่อธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ดังนั้น สมรรถนะของบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตจึงส่งผลกระทบทางบวกต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการดำเนินการของธุรกิจ และความผูกพัน สามารถส่งผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตจากการที่บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ คุณลักษณะที่เหมาะสมในการจัดงานคอนเสิร์ต และสามารถช่วยกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

การศึกษาวิจัยในครั้งถัดไปควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการดำเนินการ ที่ส่งผลต่อความผูกพันในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต และในสมรรถนะบุคลากรด้านอื่นๆ ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านั้นจะสามารถสร้างผลกระทบต่อธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ตได้เป็นอย่างดี และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ได้ถูกเก็บข้อมูลในเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมาณฑล ดังนั้นในการวิจัยครั้งถัดไปควรขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลไปยังพื้นที่อื่นเพิ่มเติมตามภูมิภาคที่มีการจัดงานคอนเสิร์ต เช่น ภูเก็ต พัทยา หาดใหญ่ เชียงใหม่ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นและได้เห็นสมรรถนะที่สำคัญของบุคลากรที่หลากหลายขึ้นและมีผลต่อธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ต ในครั้งถัดไปอาจมีการศึกษาโดยสามารถตั้งคำถามแบบปลายเปิด (Open Question) หรืออาจทำการศึกษาในทฤษฎีพฤติกรรมของบุคลากรในธุรกิจการจัดงานคอนเสิร์ตเพื่อทำความเข้าใจและวางแผนในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่อไป ทั้งนี้หากต้องการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตอย่างละเอียดและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น อาจใช้วิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตควรให้ความสำคัญต่อสมรรถนะที่สำคัญของบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ซึ่งในธุรกิจอาจมีหลายตำแหน่งที่มีอยู่ในหน่วยงานธุรกิจ ดังนั้นสิ่งสำคัญคือการแบ่งแยกประเภทการทำงาน เบื้องหน้า เบื้องหลัง หรืองานที่ต้องเกี่ยวข้องกับลูกค้า ซึ่งในแต่ละตำแหน่งจะมีสมรรถนะ และศักยภาพที่แตกต่างกัน และ การที่พนักงานจะมี

ความผูกพันกับธุรกิจนั้น อาจจะต้องมีปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น รายได้ การให้รางวัล การส่งเสริมการพัฒนา โบนัส และอื่นๆ เพื่อให้บุคลากรมีสมรรถนะที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพมากพอ ควรมีการคำนึงถึงความพึงพอใจในการทำงานซึ่งจะสามารถส่งผลต่อความจงรักภักดีจากการทำงานของบุคลากรในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตได้ในอนาคต ข้อเสนอแนะในการประกอบการธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ตควรที่จะมีการพัฒนาสมรรถนะและทักษะที่สำคัญของบุคลากรในธุรกิจดังต่อไปนี้ บุคลากรต้องมีความรู้พื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมอีเว้นท์ การจัดงานคอนเสิร์ต และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง มีทักษะความคิดสร้างสรรค์และมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหาในการปฏิบัติการจัดงานคอนเสิร์ต มีประสบการณ์ทำงานเฉพาะตำแหน่งงานและที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต ความรู้กระบวนการออกแบบคอนเสิร์ตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง การวางแผนการจัดงานคอนเสิร์ต และการกำหนดตารางการทำงาน รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการจัดงานคอนเสิร์ต (ทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลัง) มีทักษะการประสานงานและมีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีทีมงานในองค์กรและบุคลากรสามารถบริหารจัดการการขายการประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับงานคอนเสิร์ตได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะและการวิจัยครั้งถัดไป

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 1 ปีเป็นส่วนใหญ่ เป็นข้อจำกัดของการศึกษาในครั้งนี้ ดังนั้นเพื่อให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรงมากขึ้น จำเป็นต้องกำหนดประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และในส่วนของจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งถัดไปควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น และมีการวิเคราะห์ในรูปแบบกลุ่ม เพื่อให้เห็นผลการศึกษาที่แตกต่างกันในแต่ละสมรรถนะหลักของกลุ่มบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจรับจัดงานคอนเสิร์ต

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนด้านวิชาการของบุคลากรของมหาวิทยาลัยศรีปทุมวิทยาเขตขอนแก่น ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

จิรันธนิน กมลเลิศ (2024, 3 พฤษภาคม). คอนเสิร์ตระเบิดความมัน! ไทยจัด 900 งานในปีเดียว สร้างเงินสะพัดกว่า 2 หมื่นล้านบาท. *The Standard Wealth*. สืบค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2025, จาก https://thestandard.co/thailand-900-concerts-in-one-year/

ธนพล รุ่งเรือง (2015). *สมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมความภักดีต่อตราสินค้าแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม*. Retrieved from: http://repository.nida.ac.th/handle/662723737/4249.

