

การพัฒนาค่านิยมองค์กรและคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน: กรณีศึกษาบริษัทรับจัดงานอีเวนต์

เยาวภรณ์ เลิศกุลทันท^{1*} และรัตนภรณ์ องค์กรวิวัฒนา²

¹อาจารย์ประจำคณะการจัดการบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

²นักศึกษาคณะการจัดการบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

*Corresponding Author Email: Yaowaporn.le@dtc.ac.th

Received: September 23, 2024; Revised: December 12, 2024; Accepted: December 20, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาค่านิยมองค์กรที่สามารถใช้เป็นแนวทางปฏิบัติงานสำหรับพนักงานครีเอทีฟในบริษัทรับจัดงานอีเวนต์ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน วัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานครีเอทีฟของบริษัทรับจัดงานอีเวนต์ 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และ 3) เพื่อจัดทำแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้เป็นค่านิยมขององค์กรเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน การวิจัยดำเนินการด้วยวิธีเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากพนักงานครีเอทีฟของบริษัทรับจัดงานอีเวนต์แห่งหนึ่งจำนวน 20 คน ผ่านแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยด้านเพศ อายุ การศึกษา และอายุงาน

ผลการวิจัยพบว่า คุณสมบัติสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานครีเอทีฟ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ (Innovative) การทำงานอย่างเป็นระเบียบ (Neat) ความยืดหยุ่น (Dynamic) การสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่ (Explorer) และการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า (Experience of Customer) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ได้นำมาจัดทำเป็น "INDEX" โมเดล เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านนวัตกรรมและประสิทธิภาพการทำงาน การนำโมเดล INDEX มาปรับใช้ในองค์กรจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งและยั่งยืน นอกจากนี้ โมเดลนี้ยังสามารถเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในการจัดงานอีเวนต์เพื่อการท่องเที่ยว การนำแนวคิดที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของลูกค้ามาใช้จะช่วยเพิ่มคุณค่าและความน่าดึงดูดให้กับกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอีกด้วย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืน การพัฒนาค่านิยมองค์กร พนักงานครีเอทีฟ นวัตกรรมองค์กร บริษัทรับจัดงานอีเวนต์

The Development of Organizational Values and Creative Employee Attributes Affecting Work Performance: A Case Study of an Event Management Company

Yaowaporn Lertkultanon^{1*} and Rattanaorn Ongsiriwattana²

¹Lecturer, Faculty of Hospitality Management, Dusit Thani College

²Student, Faculty of Hospitality Management, Dusit Thani College

*Corresponding Author Email: Yaowaporn.le@dtc.ac.th

Received: September 23, 2024; Revised: December 12, 2024; Accepted: December 20, 2024

Abstract

This article aims to develop organizational values that can serve as practical guidelines for creative employees in an event management company, focusing on fostering an organizational culture that supports sustainable development and innovation. The research objectives are: 1) to study the work practices of creative employees in an event management company, 2) to examine employees' perspectives on the attributes of creative employees that influence work performance, and 3) to establish guidelines for enhancing work performance and incorporating them into organizational values to promote a culture of sustainable development and innovation. The research was conducted using a quantitative approach, collecting data from 20 creative employees of an event management company through questionnaires. The study investigated factors influencing employees' performance, including gender, age, education, and work experience.

The results indicate that the key qualities that enhance the performance of creative employees include Innovative (creativity), Neat (organized work), Dynamic (flexibility), Explorer (exploration and discovery of new ideas), and Experience of Customer (delivering a good customer experience). These factors were developed into the "INDEX" model to strengthen the corporate culture in alignment with the organization's innovation and performance goals. Implementing the INDEX model within the organization will help improve work performance and establish a strong and sustainable corporate culture. Additionally, this model can be connected to the tourism industry, particularly in organizing tourism-related events. By applying concepts that focus on creativity and customer experience, it can enhance the value and appeal of various activities, which in turn will contribute to the sustainable growth of the tourism industry.

Keywords: Sustainable Organizational Culture, Organizational Values Development, Creative Employees, Corporate Innovation, Event Management Company

บทนำ

อุตสาหกรรมการจัดงานอีเวนต์เป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรม MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions) ซึ่งเป็นเครื่องมือส่งเสริมการท่องเที่ยวที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางระดับโลก (Bladen et al., 2022) งานอีเวนต์ในปัจจุบันไม่ได้เป็นเพียงแค่การจัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิง แต่ยังเน้นการสร้างประสบการณ์อันน่าจดจำให้กับผู้เข้าร่วม ทั้งนี้พนักงานครีเอทีฟในบริษัทจัดงานอีเวนต์จึงมีบทบาทสำคัญในการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเข้ากับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (Gentile et al., 2007; Heinzel et al., 2021)

อย่างไรก็ตาม บริษัทจัดงานอีเวนต์ต้องเผชิญกับความท้าทายในการสร้างและรักษาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานครีเอทีฟ ซึ่งต้องทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและแข่งขันสูง (Kaufman & Sternberg, 2006) โดยพบว่าองค์กรหลายแห่งขาดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำให้พนักงานครีเอทีฟขาดแรงจูงใจในการทำงานและไม่สามารถดึงศักยภาพได้อย่างเต็มที่ (Amabile, 2011) การพัฒนาค่านิยมองค์กรที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งและยั่งยืน (Sawyer & Henriksen, 2024)

