

แรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานผ่านความมุ่งมั่นในงานอาชีพไมซ์ Intrinsic and Extrinsic Motivation that Influences Performance through Commitment and Engagement in MICE Careers

อรชร ว่องพรรณงาม^{1*}, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์², วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์²

Orachorn Wongpan-ngam^{1*}, Viroj Jadesadalug², Wongladda Weerapaiboon²

¹ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

989 ถนนพระรามที่ 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 ประเทศไทย

¹MICE Capabilities Development Department, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok, 10330, Thailand

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120 ประเทศไทย

²Faculty of Management Science, Silpakorn University

1 Moo 3, Samphaya Sub-district, Cha-Am District, Phetchaburi Province, 76120, Thailand

รับบทความ: 11 กุมภาพันธ์ 2567

ปรับปรุงบทความ: 19 พฤษภาคม 2568

ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 2 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจภายในที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ 2) ศึกษาแรงจูงใจภายนอกที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ และ 3) ศึกษาแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพไมซ์เป็นตัวแปรส่งผ่าน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับตัวแทนเจ้าหน้าที่ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ จากสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมสร้างสรรค์การจัดงาน สมาคมโรงแรมไทย และสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมด้านการเดินทางท่องเที่ยว (ไทย) จำนวน 224 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เส้นทาง ผลการศึกษาพบว่า 1) แรงจูงใจภายในส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ 2) แรงจูงใจภายนอกส่งผลต่อ ผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ และ 3) แรงจูงใจภายในและภายนอกส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพไมซ์เป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีความ

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: wpanngamown@gmail.com

สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นผ่านเกณฑ์ โดยค่าโมเดลตามสมมติฐานความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นผ่านเกณฑ์ โดยค่า χ^2 เท่ากับ 3.999 p-value ของค่า χ^2 เท่ากับ 0.406 ค่า $\chi^2 / df < 2$ เท่ากับ 1.00 ค่า CFI เท่ากับ 1.00 ค่า GFI เท่ากับ 0.995 ค่า AGFI เท่ากับ 0.975 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.00

คำสำคัญ

แรงจูงใจภายใน แรงจูงใจภายนอก การปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ อาชีพไมซ์

Received: February 11, 2024

Revised: May 19, 2025

Accepted: July 2, 2025

Abstract

The research aims to 1) study internal motivation that affects creative performance, 2) study extrinsic motivation that affects creative performance, and 3) study internal and external motivation that affects creative performance. Examining the effects of intrinsic and extrinsic motivation on creative work performance, with commitment to the MICE career as a mediating variable. This study employs a quantitative research approach. Data was collected from questionnaires with representatives of private sector officials in the MICE industry from various associations related such as the International Convention Association (Thailand), Thai Exhibition Association Event, Creative Association, Thai Hotel Association, and the Trade Association for Promoting Tourism (Thailand), totaling 224 samples. Statistics used in the analysis include descriptive statistics, including mean, percentage, standard deviation, and Path analysis. The results of the study found that 1) intrinsic motivation affects creative performance, 2) extrinsic motivation affects creative performance, and 3) intrinsic and extrinsic motivation affects performance. Creative work performance with commitment to the MICE career as a transmission variable is consistent with the empirical data and passes the criteria. The model value based on the assumption of harmony with the empirical data passed the criteria, with the χ^2 value equal to 3.999, the p-value of the χ^2 value equal to 0.406, the $\chi^2 / df < 2$ value equal to 1.00, the CFI value equal to 1.00, the GFI value equal to 0.995. The AGFI value was 0.975, and the RMSEA value was 0.00.

Keywords

intrinsic motivation, extrinsic motivation, creative work performance, MICE career

บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมไมซ์คือกลุ่มธุรกิจบริการที่จัดกิจกรรมเพื่อองค์กรและธุรกิจอย่างครบวงจร แบ่งออกเป็น การประชุม (Meetings) การเดินทางเพื่อจูงใจ (Incentive) การประชุมสัมมนาขนาดใหญ่ (Conventions) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) โดยครอบคลุมตั้งแต่การวางแผน ลอจิสติกส์ สถานที่ ไปจนถึงเทคโนโลยีและการดูแลประสบการณ์ผู้เข้าร่วมงานเพื่อสร้างคุณค่าและขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์เป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยเม็ดเงินกว่าแสนล้านบาทในแต่ละปีรวมถึงยังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศได้อีกด้วย ปัจจุบันองค์กรด้านอุตสาหกรรมไมซ์ขาดแคลนบุคลากร ที่มีทักษะเฉพาะทาง ที่มีคุณภาพ เช่น การจัดงานเสมือนจริงและการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรม (Pacific Asia Travel Association, 2024) ทั้งนี้ ในรายงาน Thailand Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions Market Report 2025–2033 เน้นว่าการพัฒนากำลังคนตั้งแต่ต้นน้ำ ผ่านการออกแบบหลักสูตรในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา รวมถึงการรับรองมาตรฐานมืออาชีพ เป็นมาตรการเร่งด่วนที่ภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือกันดำเนินการ เพื่อให้ได้บุคลากรคุณภาพสูงรองรับการแข่งขันในเวทีโลก (Research and Markets, 2025) และเพื่อป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งหลังโควิดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้ขยายตัวจัดตั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ขยายตัวต่อเนื่อง โดยปี 2563 มีอุตสาหกรรมไมซ์จัดตั้ง 559 ราย ทุนจดทะเบียน 704.48 ล้านบาท ปี 2564 จัดตั้ง 454 ราย ทุน 668.83 ล้านบาท และปี 2565 จัดตั้ง 536 ราย ทุน 814 ล้านบาท ส่วนครึ่งแรกปี 2566 จัดตั้ง 388 ราย ทุน 524 ล้านบาท โดยการลงทุนธุรกิจส่วนใหญ่เป็นคนไทย มูลค่า 39,000 ล้านบาท คิดเป็น 97.42% ของการลงทุนทั้งหมด ขณะที่การลงทุนจากต่างชาติสูงสุด คือจีน 303 ล้านบาท ญี่ปุ่น 209 ล้านบาท อเมริกา 81 ล้านบาท ขณะที่ภาพรวมธุรกิจไมซ์จดทะเบียนในไทย ถึงปัจจุบัน มี 6,256 ราย ทุนจดทะเบียน 40,004 ล้านบาท แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (เนชั่น ทวี, 2566)

บุคลากรถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะการให้บริการที่ดี และมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน เนื่องจากธุรกิจไมซ์เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและมีความท้าทายในการจัดการงานที่มีขนาดใหญ่และซับซ้อน การมีบุคลากรที่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) แรงจูงใจภายในเป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากภายในตัวบุคคล เช่น ความสนใจในงาน ความรู้สึกท้าทายในการปฏิบัติงาน และความรู้สึกภาคภูมิใจในความสำเร็จของงาน ในขณะที่แรงจูงใจภายนอกเป็นแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยภายนอก เช่น รางวัล ค่าตอบแทน การยกย่องชมเชย และโอกาสในการเจริญก้าวหน้า (ภคพัฒนภูมิ ประภัสสรณ์ และคณะ, 2566, 1-18)

การศึกษาถึงแรงจูงใจทั้งสองประเภทนี้มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เนื่องจากจะช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบระบบการจูงใจที่เหมาะสม รวมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สามารถกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากร ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน และนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูง (Karyono & Hakim, 2022, 34-35) สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจไมซ์ เรื่องแรงจูงใจจะช่วยให้องค์กรไมซ์สามารถออกแบบกลยุทธ์การจูงใจที่เหมาะสมกับบุคลากรแต่ละกลุ่ม ทั้งในเรื่องการกระตุ้นแรงจูงใจภายในผ่านการมอบหมายงานที่น่าสนใจและท้าทาย รวมถึงการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาตนเอง และในส่วนของแรงจูงใจภายนอก เช่น ระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ รวมถึงการยกย่องชมเชย เมื่อบุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูง ย่อมส่งผลให้เกิดความมุ่งมั่นในงานอาชีพซึ่งหมายถึงความรู้สึกรักผูกพันและมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานในอาชีพนั่นๆ อย่างเต็มความสามารถ นำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูง สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และความสำเร็จให้กับองค์กร (Choochom, 2014) ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์เป็นธุรกิจบริการที่มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยไม่เพียงแต่สร้างรายได้จากการจัดงานต่าง ๆ แต่ยังส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งนำไปสู่การสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมไมซ์ยังช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ยังคงเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกระจายการจัดงานไปทั่วประเทศ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยมาใช้ และการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับยุคสมัย จะทำให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในธุรกิจหลักที่น่าจับตามองทั้งในปัจจุบันและอนาคตในระดับประเทศและนานาชาติ (Business Events Thailand, 2023)

จากความสำคัญของแรงจูงใจข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษา แรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานผ่านความผูกพันในงานอาชีพไมซ์ ซึ่งแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกเป็นหนึ่งองค์ประกอบที่กระตุ้นและผลักดันให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมในการมุ่งมั่นในการทำงานสายอาชีพไมซ์ให้ได้ผลงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจภายในและภายนอก (Intrinsic and Extrinsic Motivation Theory) และรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาวิเคราะห์สำรวจองค์ประกอบแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานผ่านความมุ่งมั่นในงานอาชีพไมซ์ ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ในการเข้าใจพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ ในองค์กรต่อความมุ่งมั่นในงานอาชีพไมซ์ จะนำไปสู่การปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งยังนำไปสู่การพัฒนาทักษะเฉพาะทางที่มีคุณภาพของบุคลากรไมซ์ในแต่ละประเภทอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายในที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ในงานอาชีพไมซ์
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายนอกที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ในงานอาชีพไมซ์

3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพไม่แพ้กัน

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

การทบทวนวรรณกรรมของงานวิจัยแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานผ่านความมุ่งมั่นในงานอาชีพไม่แพ้กัน ได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งสามารถสรุปตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Needs Hierarchy Theory) อับบราฮัม มาสโลว์ (Maslow, 1943, 370-396) การพัฒนาทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของแรงจูงใจนี้ เป็นการจัดลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ซึ่งถูกนำมาจัดลำดับขั้นความสำคัญมนุษย์มีความต้องการอยู่ตลอดเวลาในสิ่งที่ยังไม่มีและเมื่อมนุษย์สามารถได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการได้แล้วก็ยังจะต้องต้องการสิ่งอื่นต่อไป โดยเป็นสิ่งที่มีความหมายมากขึ้น ซึ่งได้ระบุไว้เป็นลำดับขั้น ได้แก่ 1) ความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย 2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย 3) ความต้องการความรักและสังคม 4) ความต้องการการได้รับการยกย่องนับถือในตนเอง และ 5) ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตน มนุษย์นั้นจะมีความต้องการสิ่งต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจเมื่อให้สิ่งที่บุคคลต้องการก็มีแนวโน้มที่จะจูงใจบุคคลนั้นได้ (Barnes & Pressey, 2012, 444-453) ในบริบทของอาชีพไม่แพ้กันจึงนำแนวคิดนี้มาสร้างตัวแปรแรงจูงใจเชิงพัฒนาศักยภาพเพื่ออธิบายว่าการได้เรียนรู้และเติบโตในอาชีพไม่แพ้กันให้พนักงานมุ่งมั่นมากขึ้น

ทฤษฎีแรงจูงใจภายในและภายนอก (Intrinsic and Extrinsic Motivation Approaches)