นุช สัทธาฉัตรมงคล. (2561). *แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของบุคลากรระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมไมซ์*. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร

พรณพรรษ หนูดี (2558). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

วสวัตติ์ สุติญญามณี, กวิน อัศวฉัตรโรจน์, & วัชราภรณ์ อรานุเวชภัณฑ์. (2561). *Factors Determining Performance among Operational Staffs: The Case study of Airport of Thailand Public Company Limited.* Paper presented at the การประชุมวิชาการด้านการบินระดับชาติ ครั้งที่ 1, โรงแรมโนโวเทล แบงค์คอก สุวรรณภูมิ แอร์พอร์ต. กรุงเทพมหานคร.

สุวดี บุญมาจรินนท์ (2558). *แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจรับจัดงาน Event ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล*. Retrieved from: http://repository.nida.ac.th/handle/662723737/3725.

หทัยทิพย์ ลิ้วสงวนกุลธร. (2555). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อสมดุลชีวิตกับการทำงานสถาบันคุ้มครองเงินฝาก*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

อัครเดช ไม้จันทร์. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา*(วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

Abdullayeva, L. (2014). *Competencies and qualifications of staff and management in hospitality establishments* (Bachelor's thesis, Institute of Hospitality Management in Prague). University College Prague. Retrieved from Institute of Hospitality Management in Prague repository.

Boonsomrat, R., & Jaroenwisan, K. (2023). *Human Resource Competency Standard Elements of Concert Business* (Doctoral dissertation, Silpakorn University).

Cuyper, N. D., Bernhard‐Oettel, C., Berntson, E., Witte, H. D., & Alarco, B. (2008). Employability and employees' well‐being: Mediation by job insecurity 1. *Applied Psychology, 57*(3), 488-509.

Graffigna, G. (2017). Is a transdisciplinary theory of engagement in organized settings possible? A concept, Employee Engagement and the Employee Experience the literature on employee engagement, consumer engagement and patient engagement. *Frontiers in Psychology, 8*, 872.

Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology, 87*(2), 268–279.

Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review, 31*(1), 2-24.

Lamesawan, P., Silpcharu, T., & Wattanakomol, S. (2023). Guidelines for evaluating the fair performance of personnel in the manufacturing and service business sector. *International Journal of Professional Business Review, 8*(6), e01714-e01714.

Macey, W. H., & Schneider, B. (2008). The meaning of employee engagement. *Industrial and Organizational Psychology, 1*, 3–30.

McClelland, D. C. (1973). Testing for Competence Rather Than for Intelligence. *American Psychologist, 28*(1), 1-14.

Meyer, J. P., Becker, T. E., & Vandenberghe, C. (2004). Employee commitment and motivation: a conceptual analysis and integrative model. *Journal of Applied Psychology, 89*(6), 991.

Mwesiumo, D., Juma Abdalla, M. D., Öztüren, A., & Kılıç, H. (2021). Effect of a perceived threat of informal actors on the business performance of formal actors: inbound tour operators' perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 38*(5), 527-540.

Nolan, E. (2017). *Working with venues for events: A practical guide* (1st ed.). Routledge.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of management, 26*(3), 513-563.

Puteh, F., Kaliannan, M., & Alam, N. (2016). Employee core competencies and organisational excellence: An interpretative analysis. *Australian Journal of Business and Economic Studies, 2*(1), 45-55.

Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. New York: John Wiley & Sons.

Tang, H. W. V. (2014). Constructing a competence model for international professionals in the MICE industry: An analytic hierarchy process approach. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, *15*, 34-49.

Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB). (2023). *IBM Institute for Business Value*. Retrieved from: https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/en-us/report/2022-sustainability-consumer-research