ในโลกธุรกิจปัจจุบัน การพัฒนาค่านิยมองค์กรไม่ได้จำกัดเฉพาะในอุตสาหกรรมอีเวนต์เท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ต้องการสร้างความโดดเด่นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตัวอย่างเช่น ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนาค่านิยมองค์กรที่สนับสนุนการเรียนรู้และการทดลองใหม่ ๆ ได้ส่งเสริมให้บริษัทระดับโลกอย่าง Google และ Amazon สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง วัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและการทำงานร่วมกันในทีม เช่น "การล้มเหลวอย่างสร้างสรรค์" (Fail Fast, Learn Faster) ของ Amazon ทำให้เกิดสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นให้พนักงานคิดนอกกรอบและสร้างผลงานที่ก้าวล้ำ (Schein, 2017) เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอีเวนต์ที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การพัฒนาค่านิยมองค์กรจึงไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานครีเอทีฟ แต่ยังช่วยสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อความสำเร็จในระยะยาว การเชื่อมโยงแนวคิดดังกล่าวกับตัวอย่างจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ จะช่วยเสริมความน่าสนใจและแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของค่านิยมองค์กรในหลากหลายบริบท

การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานที่เป็นแนวทางสำหรับพนักงานครีเอทีฟ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานครีเอทีฟของบริษัทจัดงานอีเวนต์ 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 3) เพื่อจัดทำแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้เป็นค่านิยมขององค์กรเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานครีเอทีฟของบริษัทจัดงานอีเวนต์
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน
3. เพื่อจัดทำแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้เป็นค่านิยมขององค์กรเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

ขอบเขตการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานครีเอทีฟในบริษัทรับจัดงานอีเวนต์ รวมถึงการศึกษาคุณสมบัติที่สำคัญของพนักงานครีเอทีฟที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยเฉพาะด้านความคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นระบบ ความยืดหยุ่น และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า นอกจากนี้ยังพัฒนาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเพื่อให้กลายเป็นค่านิยมขององค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

2. **ขอบเขตด้านประชากร** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยพนักงานครีเอทีฟจำนวน 20 คนจากบริษัทรับจัดงานอีเวนต์แห่งหนึ่ง โดยกลุ่มตัวอย่างได้รับการคัดเลือกแบบสุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงความคิดเห็นและประสบการณ์จริงในการทำงาน

3. **ขอบเขตด้านพื้นที่** การวิจัยนี้ศึกษาพนักงานครีเอทีฟในบริษัทรับจัดงานอีเวนต์แห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมการจัดงานอีเวนต์และ MICE ในประเทศไทย

4. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** การเก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินการวิจัยนี้จัดทำขึ้นระหว่างวันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2567 ถึงวันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2567

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

ความสำคัญของพนักงานครีเอทีฟในบริษัทรับจัดงานอีเวนต์ พนักงานครีเอทีฟมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับบริษัทรับจัดงานอีเวนต์ เนื่องจากตำแหน่งพนักงานครีเอทีฟมีหน้าที่ขับเคลื่อนนวัตกรรม สร้างความแตกต่าง เสริมสร้างความเป็นผู้นำในตลาด และส่งผลต่อความสำเร็จและคุณภาพของงานโดยรวม ความสำคัญของพนักงานครีเอทีฟสำหรับบริษัทรับจัดงานอีเวนต์มีนัยสำคัญหลายประการ ดังนี้ **1) หัวใจของนวัตกรรม** พนักงานครีเอทีฟนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ที่โดดเด่นและตรงใจผู้ชม ช่วยให้แต่ละงานมีเอกลักษณ์และน่าจดจำ (Anderson, 2018) **2) สร้างความแตกต่าง** ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานครีเอทีฟช่วยเพิ่มมูลค่าและทำให้กิจกรรมมีความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง (Kolb, 2020) **3) ยืดหยุ่นและตอบสนอง** พนักงานครีเอทีฟสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Heinzel et al., 2021) **4) ความได้เปรียบในการแข่งขัน** การมีทีมที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์เป็นจุดแข็งที่ช่วยให้บริษัทโดดเด่นและประสบความสำเร็จ (Gloor, 2006) **5) สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี** บริษัทที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์มักจะมีบรรยากาศการทำงานที่มีชีวิตชีวาและสนุกสนาน ซึ่งกระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมและทุ่มเทมากขึ้น (Sawyer, & Henriksen, 2024)

หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานครีเอทีฟ พนักงานครีเอทีฟในบริษัทรับจัดงานอีเวนต์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนงานด้านการวางแผน ออกแบบ และจัดการงานอีเวนต์ต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจและโดดเด่น หน้าที่หลักของพนักงานครีเอทีฟ ได้แก่ **1) การกำหนดแนวคิดและรูปแบบ** วางแผนและออกแบบงานอีเวนต์ให้มีความน่าสนใจและเอกลักษณ์ **2) การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ** จัดการทรัพยากร งบประมาณ และสถานที่อย่างมีประสิทธิภาพ (Bladen, 2022) **3) การสร้างและบริหารความสัมพันธ์** สร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้ร่วมงาน และผู้ให้บริการ (Goldblatt & Nelson, 2001) **4) การแก้ไขปัญหา** แก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้วยความคิดสร้างสรรค์และความรวดเร็ว **5) การควบคุมคุณภาพ** ดูแลและควบคุมคุณภาพงานให้ตรงตามมาตรฐานที่ตกลงกับลูกค้า **6) การสร้างและบริหารทีม** สร้างและบริหารทีมงานที่เกี่ยวข้องกับอีเวนต์ (Allen, 2009) **7) การสื่อสารและประสานงาน** สื่อสารและประสานงานกับทุกฝ่ายให้ข้อมูลที่ชัดเจนและทันเหตุการณ์ **8) การบันทึกและรายงานผล** บันทึกข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงานเพื่อให้มั่นใจว่าโครงการบรรลุเป้าหมาย (Allen, 2009)

คุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟที่ประสบความสำเร็จ ในโลกของการจัดงานอีเวนต์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา พนักงานครีเอทีฟคือหัวใจสำคัญที่ทำให้งานทุกงานมีชีวิตชีวา พวกเขาเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ ผสมผสานความคิดสร้างสรรค์เข้ากับการแก้ปัญหาอย่างชาญฉลาดจนงานที่เริ่มต้นจากแค่ไอเดียกลายเป็นความจริงได้ ดังนั้นพนักงานครีเอทีฟที่ประสบความสำเร็จในอาชีพจึงมักมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ **1) ความคิดสร้างสรรค์ไร้ขีดจำกัด** พนักงานครีเอทีฟไม่เคยหยุดคิดไอเดียใหม่ ๆ พวกเขามองเห็นสิ่งที่ยังไม่มีอยู่จริง สร้างสรรค์งานที่ทำทายกรอบเดิม และกล้าที่จะทดลองผิดถูกเพื่อเรียนรู้และต่อยอด (Kaufman & Sternberg, 2006) **2) การสื่อสารที่เปลี่ยนไอเดียเป็นผลลัพธ์** ด้วยทักษะการสื่อสารที่ดี พวกเขาสามารถถ่ายทอดความคิดที่ซับซ้อนได้อย่างชัดเจน ทั้งการพูด การเขียน และการนำเสนอ ทำให้ไอเดียที่ลอยอยู่ในอากาศกลายเป็นแผนงานที่จับต้องได้ (Dwyer et al., 2014) **3) การคิดวิเคราะห์เพื่อการแก้ปัญหา** ในทุกปัญหาที่เกิดขึ้น พนักงานครีเอทีฟใช้การคิดวิเคราะห์เป็นเครื่องมือ เขารู้วิธีมองหาต้นเหตุและวางแผนแก้ไขอย่างมีเหตุผล นำทางไปสู่การตัดสินใจที่ดีและสร้างสรรค์ (Beyer, 1995) **4) ทักษะการแก้ปัญหาในทุกความท้าทาย** เมื่ออุปสรรคมาเยือน พนักงานครีเอทีฟจะไม่ถอย เขาใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และแก้ไขปัญหาได้อย่างเฉียบคมจนบรรลุเป้าหมายของโครงการ (Jonassen, 2003)

การนำแนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักวาทกรรมมาประยุกต์ใช้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานครีเอทีฟ นักวาทกรรมเปรียบเสมือนผู้จุดประกายไฟแห่งความคิดสร้างสรรค์ บุคคลผู้เปี่ยมไปด้วยวิสัยทัศน์ กล้าคิด

นอกกรอบ และมุ่งมั่นสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรและสังคมให้ออกสู่ความเจริญก้าวหน้า เมื่อทำการวิเคราะห์คุณสมบัติสำคัญของนวัตกรรม สามารถนำเสนอแนวทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์สำหรับพนักงานครีเอทีฟได้ ดังนี้

- 1) ความคิดสร้างสรรค์ไร้ขีดจำกัด** พนักงานครีเอทีฟควรฝึกฝนการคิดนอกกรอบ เช่น การตั้งคำถามกับสิ่งต่าง ๆ มองหาแง่มุมใหม่ ๆ และเชื่อมโยงสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน โดยควรกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ผ่านการใช้เทคนิคการระดมความคิดและการทดลองสิ่งใหม่ ๆ (Kaufman & Sternberg, 2006)
- 2) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ** การพัฒนาทักษะการสื่อสารอย่างชัดเจนและมั่นใจ เช่น การนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจและการฟังอย่างตั้งใจจะช่วยให้พนักงานครีเอทีฟทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น ซึ่งเป็นพลังสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงาน (Dwyer et al., 2014)
- 3) การคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหา** ควรฝึกฝนการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการแยกแยะปัญหา ค้นหาสาเหตุ และคิดหาวิธีแก้ไขที่เหมาะสม พร้อมเรียนรู้จากข้อผิดพลาดเพื่อพัฒนาผลงานให้ดียิ่งขึ้น (Beyer, 1995)
- 4) การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์** พนักงานครีเอทีฟควรมองหาโอกาสในอุปสรรคและไม่ย่อท้อในการเผชิญกับความท้าทาย โดยฝึกคิดหาวิธีแก้ปัญหาใหม่ ๆ และประเมินทางเลือกอย่างรอบคอบ (Jonassen, 2003)
- 5) ทักษะการทำงานอย่างมืออาชีพ** ควรฝึกการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน บริหารเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง รวมถึงทำงานเป็นทีมได้อย่างราบรื่น โดยเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sangnin et al., 2023)
- 6) การใช้เทคโนโลยี** การติดตามและศึกษาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและสร้างผลงานที่น่าสนใจ (Lertkultanon et al., 2024).