แรงจูงใจภายใน คือแรงผลักดันที่เกิดขึ้นจากความสนใจและคุณค่าของงานเอง ไม่ใช่เพราะรางวัลหรือการบังคับจากภายนอก แต่เกิดจากรู้สึกอยากเรียนรู้และเผชิญความท้าทายใหม่ๆ เช่น ความตื่นเต้นที่ได้ลองทำสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน จึงเป็นแรงผลักดันให้คนเราทำงานหรือแสดงพฤติกรรมต่างๆ โดยอาศัยแรงบันดาลใจภายในตัวเอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งรางวัลหรือกฎเกณฑ์ใดๆ เลย (ภคพัฒนภูมิ ธรรมนันท์ และคณะ, 2566, 1-18) งานวิจัยหลายฉบับยืนยันว่า แรงจูงใจภายในมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์และประสิทธิภาพการทำงาน ตัวอย่างเช่น ประเทือง มูลทองตอน และคณะ (2564, 39-49) พบว่า แรงจูงใจที่มาจากเนื้องานช่วยให้พนักงานโรงแรมสามดาวพัฒนาบริการรูปแบบใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง ขณะที่ ชีร์ศักดิ์ สุขบุญ และคณะ (2565, 29-43) รายงานว่า แรงจูงใจภายในส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด ในทำนองเดียวกัน Sun et al. (2019, 1-20) แสดงให้เห็นว่า การเปิดโอกาสเผชิญความท้าทายในงานช่วยยกระดับศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ และฉานฉัตร ศรีเหรา (2563, 23-37) ระบุว่า ลักษณะงานและโอกาสพัฒนาตนเองมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานสินเชื่อเอสเอ็มอี นอกจากนี้ Hieker et al. (2024, 71-84) ยังพบว่า sense of social responsibility ความปรารถนาขับเคลื่อนนวัตกรรม และความห่วงใยต่อคนรุ่นหลัง คือแรงจูงใจภายในที่ทำให้ผู้นำอุตสาหกรรม MICE มีส่วนร่วมในโครงการ ESG (สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล) อย่างยั่งยืน ผลลัพธ์เหล่านี้สอดคล้องกับ Self-

Determination Theory (Deci & Ryan, 2012, 416-436) ที่เสนอว่าการผสมผสานแรงจูงใจภายในและภายนอกเป็นกุญแจสำคัญในการกระตุ้นพฤติกรรมเชิงบวกและนวัตกรรม รวมถึง Herzberg et al. (1959, 113-119) ที่ชี้ว่า motivators เช่น ความสำเร็จและการยอมรับ ช่วยเสริมสร้างพฤติกรรมสร้างสรรค์และประสิทธิภาพในการทำงาน

ในด้านแรงจูงใจภายนอก งานวิจัยของ อุไรพร สิงห์สร้อย และ ศิริธัญญา วิรุณราช (2567, 282-298) ชี้ให้เห็นว่าผลตอบแทนทางการเงินและโอกาสก้าวหน้าเป็นปัจจัยสนับสนุนหลักที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโรงแรมระดับสี่ดาวในกรุงเทพฯ ขณะที่ ประเทือง มุลทองตน และคณะ (2564, 39-49) พบว่า การจัดสวัสดิการที่เหมาะสมและการฝึกอบรมเชิงลึกไม่เพียงแต่สร้างความผูกพันกับองค์กร ยังช่วยกระตุ้นให้พนักงานพัฒนาพฤติกรรมสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ Hieker et al. (2024, 71-84) ยังระบุว่า แรงจูงใจภายนอก ได้แก่ ความคาดหวังจากลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กฎระเบียบด้านความยั่งยืน และความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ ทำหน้าที่เป็น “ตัวจุดชนวน” ให้ผู้นำในอุตสาหกรรม MICE ลงมือปฏิบัติด้าน ESG เป็นครั้งแรก ก่อนที่แรงจูงใจภายในจะเข้ามาสร้างความต่อเนื่องและคุณภาพของการดำเนินงานต่อไป ผลลัพธ์เหล่านี้ยืนยันกรอบแนวคิดของ Herzberg et al. (1959, 113-119) ที่ระบุว่า ปัจจัยภายนอกไม่ได้เพียงลดความไม่พึงพอใจ แต่ยังเป็นฐานสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้พนักงานก้าวสู่พัฒนาการและนวัตกรรมใหม่ ๆ อีกด้วย

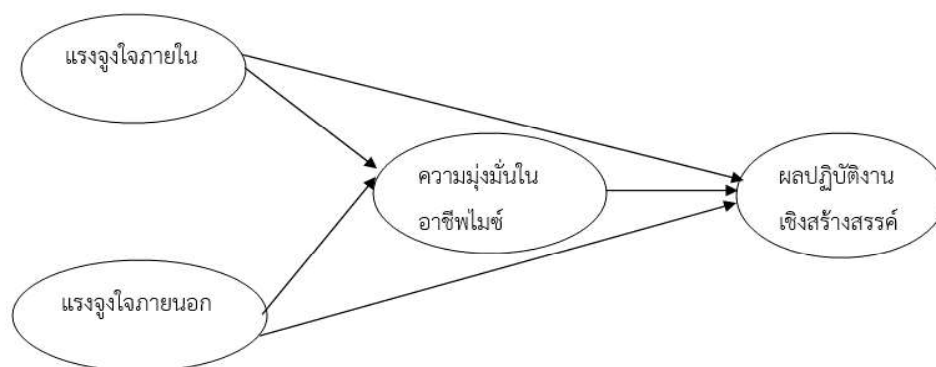
ทฤษฎีสองปัจจัย ของ Herzberg et al. (1959, 113-119) ได้แบ่งปัจจัยจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivate Factors) และปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factors) โดยปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivate Factors) ได้แก่ สิ่งที่ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน เช่น ความท้าทายของงาน การได้รับการยอมรับ การก้าวหน้าในอาชีพ และความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้พนักงานมีความมุ่งมั่นและทำงานได้ดีขึ้น ส่วนปัจจัยค้ำจุน (Maintenance Factors) ได้แก่ สิ่งที่เป็นเพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พึงพอใจ เช่น เงินเดือน สวัสดิการ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความปลอดภัยในงาน และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน แม้ว่าสิ่งเหล่านี้จะไม่สามารถกระตุ้นแรงจูงใจให้ทำงานได้ แต่หากขาดไปจะทำให้พนักงานไม่พอใจและไม่สามารถทำงานได้เต็มที่ ดังนั้นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานในองค์กรจึงต้องมุ่งเน้นทั้งการเสริมสร้างปัจจัยด้านแรงจูงใจที่กระตุ้นความพึงพอใจ และดูแลปัจจัยค้ำจุนเพื่อให้พนักงานมีความพึงพอใจในสภาพการทำงาน (ลลิตา สิริพัชรนันท์ และคณะ, 2566, 127-136)

