พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร ที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

พูนเพิ่ม เสรีวิชยสวัสดิ์[1]

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยมีความต้องการบุคลากรอีกเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง บุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมนี้ จำเป็นต้องมีทักษะ ความรู้ความสามารถที่หลากหลาย เนื่องจากลักษณะงานในอุตสาหกรรมไมซ์เป็นงานที่มีความท้าทาย พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย จากการทบทวนวรรณกรรมและวิเคราะห์ผลงานวิชาการต่างๆ พบว่า บุคคลที่จะเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีการแสดงออกเชิงพฤติกรรมอย่างสร้างสรรค์ อันประกอบด้วย 1) เป็นตัวของตัวเอง 2) ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน ยอมรับในสิ่งที่ไม่แน่นอนและสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง 3) มีความมุ่งมั่น 4) มีความคิดอิสระ 5) มีอารมณ์ขัน 6) มีความยืดหยุ่น 7) ชอบทำสิ่งที่แปลกใหม่ 8) ช่างสงสัย ชอบตั้งคำถาม 9) มีนิสัยคิดหาคำตอบด้วยตนเอง 10) มีความฉับไวที่จะมองเห็นปัญหาได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน 11) กล้าคิด กล้าแสดงออก และ 12) มีความสามารถในการแก้ปัญหา

คำสำคัญ : 1. พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ 2. อุตสาหกรรมไมซ์

---

[1] อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยดุสิตธานี เลขที่ 1 ซอยแก่นทอง ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์ 08-1927-9696 อีเมล : taromania.ps@gmail.com

Creative behavior of staff which is critical to Thailand's MICE industry

Poonperm Serivichayaswadi[2]

Abstract

MICE Industry in Thailand requires more human resources in order to support the continuous growth of the industry. Staff in this industry requires skills and versatility due to the challenges in MICE Industry. Creative behavior plays an important role in Thailand's MICE Industry. Thus, staff in this industry has to adopt creative behaviors which consist of 1) Self-reliance, 2) Complexity favor, 3) Determination, 4) Freedom of mind, 5) Sense of humor, 6) Flexibility, 7) Being a neophile, 8) Being Skeptical, 9) Self-problem solving, 10) Being able to quickly detect and clarify problem, 11) Self-confident, and 12) Being able to solve problems.

Keywords: 1. Creative behavior 2. MICE industry

[2] Instructor, Business Administration Office, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani College, Bangkok, Thailand. Tel. 08-1927-9696 Email address: taromania.ps@gmail.com

บทนำ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตมากขึ้น การเคลื่อนที่ของเงินทุน แรงงาน จะทำให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สามารถดึงดูดนักลงทุนได้จากทั่วทุกมุมโลก จากรายงานของ IPK's Asian Travel Monitor พบว่า ในปี พ.ศ. 2558 ส่วนแบ่งตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์คิดเป็นสัดส่วน 54% ของตลาดการเดินทางเพื่อธุรกิจโดยรวม ซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งในส่วนของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีอัตราการเติบโต 61% การประชุมนานาชาติ (conventions) มีอัตราการเติบโต 44% และการประชุม (conferences) มีอัตราการเติบโต 27% โดยเป็นยอดสะสมนับตั้งแต่ปี 2552 (Kind, 2015) นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ 4P คือ Public-Private-People-Partnership ซึ่งเป็นโครงสร้างการบริหารความร่วมมือในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ตามกลยุทธ์การตลาดธุรกิจไมซ์แห่งอาเซียนที่เน้นการดำเนินงานด้านส่งเสริมตลาด การพัฒนาด้านข้อมูล การตลาด และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ระหว่างหน่วยงานภาคีอุตสาหกรรมไมซ์ระดับอาเซียน โดยนำมาประยุกต์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดไมซ์ของไทยในปี พ.ศ. 2558 (Thailand Convention & Exhibition Bureau, 2015) อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรที่จะมาทำงานทางด้านนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งจะเห็นได้จากการจัดงานเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ทั้งในภาพรวมและความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมไปถึงการสรรหาบุคลากรเข้ามาทำงานให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง

คุณลักษณะของบุคลากรที่องค์การส่วนใหญ่ต้องการ ต้องมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญในงานที่ตนเองได้รับมอบหมายให้ดำเนินการ รวมไปถึงการแสดงออกเชิงพฤติกรรมอย่างเหมาะสมในการทำงาน สิ่งหนึ่งที่เป็นหัวใจสำคัญ คือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (creative behavior) ซึ่งเป็นพฤติกรรมสำคัญพฤติกรรมหนึ่งที่องค์การต้องการให้เกิดขึ้นในตัวของบุคลากรทุกคน และจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การ หากองค์การมีบุคลากรที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นจำนวนมาก นั่นหมายถึงองค์การย่อมมีโอกาสในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้มากขึ้นตามไปด้วย จากงานวิจัยเรื่องตัวแบบการจัดการองค์การ

เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Taweekiat Prapluettrakul & Yuwat Wuttimethee, 2011) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การกับปัจจัยที่เป็นตัวแบบการจัดการองค์การทั้ง 9 ปัจจัย ได้แก่ 1) ผู้นำ 2) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ 3) ผลิตภัณฑ์ 4) เทคโนโลยี 5) บุคลากร 6) การจัดการความรู้ 7) การสื่อสาร 8) วัฒนธรรมองค์การ และ 9) ภาพลักษณ์องค์การ ผลที่ได้ส่วนหนึ่งพบว่า การสร้างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ในอุตสาหกรรมไมซ์ก็เป็นเช่นเดียวกัน ลักษณะงานของอุตสาหกรรมไมซ์เป็นงานที่ค่อนข้างมีความท้าทาย คนที่จะเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมนี้ต้องมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญในงาน การบูรณาการความรู้ต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน รวมไปถึงการแสดงออกเชิงพฤติกรรมอย่างเหมาะสมด้วย ดังนั้น พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นพฤติกรรมที่บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ควรให้ความสำคัญ

บทความนี้จึงต้องการนำเสนอองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ เป็นที่ต้องการในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ผ่านจุดเริ่มต้นของการพัฒนาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรแต่ละคน แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากบริบทของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ รวมไปถึงคุณลักษณะพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

ความคิดสร้างสรรค์จุดเริ่มต้นของการพัฒนาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (creative behavior) เป็นพฤติกรรมสำคัญพฤติกรรมหนึ่งที่องค์กรส่วนใหญ่ต้องการให้เกิดขึ้นในตัวของบุคลากร และจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร การสร้างให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้น มาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรแต่ละคน Feist (1998) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) ของมนุษย์เป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาได้ และเป็นทักษะที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทุกคน หากได้รับการส่งเสริมหรือกระตุ้นให้แสดงออกได้อย่างเหมาะสม (Woodman, Sawyer, & Griffin, 1993; Oldham & Cummings, 1996) และจะนำมาซึ่งการแสดงออกเชิงพฤติกรรมอย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์จึงเกิดจากการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ตามแนวคิดของ Amabile (1998) ที่กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ เกิดจากการพัฒนาองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) พื้นฐานความรู้ความชำนาญ (expertise) 2) ทักษะ

การคิดอย่างสร้างสรรค์ (creative thinking skill) และ 3) แรงจูงใจ (motivation) โดยพื้นฐานความรู้ความชำนาญ เกิดจากการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจนเกิดเป็นความรอบรู้ในเรื่องนั้นเป็นอย่างดี และกลายเป็นทักษะเฉพาะตัวที่สามารถตอบสนองต่อการดำเนินงานได้ และกลายเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อการดำเนินงาน ส่วนทักษะการคิดอย่างสร้างสรรค์นั้น เป็นการนำพื้นฐานความรู้ความชำนาญมาสร้างกรอบปรับเปลี่ยนแนวความคิดอย่างเป็นระบบ และนำไปประยุกต์ใช้ได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อใช้แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทักษะนี้มักจะได้รับการพัฒนามาจากบุคลิกภาพ ประสบการณ์ และแนวทางการดำเนินชีวิตของบุคลากรแต่ละคน ส่วนแรงจูงใจ เป็นแรงที่ใช้ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไปประกอบด้วยแรงจูงใจภายนอก (extrinsic motivation) ได้แก่ ผลตอบแทนในรูปของเงิน สวัสดิการ โบนัส การเลื่อนตำแหน่ง และแรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) ได้แก่ ความปรารถนาอันแรงกล้า ภารกิจที่ท้าทายความสามารถ ความรู้สึกยินดีมีสุขที่ได้ดำเนินงาน รวมไปถึงความสนใจใฝ่รู้อย่างต่อเนื่องด้วย ซึ่ง Amabile (1998) กล่าวว่า แรงจูงใจภายนอกไม่สามารถจูงใจให้บุคลากรทำงานได้เสมอไป เมื่อบุคลากรรู้สึกถึงการถูกควบคุมจากองค์กร แต่แรงจูงใจภายในมีอิทธิพลที่สามารถกระตุ้นให้บุคลากรทำงาน เกิดความคิดสร้างสรรค์ และสามารถกำหนดพฤติกรรมการทำงานได้มากกว่า ซึ่งแรงจูงใจภายในนี้อาจเกิดจากภายในตัวบุคคลหรือเกิดจากการส่งเสริมโดยองค์กรก็ได้