การตอบโจทย์ลูกค้าด้วยแนวคิดการสร้างคุณค่าประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience: CX) สำหรับพนักงานครีเอทีฟ CX เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมงานอีเวนต์ ซึ่งพนักงานครีเอทีฟจะต้องให้ความสำคัญในการออกแบบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ตั้งแต่ก่อนการจัดงาน จนถึงการปฏิสัมพันธ์หลังงานเสร็จสิ้น การเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุก ๆ จุดสัมผัส (Touchpoint) จะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือแนะนำให้คนอื่น (Keiningham et al., 2020; Gentile et al., 2007) การนำแนวคิด CX มาใช้ในงานอีเวนต์มีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในอนาคต (McColl-Kennedy & Zaki, 2022) ตัวอย่างเช่น ในงานอีเวนต์ที่เน้นการสัมผัสประสบการณ์ของลูกค้า พนักงานครีเอทีฟสามารถออกแบบประสบการณ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น การสร้างบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ การจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วม รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและเต็มไปด้วยความประทับใจ ในงานอีเวนต์ที่ต้องการเน้นการบริการแบบพรีเมียม การให้บริการที่มีคุณภาพและการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างใส่ใจ จะช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และทำให้พวกเขากลับมาร่วมงานหรือแนะนำธุรกิจต่อไปได้ การให้ความสำคัญกับ Customer Experience (CX) ในงานอีเวนต์นั้นไม่เพียงแต่ช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและสร้างความพึงพอใจ แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความภักดีและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างลูกค้าและธุรกิจ โดยการใช้แนวคิดนี้ในงานอีเวนต์จะช่วยให้พนักงานครีเอทีฟสามารถออกแบบและสร้างสรรค์งานอีเวนต์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตและความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยนี้คือพนักงานครีเอทีฟจากบริษัทรับจัดงานอีเวนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 20 คน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ครอบคลุมเป้าหมายการศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างคือพนักงานครีเอทีฟทั้งหมดจำนวน 20 คนจากประชากรกลุ่มนี้ ทั้งนี้ใช้วิธีการ การสำรวจแบบครบกลุ่ม (Census Sampling) เนื่องจากจำนวนประชากรทั้งหมดมีขนาดเล็กและสามารถศึกษาได้ครอบคลุม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้างชัดเจน โดยเครื่องมือดังกล่าวพัฒนาขึ้นตามหลักการที่เกี่ยวข้องกับการวัดคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานครีเอทีฟ การออกแบบเครื่องมือได้อ้างอิงจากงานวิจัยและแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังนี้ แบบสอบถามพัฒนาขึ้นโดยใช้แบบจำลองคุณลักษณะพนักงานครีเอทีฟ (Kaufman & Sternberg, 2006) ซึ่งระบุว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบสำคัญในการแก้ปัญหาและพัฒนานวัตกรรมในองค์กร ร่วมกับแนวคิดเรื่องค่านิยมองค์กรและวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืนถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการออกแบบคำถาม เช่น การวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ในที่ทำงาน โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ Schein (2017)

คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลักตามแนวทางของ Dillman (2014) ได้แก่ 1) ข้อมูลประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน) 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติที่สำคัญของพนักงานครีเอทีฟ 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของพนักงานครีเอทีฟในปัจจุบัน 4) ข้อเสนอแนะในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานแต่ละคำถามถูกออกแบบให้ใช้มาตราส่วน Likert 5 ระดับเพื่อสะท้อนความคิดเห็นและความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha) ผลที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.85 ซึ่งถือว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

การเก็บและรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างได้รับการขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามผ่าน Google Forms ซึ่งแบบสอบถามถูกจัดเตรียมให้กลุ่มตัวอย่างตอบภายในระยะเวลา 2 สัปดาห์ ข้อมูลทั้งหมดที่รวบรวมจะถูกจัดเก็บอย่างเป็นความลับ และไม่สามารถระบุตัวบุคคลได้ เพื่อให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อสรุปภาพรวมความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง และยังใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟ

ระยะเวลาการวิจัย การดำเนินการวิจัยนี้เริ่มตั้งแต่วันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2567 ถึง 26 เมษายน พ.ศ. 2567

ข้อจำกัดของการวิจัย การวิจัยนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของกลุ่มตัวอย่างที่มาจากบริษัทเดียว ซึ่งอาจไม่สามารถสรุปผลการวิจัยได้กับบริษัอื่น นอกจากนี้ ผลลัพธ์ยังขึ้นอยู่กับความถูกต้องของข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างให้

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ ข้อ 1. เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานครีเอทีฟของบริษัทรับจัดงานอีเวนต์ จากการทบทวนวรรณกรรมและการสังเกตการทำงานของพนักงานครีเอทีฟในบริษัทพบว่าแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานครีเอทีฟที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในบริษัทรับจัดงานอีเวนต์ สามารถสรุปเป็นคุณสมบัติดังนี้ **1) ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม** พนักงานครีเอทีฟควรมีความคิดริเริ่ม กล้าที่จะเสี่ยงและลองสิ่งใหม่ ๆ รวมถึงพัฒนาผลงานอย่างต่อเนื่อง **2) ความเป็นระเบียบและมีประสิทธิภาพ** พนักงานครีเอทีฟต้องบริหารเวลาและจัดการงานให้เสร็จตามกำหนดเวลา

จัดระเบียบเอกสารและเครื่องมือต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ความยืดหยุ่นและปรับตัว ต้องมีทักษะการทำงานเป็นทีม และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง 4) การสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่ พนักงานครีเอทีฟต้องเรียนรู้และนำสิ่งใหม่มาใช้กับงาน พร้อมแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 5) การมอบประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้า พนักงานครีเอทีฟต้องมีทักษะการบริการที่ดี สื่อสารชัดเจน และแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ ข้อ 2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

คุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟ	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
1. ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	4.80	0.40	มากที่สุด
2. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ	4.60	0.49	มากที่สุด
3. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	3.85	0.85	มาก
4. การสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่	4.10	0.99	มาก
5. การมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า	3.75	0.89	มาก
รวม	4.22	0.73	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินพบว่าโดยภาพรวม พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทุกข้ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมและด้านความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และ 4.60 ตามลำดับ ส่วนด้านการสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่ ด้านความยืดหยุ่นและการปรับตัว และด้านการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก จากข้อมูลแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละด้านที่ประเมิน ซึ่งสะท้อนถึงจุดเด่นและความหลากหลายของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม บางกลุ่มมีความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟที่โดดเด่นในบางด้าน จากตารางพบว่า ความคิดเห็นต่อด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดและส่วนเบี่ยงเบนน้อยที่สุด ในขณะที่ความคิดเห็นต่อด้านการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดและส่วนเบี่ยงเบนมากที่สุด แสดงถึงความหลากหลายและความไม่มั่นคงของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามลักษณะประชากรศาสตร์: เพศ

คุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟ	ชาย		หญิง		LGBTQ	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	5.00	0.00	4.75	0.45	4.50	0.71
2. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ	4.67	0.52	4.58	0.51	4.50	0.71
3. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	3.50	0.84	4.00	0.95	4.00	0.00
4. การสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่	4.17	1.17	4.17	1.03	3.50	0.71
5. การมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า	3.50	0.71	3.83	0.94	3.50	0.71
รวม	4.20	0.71	4.27	0.78	4.00	0.57

จากตารางที่ 2 เมื่อทำการพิจารณาเรื่องประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ อายุการทำงาน พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60 (12 คน) รองลงมาคือ เพศชาย ร้อยละ 30 (6 คน) และ LGBTQ ร้อยละ 10 (2 คน) ทุกกลุ่มเพศเห็นพ้องกันในระดับสูงที่สุดว่า พนักงานครีเอทีฟ จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องมีคุณสมบัติเรื่องความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และการทำงานให้เป็นระเบียบ เรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ พนักงานครีเอทีฟสามารถผลิตงานที่โดดเด่นและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ การมีความคิดสร้างสรรค์ช่วยให้ พนักงานสามารถคิดและพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณค่า นอกจากนี้ การทำงานให้ เป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพยังเป็นสิ่งจำเป็นในการจัดการเวลาและทรัพยากรอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถ ทำงานได้ตามกำหนดเวลาและคุณภาพที่ต้องการ จากผลการวิเคราะห์นี้ แสดงให้เห็นว่าพนักงานทุกเพศทุกวัยต่างมองเห็น ความสำคัญของคุณสมบัติทั้งสองด้านนี้ในการทำงานของพนักงานครีเอทีฟ ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการขององค์กรที่ ต้องการบุคลากรที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์และจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมาย และทิศทางขององค์กรในระยะยาว

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามลักษณะประชากรศาสตร์: อายุ

คุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟ	21--30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	4.57	0.53	4.86	0.38	5.00	0.00
2. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ	4.57	0.53	4.43	0.53	4.83	0.41
3. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	3.71	0.95	3.86	0.90	4.00	0.89
4. การสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่	4.29	0.95	4.29	0.95	3.67	1.21
5. การมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า	3.29	0.49	4.29	0.95	3.67	1.03
รวม	4.09	0.69	4.34	0.74	4.23	0.71

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 35 (7 คน) และ อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 35 (7 คน) และอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 30 (6 คน) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ให้ความสำคัญกับความสนใจในการสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่ ๆ รวมถึงการรู้จักคู่แข่งที่ระดับคะแนนมากที่สุด ในขณะที่ผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติเรื่องการสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ระดับคะแนนมากที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า คนที่มีอายุน้อยกว่า 40 ปี มักมีความกระตือรือร้นในการสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่ ๆ พวกเขามีความสนใจในการทดลองและปรับตัวกับสถานการณ์ที่ไม่คุ้นเคย และให้ความสำคัญกับการรู้จักคู่แข่งเพื่อพัฒนาตนเองและการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ความสนใจในด้านนี้ช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ดียิ่งขึ้น ส่วนผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มักมีประสบการณ์และความรู้ในการทำงานมากขึ้น จึงให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เนื่องจากพวกเขามองว่าเป็นปัจจัยที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานในระยะยาว ผลการวิเคราะห์นี้สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างในความต้องการของคุณสมบัติที่พนักงานในแต่ละช่วงอายุให้ความสำคัญ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับองค์กรในการวางแผนการพัฒนาบุคลากรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของพนักงานในแต่ละกลุ่มอายุ

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามลักษณะประชากรศาสตร์: ระดับการศึกษา

คุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟ	ป. ตรี		ป. โท	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	4.75	0.46	4.83	0.39
2. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ	4.50	0.53	4.67	0.49
3. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	3.50	0.76	4.08	0.90
4. การสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่	4.00	0.93	4.17	1.11
5. การมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า	3.50	0.76	3.92	1.00
รวม	4.05	0.69	4.33	0.78