ความมุ่งมั่นต่อองค์กร คือ ระดับของการมีส่วนร่วม ความทุ่มเท และความเชื่อมโยงที่บุคคลภายในองค์กรมีต่องานของตน เป้าหมายขององค์กร และภารกิจโดยรวมขององค์กร ซึ่งครอบคลุมทั้งการมีส่วนร่วมทางอารมณ์และสติปัญญาของพนักงานในการทำงาน และความทุ่มเทในการมีส่วนร่วมสนับสนุนต่อความสำเร็จขององค์กร (Ideascale, 2025) จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าแรงจูงใจภายในได้แก่การคิดเชิงบวกมีบทบาทสำคัญในการทำงานและส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน เช่น การมองโลกในแง่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความทุ่มเท ความพึงพอใจในงาน ผลการปฏิบัติงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี (สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน และ โชคชัย สุเวชวัฒนกุล, 2558, 283-298; กฤตธัช วุฒินวงศา, 2560, 32) นอกจากนี้แรงจูงใจภายนอกได้แก่ผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำงาน และความมั่นคงในงาน เช่น สวัสดิการและความก้าวหน้าใน

งานตามแนวทางของราชการมีผลต่อความผูกพันและความมุ่งมั่นต่อองค์กร (หลุทัย อาจปฐ และคณะ, 2563, 79-96) และการสร้างบรรยากาศองค์กรของผู้บริหารกับความผูกพันของพนักงานมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นของพนักงาน โดยเฉพาะในด้านความยืดหยุ่น ความรับผิดชอบ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (ธัญพร ส่องแสง และคณะ, 2567, 426-437) และยังพบว่าความมุ่งมั่นต่อองค์กรมีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการศึกษาหลายชิ้นพบว่าความมุ่งมั่นต่อองค์กรมีผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ เช่น พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงมักแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อประสิทธิภาพและนวัตกรรมขององค์กร (ภควัต สงวนจิน และ วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์, 2566, 68-87)

การปฏิบัติการเชิงสร้างสรรค์ ทฤษฎีอูต้า (AUTA) เป็นทฤษฎีรูปแบบของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคล โดยมีแนวคิดที่ว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นมีอยู่ในมนุษย์ทุกคน และสามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ตามรูปแบบอูต้า (AUTA) ประกอบด้วย 1) การตระหนัก (Awareness) คือ ตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อ ตนเองและสังคม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และตระหนักถึงความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตนเองด้วย 2) ความเข้าใจ (Understanding) คือ มีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ 3) เทคนิควิธี (Techniques) คือ การรู้เทคนิคในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทั้งที่เป็น เทคนิคส่วนบุคคล และเทคนิคที่เป็นมาตรฐาน และ 4) การตระหนักในความจริงของสิ่งต่าง ๆ (Actualization) คือ การตระหนักในตนเอง พอใจในตนเองและพยายามใช้ตนเองอย่างเต็มศักยภาพ รวมทั้งการเปิดกว้างรับประสบการณ์ต่าง ๆ มีการปรับตัวได้อย่างเหมาะสม การตระหนักถึงเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การผลิตผลงานด้วยตนเองและมีความคิดที่ยืดหยุ่นเข้ากับทุกรูปแบบของชีวิต ตามทฤษฎีอูต้าทั้ง 4 องค์ประกอบนี้จะเป็นตัวผลักดันให้บุคลากรสามารถดึงศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองออกมาใช้ได้และสามารถแสดงออกเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ตามความต้องการของแต่ละบุคคลและนำไปสู่พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่องค์กรต้องการได้ (พูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ และเกตุศิริ เจริญวิศาล, 2562, 505-519)

กรอบแนวความคิด การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ทฤษฎีแรงจูงใจหลัก (Maslow, 1943, 370-396) ให้กรอบแนวคิดเบื้องต้นสำหรับการจัดกลุ่มตัวแปรด้านแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอก ขณะที่ งานวิจัยในอุตสาหกรรมไมซ์ ชี้ว่าทั้งสองประเภทแรงจูงใจส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ ผ่านตัวแปรความมุ่งมั่นในอาชีพไมซ์ เป็นตัวกลาง (Karyono & Hakim, 2022, 34-54) ข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดและวางสมมติฐาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจสองประเภทกับผลลัพธ์การปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ในบริบทอุตสาหกรรมไมซ์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิด

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. แรงจูงใจภายในส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ในงานอาชีพไมซ์
2. แรงจูงใจภายนอกส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ในงานอาชีพไมซ์
3. แรงจูงใจภายในและภายนอกส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพไมซ์เป็นตัวแปรส่งผ่าน

วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือเจ้าหน้าที่ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ จากสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมสร้างสรรค์การจัดงาน สมาคมโรงแรมไทย และสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมด้านการเดินทางท่องเที่ยว (ไทย) จำนวน 6,256 ราย (เนชั่น ทวี, 2566)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้สูตร Yamane (1967, 886-887) คำนวณขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้จำนวน 400 คน โดยใช้เกณฑ์คัดเลือกดังนี้

- 1) เป็นเจ้าหน้าที่หรือผู้บริหารภาคเอกชน ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงาน/บริษัทในอุตสาหกรรมไมซ์
- 2) มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปี เพื่อให้มั่นใจว่ามีความคุ้นเคยและสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกรณีศึกษา

- 3) ลงทะเบียนประกอบธุรกิจอย่างถูกต้อง กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ วันที่สำรวจ

4) มีส่วนร่วมโดยตรง ในกระบวนการวางแผนหรือปฏิบัติงานด้านการจัดงานประชุม สัมมนา หรือการจัดแสดงสินค้า

5) สามารถสื่อสารและให้ข้อมูลได้ครบถ้วน ด้วยทักษะภาษาไทยและความรู้เรื่องอุตสาหกรรมไมซ์

การสุ่มตัวอย่างทำโดยวิธีแบ่งกลุ่มตามสมาคม (Stratified Random Sampling) เพื่อให้แน่ใจว่ากลุ่มตัวอย่างสะท้อนสัดส่วนของสมาชิกแต่ละสมาคมอย่างเหมาะสม และลดความลำเอียงจากการกระจายตัวของข้อมูลในแต่ละกลุ่มอาชีพอย่างครอบคลุม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน และประเภทอุตสาหกรรม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic) ที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานผ่านความผูกพันในงานอาชีพไมซ์ ได้แก่ ความท้าทาย (Challenge) จำนวน 4 ข้อ ความเพลิดเพลิน (Enjoyment) จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 3 แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic) ที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานผ่านความผูกพันในงานอาชีพไมซ์ ได้แก่ รางวัล (Reward) จำนวน 4 ข้อ การยอมรับ (Recognition) จำนวน 3 ข้อ ส่วนที่ 4 ความมุ่งมั่นในอาชีพ (Career Commitment) ในงานอาชีพไมซ์ จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 5 ผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ (Creative Performance) จำนวน 3 ข้อ และ ส่วนที่ 6 เป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ แบบสอบถามส่วนที่ 2 – 5 เป็นแบบมาตรฐานส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scales) จำนวน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน หาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence หรือ IOC) ได้ IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับตัวแทนเจ้าหน้าที่ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.949 ถือว่าผ่านเกณฑ์ (Burns and Grove, 1997, 240)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลทำโดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านอีเมลและไลน์ ไปยังเจ้าหน้าที่ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์จากสมาคมที่เกี่ยวข้อง จำนวน 400 คน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2566 (ระยะเวลา 2 เดือน) ได้ผู้ตอบกลับทั้งสิ้น 274 คน คิดเป็นร้อยละ 69 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์อัตราการตอบกลับเฉลี่ยร้อยละ 55.6 ที่ Baruch (1999, 421-438) ระบุว่าอยู่ในเกณฑ์ดี นอกจากนี้ ตามกฎ rule of thumb ในงานวิจัยเชิงปริมาณ ควรมีผู้ตอบอย่างน้อย 10 เท่าของจำนวนข้อในแบบสอบถาม เพื่อรองรับการวิเคราะห์เชิงสถิติหลายรูปแบบ โดยแบบสอบถามมี 23 ข้อ จึงควรมีผู้ตอบขั้นต่ำ 230 คน (Comrey & Lee, 1992, 171-204) แม้ว่าเมื่อนำไปคำนวณขนาดตัวอย่างขั้นต่ำตามสูตรของ Yamane (1967, 886-887) ที่ระดับความ

คลาดเคลื่อน $e = 0.05$ จะได้ประมาณ 400 คน แต่เมื่อพิจารณารวมกันทั้งเรื่องอัตราการตอบกลับและกฎ rule of thumb การมีผู้ตอบ 274 คน จึงถือว่าเพียงพอและเหมาะสมต่อการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ (Yamane, 1967, 886-887; Comrey & Lee, 1992, 171-204)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าสถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เส้นทางโดยตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) โดยพิจารณาจากค่า-ไคสแควร์ ค่า-ไคสแควร์สัมพัทธ์ค่า CFI คือค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบค่า GFI คือค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนค่า AGFI คือค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้วและค่า RMSEA ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ

ผลการวิจัย (Results)

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ตารางที่ 1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
การจัดการงานอีเวนต์ (Event Management)	76	27.7
การจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition Management)	58	21.2
การจัดการสถานที่จัดงาน (Venue Management)	54	19.7
การจัดการการประชุม (Conference Management)	40	14.6
กลุ่ม Supplier	25	9.1
การจัดการการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Management)	21	7.7

จากตารางที่ 1 พบว่าเจ้าหน้าที่ประสานงานภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาชีพการจัดการงานอีเวนต์ (Event Management) จำนวน 76 คน ร้อยละ 27.7 รองลงมา กลุ่มอาชีพการจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition Management) จำนวน 58 คน ร้อยละ 21.2 กลุ่มอาชีพการจัดการสถานที่จัดงาน (Venue management) จำนวน 54 คน ร้อยละ 19.7 กลุ่มอาชีพการจัดการประชุม (Conference Management) จำนวน 40 คน ร้อยละ 14.6 กลุ่ม Supplier จำนวน 25 คน ร้อยละ 9.1 และ กลุ่มอาชีพการจัดการการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Management) จำนวน 21 คน ร้อยละ 7.7

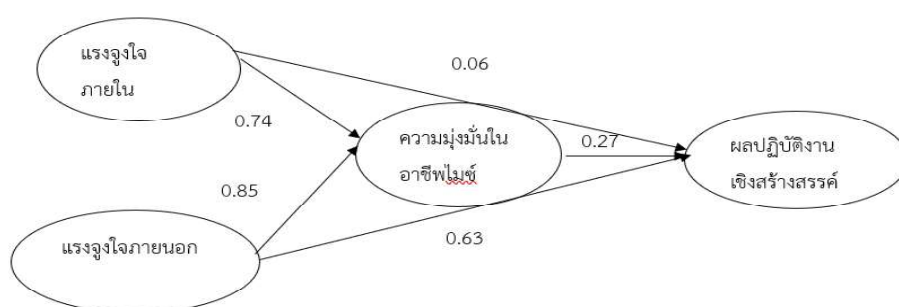
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจภายในและภายนอกส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพไม่เด่นชัดผ่าน

ตารางที่ 2

ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	3.999	ผ่านเกณฑ์
df	-	4	-
p-value	$p > 0.05$	0.406	ผ่านเกณฑ์
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.00	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.995	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.95	0.975	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.000	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 1 พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานผ่านความมุ่งมั่นในงานอาชีพไม่มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 3.999 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.406 (p-value เท่ากับ 0.406) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.995 ค่าดัชนี วัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.975 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างของโมเดลสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้อย่างเหมาะสม โดยไม่มีความคลาดเคลื่อนที่มีนัยสำคัญ โมเดลสามารถอธิบายแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานผ่านความมุ่งมั่นในงานอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ภาพที่ 2)



Chi-square= 3.999, df=4 , p-value =.406 RMSEA=.000

ภาพที่ 2: ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ผ่านความมุ่งมั่นในอาชีพ