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ร้อยละ 60 (12 คน) และปริญญาตรี ร้อยละ 40 (8 คน) ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท ให้ความสำคัญกับเรื่องการสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ระดับคะแนนมากที่สุด ส่วนผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับคุณสมบัติเรื่องการทำงานให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทมักมีความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการคิดวิเคราะห์และการวิจัย ซึ่งทำให้พวกเขามองว่าความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพนักงานครีเอทีฟ ความสามารถในการคิดนอกกรอบและการพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ เป็นปัจจัยที่ช่วยให้การทำงานของพวกเขามีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความแตกต่างในตลาดได้ ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมักให้ความสำคัญกับการทำงานให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากพวกเขามีพื้นฐานการเรียนรู้และมักได้รับมอบหมายการทำงานที่เน้นการปฏิบัติและการจัดการเวลาและทรัพยากรอย่างมีระบบ การทำงานอย่างเป็นระเบียบช่วยให้พวกเขาสามารถปฏิบัติงานได้ตามกำหนดเวลาและมาตรฐานที่ต้องการ ผลการวิเคราะห์นี้สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างในมุมมองและความสำคัญของคุณสมบัติที่พนักงานในแต่ละ

ระดับการศึกษาให้มีความสำคัญ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับองค์กรในการวางแผนการพัฒนาบุคลากรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของพนักงานในแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามลักษณะประชากรศาสตร์: อายุงาน

คุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟ	ต่ำกว่า 5 ปี		5-10 ปี		11-15 ปี		15-20 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D
1. ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	4.60	0.55	4.78	0.44	5.00	0.00	5.00	0.00
2. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ	4.60	0.55	4.44	0.53	5.00	0.00	4.67	0.58
3. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	4.20	0.84	3.44	0.73	4.33	1.15	4.00	1.00
4. การสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่	4.20	1.10	4.22	0.83	4.33	1.15	3.33	1.53
5. การมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า	3.60	0.89	3.67	0.87	4.33	1.15	3.67	1.15
รวม	4.24	0.78	4.11	0.68	4.60	0.69	4.13	0.85

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอายุงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุงาน 5-10 ปี ร้อยละ 45 (9 คน) รองลงมาคืออายุงานต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 25 (5 คน) และอายุงาน 11-15 ปี ร้อยละ 15 (3 คน) และอายุงาน 15-20 ปี ร้อยละ 15 (3 คน) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุงานระหว่าง 5-10 ปี ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟในการสร้างสรรค์และนวัตกรรมและการทำงานให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุงานระหว่าง 11-20 ปี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดกับคุณสมบัติเรื่องพนักงานครีเอทีฟต้องมุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในทุก ๆ จุดติดต่อในการสร้างสรรค์ผลงาน จะเกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด และพนักงานที่มีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องพนักงานครีเอทีฟควรมีคุณสมบัติเรื่องการสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่ในสถานการณ์ที่ไม่คุ้นเคย รู้จักคู่แข่ง จะเกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า พนักงานที่มีอายุงานระหว่าง 5-10 ปี มักมีประสบการณ์และทักษะในการทำงานที่เพียงพอที่จะสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในงาน และในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญในการทำงานให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถจัดการงานได้อย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพสูงสุด การให้ความสำคัญกับทั้งสองปัจจัยนี้ช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัวและพัฒนาตนเองในสายงานได้อย่างต่อเนื่อง สำหรับพนักงานที่มีอายุงานระหว่าง 11-20 ปี มีประสบการณ์ในการทำงานมากและเข้าใจถึงความสำคัญของการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในทุก ๆ จุดติดต่อ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจจากลูกค้า การให้ความสำคัญกับการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าช่วยให้พนักงานสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับลูกค้าได้ ในขณะที่พนักงานที่มีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี มักมีความกระตือรือร้นในการสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่ ๆ และต้องการรู้จักคู่แข่งเพื่อพัฒนาตนเอง การให้ความสำคัญกับการสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่ ๆ ช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัวและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ที่จำเป็นสำหรับการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคุณสมบัติที่พนักงานในแต่ละกลุ่มอายุงานให้ความสำคัญ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับองค์กรในการวางแผนการพัฒนาบุคลากรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของพนักงานในแต่ละกลุ่มอายุงาน

วัตถุประสงค์ ข้อ 3 เพื่อจัดทำแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้เป็นค่านิยมขององค์กรเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา และอายุงาน ผลการวิจัยได้นำไปสู่การพัฒนาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กร โดยใช้โมเดล "INDEX" ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญดังนี้

Innovative (I) – ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ค่านิยมนี้ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับมีโอกาสในการนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร เพื่อกระตุ้นการคิดนอกกรอบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีมูลค่า บริษัทควรจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ พร้อมทั้งสนับสนุนการสร้างทีมงานหรือหน่วยงานเฉพาะที่มีหน้าที่วิจัยและพัฒนาวัตกรรมที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้จริงในองค์กร

Neat (N) – การทำงานอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ การทำงานอย่างมีระเบียบจะช่วยให้การทำงานในองค์กรเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ การกำหนดขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจนและการใช้เครื่องมือที่เหมาะสม เช่น เทคโนโลยีในการจัดการงาน จะช่วยลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน บริษัทควรจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อพัฒนาทักษะการจัดการเวลาและการบริหารทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามกำหนดเวลา

Dynamic (D) – ความยืดหยุ่นและการปรับตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ การสนับสนุนความยืดหยุ่นในการทำงานจะช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างวัฒนธรรมที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลงและส่งเสริมการทำงานร่วมกันจะช่วยให้พนักงานสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างสร้างสรรค์ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการทำงานร่วมกันและฝึกฝนการแก้ปัญหาจะช่วยเสริมสร้างทักษะและความสามารถของพนักงานในการปรับตัวในสถานการณ์ที่ท้าทาย

Explorer (E) – การสำรวจและค้นหาลิขิตใหม่ ๆ การกระตุ้นให้พนักงานสนใจในการสำรวจสิ่งใหม่ ๆ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยการจัดโปรแกรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะในการสำรวจตลาดและคู่แข่ง จะช่วยให้พนักงานมีความรู้และทักษะที่ทันสมัยและสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมได้ดีขึ้น

Experience of Customer (X) – การมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า การให้ความสำคัญกับการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในทุกจุดสัมผัส (touchpoint) จะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า การสร้างมาตรฐานการบริการและการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารจะช่วยให้พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีในการติดตามและปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าจะช่วยเพิ่มคุณค่าและสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า

การนำโมเดล INDEX มาใช้ในองค์กรจะช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน โดยการผสมผสานคุณสมบัติหลักของโมเดลนี้ในกระบวนการทำงานประจำวัน ซึ่งจะส่งผลต่อทั้งพนักงานและองค์กรในระยะยาว ดังนี้ **Innovative** จะช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมการคิดนอกกรอบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ตลาดและลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น **Neat** จะทำให้การทำงานเป็นระเบียบและมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การทำงานในองค์กรเป็นไปอย่างราบรื่น **Dynamic** จะสร้างวัฒนธรรมที่สามารถปรับตัวได้เร็วและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้อย่างรวดเร็ว **Explorer** จะกระตุ้นให้พนักงานสนใจเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และพัฒนาองค์กรให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรม และ **Experience of Customer** จะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดยเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมาตรฐานการบริการและสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า เมื่อพนักงานตระหนักถึงแนวทางเหล่านี้ในการทำงานประจำวัน จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากขึ้น ซึ่งจะช่วยพัฒนาองค์กรในอุตสาหกรรมนี้

เวทีให้มีวัฒนธรรมที่เน้นการพัฒนาและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้องค์กรสามารถเติบโตและรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย จากการศึกษาคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟในบริษัทรับจัดงานอีเวนต์ และการสำรวจความคิดเห็นของพนักงาน พบว่าคุณสมบัติที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว การสำรวจและค้นหาสิ่งใหม่ ๆ และการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของพนักงานต่อคุณสมบัติทั้งห้านี้แสดงให้เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้รับการประเมินสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.80) ในขณะที่การมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าได้รับการประเมินต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 3.75) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในทุกกลุ่มเพศและช่วงอายุมองเห็นความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์และการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย ผลการวิจัยที่ระบุว่าความคิดสร้างสรรค์ และการทำงานอย่างเป็นระเบียบ เป็นคุณสมบัติสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานครีเอทีฟ สอดคล้องกับแนวคิดของ Amabile (2011) ซึ่งชี้ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นการพัฒนานวัตกรรมและช่วยให้พนักงานแก้ปัญหาเชิงซับซ้อนและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่า ในขณะเดียวกัน การทำงานอย่างเป็นระเบียบสนับสนุนมุมมองของ Schein (2017) ที่ระบุว่าวัฒนธรรมองค์กรที่มีกฎระเบียบชัดเจนช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ นอกจากนี้ความสามารถในการปรับตัวซึ่งเป็นคุณสมบัติเด่นอีกประการหนึ่ง ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotter (2012) ที่เน้นถึงความสำคัญของการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น อุตสาหกรรมอีเวนต์ ในมิติของการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ผลการวิจัยสนับสนุนแนวคิดของ Gentile et al. (2007) ซึ่งระบุว่า Customer Experience เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดยโมเดล INDEX ที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้ ซึ่งประกอบด้วย Innovative, Neat, Dynamic, Explorer, และ Experience of Customer สอดคล้องกับงานวิจัยของ Henriksen และ Mishra (2022) ที่วิเคราะห์บทบาทของความคิดสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง การสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ การศึกษา และอายุงาน พบว่ามีผลต่อความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานครีเอทีฟ ซึ่งเชื่อมโยงกับงานวิจัยของ Hofstede (2011) ที่ชี้ให้เห็นว่าลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมในที่ทำงาน การวิเคราะห์นี้ช่วยให้้องค์กรสามารถออกแบบนโยบายและกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับพนักงานในแต่ละกลุ่ม เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษานี้สามารถต่อยอดทั้งในเชิงวิชาการและการปฏิบัติ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาค่านิยมองค์กรที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมและกลุ่มพนักงาน การเชื่อมโยงแนวคิดจากงานวิจัยที่ทันสมัยช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความเป็นประโยชน์ของผลการวิจัยทั้งในระดับองค์กรและระดับอุตสาหกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ จากผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานครีเอทีฟและการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรมในบริษัทรับจัดงานอีเวนต์ สามารถนำไปสู่การพัฒนา นโยบายและแนวทางการปฏิบัติในเชิงปฏิบัติ ดังนี้

1. สำหรับการพัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงานเครือทีฟ บริษัทควรมีการพัฒนานโยบายการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษาที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนการพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์และการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและการพัฒนาผลงาน การกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจนจะช่วยเพิ่มขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน และส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ

2. สำหรับบริษัทบริหารจัดการงานอีเวนต์ บริษัทสามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการสนับสนุนการคิดสร้างสรรค์และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด การนำแนวทางการปฏิบัติงานที่ดีมาใช้จะช่วยให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น ซึ่งจะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการยอมรับในตลาดมากยิ่งขึ้น

3. สำหรับอุตสาหกรรม MICE และการท่องเที่ยว อุตสาหกรรม MICE และการท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาแนวทางการปฏิบัติที่ยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานและบริการเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ การพัฒนามาตรฐานการทำงานและการบริหารทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมนี้จะช่วยสร้างคุณค่าและความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ พร้อมทั้งสร้างมาตรฐานที่ชัดเจนสำหรับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

4. สำหรับการศึกษาด้านวิชาการ ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นกรณีศึกษาในวงการการศึกษาด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยนำข้อมูลจากการพัฒนาพนักงานเครือทีฟและวัฒนธรรมองค์กรมาใช้ในการสร้างฐานข้อมูลและแนวทางการศึกษา การพัฒนากรณีศึกษาเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ ในการจัดการองค์กรและการพัฒนาบุคลากร รวมถึงเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการวิจัยเพิ่มเติมในสาขาที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเพิ่มเติมถึงวิธีการที่การพัฒนาทักษะและการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเครือทีฟ รวมถึงการประเมินผลกระทบที่เกิดจากการบูรณาการแนวทางการปฏิบัติงานใหม่ในบริษัท การวิจัยนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงถึงความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และผลลัพธ์ขององค์กร และสามารถสร้างแนวทางในการปรับปรุงการทำงานในองค์กรได้ดีขึ้น

2. ศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แนวทางการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพในบริบทของอุตสาหกรรม MICE และการท่องเที่ยว เพื่อประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อการจัดการงานและการให้บริการ รวมถึงการพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อมาตรฐานและคุณภาพของการบริการในอุตสาหกรรมนี้ การวิจัยนี้จะช่วยในการสร้างมาตรฐานที่ดีขึ้นและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในตลาดการท่องเที่ยวและ MICE

References

- Allen, J. (2009). *Event planning: The ultimate guide to successful meetings, corporate events, fundraising galas, conferences, conventions, incentives and other special events*. John Wiley & Sons.
- Allen, J. (2009). *Confessions of an Event Planner: Case Studies from the Real World of Events--How to Handle the Unexpected and How to Be a Master of Discretion*. John Wiley & Sons.
- Amabile, T. (2011). *Componential theory of creativity* (pp. 538-559). Boston, MA: Harvard Business School.
- Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2022). *Events management: An introduction*. Routledge.
- Cervone, D., & Pervin, L. A. (2022). *Personality: Theory and research*. John Wiley & Sons.

- Dillman, D. A. (2014). *Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method*. Wiley.
- Dwyer, C. P., Hogan, M. J., & Stewart, I. (2014). An integrated critical thinking framework for the 21st century. *Thinking skills and Creativity*, 12, 43-52.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European management journal*, 25(5), 395-410.
- Gloor, P. A. (2006). *Swarm creativity: Competitive advantage through collaborative innovation networks*. Oxford University Press.
- Goldblatt, J., & Nelson, K. S. (2001). *The complete guide to modern event planning*. John Wiley & Sons.
- Heinzel, V., Georgiades, S., & Engstler, M. (2021). Corporate coworking—a catalyst for collaboration, creativity, and innovation. *The flexible workplace: coworking and other modern workplace transformations*, 81-96.
- Henriksen, D., & Mishra, P. (2022). *Creativity and digital learning: Perspectives on innovation in education*. Springer.
- Hofstede, G. (2011). *Cultural dimensions and workplace values*. McGraw-Hill.
- Kaufman, J. C., & Sternberg, R. J. (2006). *The international handbook of creativity*. Cambridge University Press.
- Keiningham, T., Aksoy, L., Bruce, H. L., Cadet, F., Clennell, N., Hodgkinson, I. R., & Kearney, T. (2020). Customer experience driven business model innovation. *Journal of Business Research*, 116, 431-440.
- Kolb, B. M. (2020). *Entrepreneurship for the creative and cultural industries*. Routledge.
- Kotter, J. (2012). *Leading Change*. Harvard Business Review Press.
- Lertkultanon, Y., Buddhabhumhitak, K. & Pimonsompong, C. (2024). The Development of Innovation Management to Enhance Customers' Service Values for Hotel Businesses in Thailand. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 19(1), 52-65.
- McColl-Kennedy, J. R., & Zaki, M. (2022). Measuring and managing customer experience (CX): What works and what doesn't. In *The Palgrave Handbook of Service Management* (pp. 729-744). Cham: Springer International Publishing.
- Sangnin, K., Srichaiya, U., & Awilai, N. (2023). The Factors of Service Innovation Affecting on Innovation Effectiveness and Organizational Performance of the Hotel Business in Prachuap Khiri Khan District. *Dusit Thani College Journal*, 17(2), 168-180.
- Sawyer, R. K., & Henriksen, D. (2024). *Explaining creativity: The science of human innovation*. Oxford university press.
- Schein, E. H. (2017). *Organizational Culture and Leadership* (5th ed.). Wiley.
- Kaufman, J. C., & Sternberg, R. J. (2006). *The International Handbook of Creativity*. Cambridge University Press.