ผลการทดสอบอิทธิพลแรงจูงใจภายในและภายนอกส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพไม่พัวพันเป็นตัวแปรส่งผ่านที่ได้พัฒนาขึ้น เพื่ออธิบายสมมติฐานของการวิจัย ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

แสดงผลการทดสอบอิทธิพลแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์

ตัวแปรเชิงสาเหตุ (Antecedents)	ตัวแปรผลลัพธ์ (Consequences)					
	ความมุ่งมั่นในอาชีพไม่พัวพัน (CE)			การปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ (CP)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
แรงจูงใจภายใน (IN)	0.74*		0.74*	0.06*	0.27*	0.33*
แรงจูงใจภายนอก (EX)	0.85*		0.85*	0.63*	0.27*	0.90*

*p < 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลแรงจูงใจภายในและภายนอกส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพไม่พัวพันเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม โดยแบ่งตามสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจภายในส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ พบว่า แรงจูงใจภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.06 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.33 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจภายนอกส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ พบว่า แรงจูงใจภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.63 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจภายในและภายนอกส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพไม่พัวพันเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า แรงจูงใจภายในมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.06 ค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.27 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.33 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแรงจูงใจภายนอกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.63 โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.27 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

เพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์โดยการวิจัยเชิงปริมาณตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 1 ดังนี้

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายในที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ในงานอาชีพไมซ์ จากสมมติฐานการวิจัย พบว่า แรงจูงใจภายในส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ในงานอาชีพไมซ์ โดยแรงจูงใจภายในมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.74 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.74 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะว่าบุคลากรในงานอาชีพไมซ์ มีความพึงพอใจในลักษณะงานได้รับมอบหมายงานเพราะรู้สึกได้ว่าเป็นการทำงานที่มีความท้าทายตลอดเวลา และมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นสร้างสรรค์ต่าง ๆ ในงานหลักขององค์กรที่ตนเองรับผิดชอบ ซึ่งมีส่วนช่วยให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่เกิดประสิทธิภาพ ดังนั้นพนักงานในอาชีพไมซ์ จึงมีความรู้สึกที่ดีต่อกิจกรรมในการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์และมีความสุขและได้รับประสบการณ์ใหม่เพิ่มขึ้นจากการทำงานเป็นทีม รวมทั้งได้รับการส่งเสริมการปฏิบัติงานในหน้าที่ อาทิ การส่งเสริมให้เข้าฝึกอบรมเพื่อยกระดับขีดความสามารถในตำแหน่งงานที่รับผิดชอบบุคลากรในงานอาชีพไมซ์ มีความผูกพันต่อการทำงานอย่างมุ่งมั่นในสายอาชีพงานในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างชัดเจน สอดคล้องตามทฤษฎีของ Herzberg et al. (1959, 113-119) กล่าวว่าความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับ และลักษณะของงานที่ท้าทาย สามารถกระตุ้นให้พนักงานแสดงพฤติกรรมที่สร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากแรงจูงใจภายในมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจและมุ่งมั่นในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้พวกเขาแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ การได้รับมอบหมายงานที่ท้าทาย การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นสร้างสรรค์ และการได้รับโอกาสพัฒนาตนเองผ่านการฝึกอบรม ทำให้บุคลากรมีความผูกพันกับงานและองค์กรมากขึ้น ส่งผลให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประเทือง มูลทองตน และคณะ (2564, 39-49) พบว่าปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว ผลการศึกษาของ อีร์คักดี สุขาบุลย์ และคณะ (2565, 29-43) พบว่า แรงจูงใจภายในมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด (ระยอง) เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของ ฌาณิศรา ศรีเหรา (2563, 23-37) พบว่าแรงจูงใจในการทำงานส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในส่วนงานสินเชื่อ SME ของธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) โดยเฉพาะด้านลักษณะงานและผลตอบแทนและสวัสดิการ และสอดคล้องกับ Hieker et al. (2024, 71-84) พบว่าแรงจูงใจภายในอาชีพ ความรับผิดชอบทางสังคมและความปรารถนาขับเคลื่อนนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความมุ่งมั่นต่อแนวทางปฏิบัติอย่างยั่งยืนในระยะยาว (Intrinsic Motivation)

2. วัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายนอกที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ในงานอาชีพไมซ์ จากสมมติฐานการวิจัย พบว่า แรงจูงใจภายนอกส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ โดยแรงจูงใจภายนอกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.85 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.85 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะว่า บุคลากรในงานอาชีพไมซ์ มีความสามารถในการปฏิบัติงานที่สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ทำให้ส่งผลต่อการได้รับผลตอบแทนด้านการเงินสูง และผลตอบแทนด้านหน้าที่การงานดีขึ้น รวมทั้งการสนับสนุนทุนด้านการศึกษา

เช่นงานต่างประเทศ โอกาสไปแลกเปลี่ยนการทำงานในบริษัทในเครือที่อยู่ในประเทศ เข้าอบรมหลักสูตรระยะสั้น ภาษาอังกฤษหรือภาษาที่สาม เป็นต้น และได้รับการยอมรับในความสำเร็จของงาน ตามที่ตนเองรับผิดชอบทำให้ได้โอกาสความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้นซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของ Herzberg et al. (1959, 113-119) กล่าวว่าความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับ และลักษณะของงานที่ทำท้าทาย สามารถกระตุ้นให้พนักงานแสดงพฤติกรรมที่สร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อุไรพร สิงห์สร้อย และ ศิริธัญญา วิรุณราช (2567, 282-298) พบว่าปัจจัยค่าจุนหรือปัจจัยอนามัย (Maintenance or Hygiene Factors) มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของของโรงแรมระดับ 4 ดาวในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเทือง มูลทองตัน และคณะ (2564, 39-49) พบว่าปัจจัยค่าจุนซึ่งเป็นแรงจูงใจภายนอกมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม และยังสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Hieker et al. (2024, 71-84) ที่พบว่าแรงจูงใจภายนอก เช่น แรงกดดันจากลูกค้าและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นตัวเร่งให้ผู้นำการ MICE ลงทุนในกิจกรรม ESG (Extrinsic Motivation)

3. วัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจภายในมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943, 370-396) ซึ่งอธิบายว่ามนุษย์มีลำดับขั้นของความต้องการจากพื้นฐานไปจนถึงการพัฒนาตนเอง (Self-actualization) แรงจูงใจภายในที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งมั่นในอาชีพสามารถจัดอยู่ในระดับสูงสุดของลำดับขั้น ซึ่งคือการพัฒนาศักยภาพของตนเองและการสร้างคุณค่าในงานที่ทำ ส่งผลให้บุคคลเกิดการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น เนื่องจากพวกเขาเห็นความสำคัญของงานและมีแรงผลักดันภายในในการพัฒนาแนวคิดและกระบวนการใหม่ ๆ โดยทฤษฎีแรงจูงใจภายในและภายนอก (Intrinsic and Extrinsic Motivation Approaches) ช่วยอธิบายเพิ่มเติมว่า แรงจูงใจภายในเกิดจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความท้าทาย ความสนใจ และคุณค่าของงาน มากกว่าการได้รับรางวัลหรือผลตอบแทนจากภายนอก (ภคพัฒนภูมิ ธรรมนันท์ และคณะ, 2566, 1-18) ผลการศึกษาสนับสนุนแนวคิดนี้โดยชี้ให้เห็นว่าความมุ่งมั่นในอาชีพ ซึ่งเป็นลักษณะของแรงจูงใจภายใน ช่วยส่งผ่านอิทธิพลของแรงจูงใจภายในไปสู่การปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ กล่าวคือ บุคคลที่มีแรงจูงใจจากภายในจะมีแนวโน้มที่จะพัฒนาตนเองในสายอาชีพมากขึ้น และนำความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ไปใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานที่มีนวัตกรรม นอกจากนี้ ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg et al. (1959, 113-119) ซึ่งแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจออกเป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivate Factors) และปัจจัยค่าจุน (Maintenance Factors) ก็สามารถใช้นับสนับสนุนผลการวิจัยนี้ได้ โดยเฉพาะปัจจัยด้านแรงจูงใจ เช่น ความท้าทายของงาน การได้รับการยอมรับ และโอกาสในการเติบโตในอาชีพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความมุ่งมั่นของบุคคลในการพัฒนาตนเองและแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในงานของตน

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ เช่น กฤตธี วุฒิวงศา (2560, 32) ที่พบว่า แรงจูงใจภายใน เช่น การคิดเชิงบวกและมุมมองที่ดีต่ออาชีพ มีผลโดยตรงต่อความทุ่มเทและความพึงพอใจในงาน นอกจากนี้ งานวิจัยของ ฉันทพร ส่องแสง และคณะ (2566, 426-437) ยังระบุว่า บรรยากาศองค์กรและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีผลต่อความมุ่งมั่นและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงาน ผลการศึกษานี้ยังสนับสนุนข้อค้นพบของ ภควัต สงวนจีน และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2566, 68-87) ที่แสดงให้เห็นว่าความมุ่งมั่นต่อองค์กรสามารถช่วยส่งเสริมผลการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานได้

และในแง่ของทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ ทฤษฎีภู่อูต้า (AUTA) (พูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ และ เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2562, 505-519) อธิบายว่า การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ต้องผ่านกระบวนการที่ประกอบด้วย 1) การตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ 2) ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ 3) เทคนิคในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และ 4) การนำความคิดสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้จริง ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีความมุ่งมั่นในอาชีพไมซ์จะสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการเหล่านี้ได้ง่ายขึ้น และแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในงานของตน โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ และความมุ่งมั่นในอาชีพไมซ์ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านที่ช่วยเพิ่มความเข้มแข็งของความสัมพันธ์นี้ การค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดทางทฤษฎีและหลักฐานจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมส่งเสริมแรงจูงใจภายในและความมุ่งมั่นในอาชีพไมซ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสร้างสรรคงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

สรุป (Conclusion)

สรุปผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจภายในและภายนอกมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในอาชีพไมซ์ โดยมีความมุ่งมั่นในอาชีพเป็นตัวแปรส่งผ่าน โมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และแรงจูงใจภายใน เช่น ความท้าทายของงานและโอกาสพัฒนาตนเอง มีผลกระทบทำให้เกิดพฤติกรรมสร้างสรรค์ ขณะที่แรงจูงใจภายนอก เช่น ผลตอบแทนและความก้าวหน้าในอาชีพ ส่งผลเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานเช่นกัน การวิจัยสนับสนุนแนวคิดของ Herzberg และ Maslow ว่าแรงจูงใจทั้งสองประเภทเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ คือ บุคลากรไมซ์มีบทบาทสำคัญในการประสานงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร การเสริมสร้างความผูกพันและความมุ่งมั่นในสายอาชีพนี้จึงเป็นสิ่งที่องค์กรควรให้ความสำคัญ โดยควรส่งเสริมศักยภาพในสองมิติหลัก ได้แก่ ด้านองค์ความรู้ ผ่านการอบรมหลักสูตรระยะสั้นที่เน้นความเป็นมืออาชีพ และ ด้านเครือข่าย เพื่อเชื่อมโยงและพัฒนาโอกาสทางธุรกิจในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งจะช่วยยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรและเสริมสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรมในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ได้กว้างขึ้น และควรพิจารณาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและสามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้ชัดเจนขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กฤตธัช วุฒิวงศา. (2560). การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- กฤตธัช วุฒิวงศา. (2560). การศึกษาแรงจูงใจการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน และภาพลักษณ์ขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมบริการ กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3451/3/krittad_woot.pdf
- ณานิศา ศรีเหรา. (2563). แรงจูงใจในการทำงานและความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในส่วนงานสินเชื่อ SME ของธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน). *วารสารการเงินธุรกิจ*, 8(1), 23–37. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/ml10/6114962131.pdf>
- ฉันทพร ส่องแสง, จินตนา จันท์เจริญ และ จิตติอาภา ตั้งคำวานิช (2567). การศึกษาความสัมพันธ์ในการสร้างบรรยากาศองค์การของผู้บริหารกับความผูกพันของครูต่อองค์การของโรงเรียนเอกชนพื้นที่การศึกษา เชียงราย เขต 1. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 10(4), 426–437. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/268675>
- ฉันทพร ส่องแสง, จินตนา จันท์เจริญ และ จิตติอาภา ตั้งคำวานิช. (2566). การศึกษาความสัมพันธ์ในการสร้างบรรยากาศองค์การของผู้บริหาร กับความผูกพันของครูต่อองค์การของโรงเรียนเอกชนพื้นที่การศึกษา เชียงราย เขต 1. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 10(4), 426–437. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/268675>
- ธีรศักดิ์ สุขบุญลย์, สุมาลี รามัน และ ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2565). แรงจูงใจภายใน ความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่นผูกพันในงานเป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด (ระยอง). *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(3), 29–43. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/WTURJ/article/view/261411>
- เนชั่น ทีวี. (2566, 27 กรกฎาคม). ตลาดไม้ซุงมั่งคั่งชาติแท้ "จัดสัมมนา-ประชุม" ในไทย. เศรษฐกิจ Nation Story. https://www.nationtv.tv/economy-business/378924849#google_vignette

- ประเทือง มูลทองตน, ชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา และ สาวิตตรี จบศรี. (2564). แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์*, 23(2), 39–49. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/hspbruacthjournal/article/view/256733>
- พูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ และ เกติศิริ เจริญวิศาล. (2562). การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี: บทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(3), 505–519. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldth/article/view/241134>
- ภคพัฒน์ภูมิ ธรรมนันท์, ประภัสสรณ์ ศรีหาวงค์ และ ญัษฎธรณ์ สำนัก. (2566). การสร้างแรงจูงใจในการทำงานสมัยใหม่. *วารสารการบริหารการจัดการและการพัฒนาที่ยั่งยืน*, 1(1), 1–18. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd/article/view/30>
- ภควัต สงวนจีน และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์. (2566). อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ต่อผลการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานขาย: บทบาทของการควบคุมพฤติกรรมและการสนับสนุนทางสังคม. *วารสารการบริหารและการจัดการธุรกิจ*, 7(1), 68–87. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kkbsjournal/article/view/263096>
- ลลิตา สิริพัชรนันท์, เพ็ญศรี ฉิรินัง, อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ และ วรเดช จันทรร. (2566). การจูงใจพนักงานในองค์การสำหรับการจัดการสมัยใหม่. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*, 11(1), 127–136. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/247326>
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน และ โชคชัย สุเวชวัฒนกุล. (2558). แบบจำลองเชิงพยากรณ์ความทุ่มเทใจของพนักงานโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 18, 283–298. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/JOS/article/view/7039>
- หฤทัย อาจปฐ, สีนินาฏ ลิ้มนิยมธรรม และ ปิยะวัฒน์ วงษ์วานิช. (2563). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสังกัดกรมแพทยทหารเรือ. *วารสารวิชาการโรงเรียนนายเรือด้านสังคมศาสตร์มนุษยศาสตร์ และศึกษาศาสตร์*, 7(1), 79–96. <http://rtlibrary.com/web/RTNA%20Journal%20of%20Social%20Science/y.7-63/07-63.pdf>
- อุไรพร สิงห์สร้อย และ ศิริญญา วิรุณราช. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงแรมระดับ 4 ดาวในกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 7(2), 282–295. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JLASI/article/view/278065>
- Barnes, S. J., & Pressey, A. D. (2012). The satisfaction and stress of being a market maven: A social network perspective. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(6), 444–453. <https://doi.org/10.1002/cb.1523>
- Baruch, Y. (1999). Response rates in academic studies—A comparative analysis. *Human Relations*, 52(4), 421–438. <https://doi.org/10.1177/001872679905200401>

- Burns, N., & Grove, S. K. (1997). *The practice of nursing research: Conduct, critique, and utilization*. W.B. Saunders.
- Business Events Thailand. (2023). *MICE is the New Definition of Event*. Retrieved from https://www.businesseventsthailand.com/index.php/th/press-media/news-press-release/detail/1088-mice-is-the-new-definition-of-event?utm_source=chatgpt.com
- Choochom, O. (2014). Antecedents and consequences of psychological immunity. *Humanities and Social Sciences Review*, 3(3), 191-197. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/IJBS/article/view/129418>
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-determination theory. *Handbook of theories of social psychology*, 1(20), 416-436. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n21>
- Herzberg, F., Bernard, M., & Snyderman, B. (1959). *The motivation to work*. New York: John Wiley & Sons.
- Hieker, C., Gannon, G., Philips, E. N., & Majmudar, S. (2024). Motivations for ESG investment among leaders in the MICE industry. *European Journal of Sustainable Development*, 13(4), 71–84. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2024.v13n4p71>
- Ideascale. (2025). *What is Organizational Engagement?* <https://ideascale.com/blog/what-is-organizational-engagement/>
- Kahane, A. (2010). *Power and love: A theory and practice of social change*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Karyono, S., & Hakim, A. M. (2022). Employee Performance Improvement through Affective, Normative, and Continuance Commitment With Intrinsic Motivation Mediation. *Journal of Public Administration and Governance*, 12(3), 34-54. <https://doi.org/10.5296/jpag.v12i3.20062>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Pacific Asia Travel Association. (2024, November 25). *The Thailand MICE Industry Intelligence Report Q3 2024*. <https://www.pata.org/member-chapter-news-1/thailand-convention-exhibition-bureau-mice-quarterly-report-q3-2024>
- Research and Markets. (2025, May 15). *Thailand Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions Market Report 2025–2033: Government support and global appeal*

position Thailand as MICE hub of Southeast Asia. Business Wire.

<https://www.businesswire.com/news/home/20250515847102/en/Thailand-Meetings-Incentives-Conferences-and-Exhibitions-MICE-Market-Report-2025-2033-Government-Support-and-Global-Appeal-Position-Thailand-as-MICE-Hub-of-Southeast-Asia---ResearchAndMarkets.com>

Sun, Y., Hu, X., & Ding, Y. (2019). Learning or Relaxing: How Do Challenge Stressors Stimulate Employee Creativity? *Sustainability*, 11(6), 1-20. <https://doi.org/10.3390/su11061779>

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.