จากแนวคิดของความคิดสร้างสรรค์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นทักษะที่มีในตัวบุคลากรทุกคน และสามารถที่จะพัฒนาให้สูงขึ้นได้ โดยอาศัยการเรียนรู้ และบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ ซึ่งองค์การสามารถสร้างบรรยากาศเหล่านี้ได้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้ตามแนวทางขององค์กรแห่งการเรียนรู้ (learning organization) ด้วยการสร้างและพัฒนาให้เกิดแรงจูงใจจากภายใน และนำไปสู่พฤติกรรมการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ต่อไป

นิยามของความคิดสร้างสรรค์

จุดเริ่มต้นของการพัฒนาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ เรื่องที่ควรคำนึงถึงเป็นลำดับแรก คือ ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในตัวบุคลากรแต่ละคน Chae, Seo, and Lee (2015) ได้รวบรวมคำนิยามของความคิดสร้างสรรค์ จากมุมมองของนักวิชาการหลายๆ ท่าน ไว้ดังนี้

Amabile (1996) และ Drazin, Glynn, and Kazanjian (1999) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือ กระบวนการที่ใช้สร้างผลลัพธ์ทางนวัตกรรม

Barron (1988) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือ ความสามารถในการผลิตงานที่มีประโยชน์และเป็นต้นฉบับ

Amabile, Barsade, Mueller, and Staw (2005) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีประโยชน์เชิงแนวคิดและวิธีการแก้ไขปัญหา

Woodman et al. (1993) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือ การสร้างผลิตภัณฑ์ บริการ แนวความคิด กระบวนการ หรือขั้นตอนใหม่ ที่แต่ละคนสร้างขึ้นจากการทำงานร่วมกันในระบบสังคมที่ซับซ้อน

จากคำนิยามของความคิดสร้างสรรค์ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถที่แสดงออกผ่านกระบวนการคิด เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่เป็นนวัตกรรมที่มีประโยชน์ และนำไปใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างเป็นขั้นตอน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

Department of Curriculum and Instruction Development (2001, pp. 6-7) ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของนักจิตวิทยาหลายๆ ท่าน โดย Davis (1983) กล่าวถึงทฤษฎีของความคิดสร้างสรรค์ว่า สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงจิตวิเคราะห์ : นักจิตวิทยาทางจิตวิเคราะห์ เช่น Sigmund Freud และ Kris ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเกิดความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นผลมาจากความขัดแย้งภายในจิตใต้สำนึกระหว่างแรงขับทางเพศ (libido) กับความรู้สึกรับผิดชอบทางสังคม (social conscience) ส่วน Kubie และ Rugg ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาแนวใหม่ กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นเกิดขึ้นระหว่างการรู้สติกับจิตใต้สำนึก ซึ่งอยู่ในขอบเขตของจิตส่วนที่เรียกว่า จิตก่อนสำนึก

2. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงพฤติกรรมนิยม : นักจิตวิทยากลุ่มนี้มีแนวความคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ โดยเน้นที่ความสำคัญของการเสริมแรง การตอบสนองที่ถูกต้องกับสิ่งเร้าเฉพาะหรือสถานการณ์ นอกจากนี้ยังเน้นความสัมพันธ์ทางปัญญา คือ การโยงความสัมพันธ์จากสิ่งเร้าหนึ่งไปยังสิ่งเร้าต่างๆ ทำให้เกิดความคิดใหม่ หรือสิ่งใหม่เกิดขึ้น

3. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงมานุษยนิยม : นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีแนวคิดว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มนุษย์มีติดตัวมาตั้งแต่เกิด ผู้ที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ออกมาใช้ได้ คือ ผู้ที่มีสัจการแห่งตน คือรู้จักตนเอง พอใจตนเอง และใช้ตนเองเต็มตามศักยภาพของตน มนุษย์จะสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองมาได้อย่างเต็มที่นั้น ขึ้นอยู่กับการสร้างสภาวะหรือบรรยากาศที่เอื้ออำนวย นักจิตวิทยากลุ่มนี้ได้กล่าวถึงบรรยากาศที่สำคัญในการสร้างสรรค์ว่า ประกอบด้วยความปลอดภัยในเชิงจิตวิทยา ความมั่นคงของจิตใจ ความปรารถนาที่จะเล่นกับความคิด และการเปิดกว้างที่จะรับประสบการณ์ใหม่

4. ทฤษฎีอูต้า (AUTA) : ทฤษฎีนี้เป็นรูปแบบของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคล โดยมีแนวคิดว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นมีอยู่ในมนุษย์ทุกคน และสามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้ การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ตามรูปแบบอูต้า (AUTA) ประกอบด้วย

4.1 การตระหนัก (awareness) คือ ตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อตนเองและสังคม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และตระหนักถึงความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตนเองด้วย

4.2 ความเข้าใจ (understanding) คือ มีความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

4.3 เทคนิควิธี (techniques) คือ การรู้เทคนิคในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทั้งที่เป็นเทคนิคส่วนบุคคล และเทคนิคที่เป็นมาตรฐาน

4.4 การตระหนักในความจริงของสิ่งต่างๆ (actualization) คือ การตระหนักในตนเอง พอใจในตนเอง และพยายามใช้ตนเองอย่างเต็มศักยภาพ รวมทั้งการเปิดกว้างรับประสบการณ์ต่างๆ มีการปรับตัวได้อย่างเหมาะสม การตระหนักถึงเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การผลิตผลงานด้วยตนเอง และมีความคิดที่ยืดหยุ่นเข้ากับทุกรูปแบบของชีวิต

ตามทฤษฎีอูต้าทั้ง 4 องค์ประกอบนี้ จะเป็นตัวผลักดันให้บุคลากรสามารถดึงศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองออกมาใช้ได้ และสามารถแสดงออกเป็นพฤติกรรมต่างๆ ตามความต้องการของแต่ละบุคคล และนำไปสู่พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่องค์การต้องการได้

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

นิยามของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

จากมุมมองของนักวิชาการหลายๆ ท่าน สามารถสรุปนิยามของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ได้ ดังนี้

Pryor, Haag, and O'Reily (1969) กล่าวว่า ในสัตว์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง อะไรบางอย่างที่มีความอ่อนแอ ซึ่งถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่ได้เกิดขึ้นในกิจกรรมตามปกติของสายพันธุ์ที่ได้รับ

Razik (1976) กล่าวว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การตอบสนองที่ไม่ซ้ำกัน หรือรูปแบบของการตอบสนองต่อการกระตุ้นการจำแนกทั้งภายในหรือภายนอก

Gero (1992) กล่าวว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง พฤติกรรมที่ได้รับการออกแบบอย่างมีเป้าหมายของระบบที่ประสบความสำเร็จ มีความเป็นอิสระดำเนินการเชิงรุก และสามารถที่จะหาแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์จะส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์ เช่น เป็นที่สนใจของนักออกแบบเพื่อการพัฒนาเครื่องมือการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวคิดนี้ได้รับการยืนยันโดย Saunders and Gero (2001)

Buddhawitheeborihan (2005) กล่าวว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ของพฤติกรรมเชิงบวก เพื่อความถูกต้อง เหมาะสม ให้เกียรติ ตามกาลเทศะ สุภาพเรียบร้อย มีปิยวาจา มีเมตตาธรรม โดยที่มีสิทธิปกป้องสิทธิของตน

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง พฤติกรรมเชิงบวกที่แสดงออกอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งได้รับการออกแบบอย่างมีเป้าหมาย มีความเป็นอิสระ เป็นพฤติกรรมเชิงรุกที่แสวงหาแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน มีรูปแบบการตอบสนองที่ไม่ซ้ำกัน โดยมีสิทธิปกป้องสิทธิของตนได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ให้เกียรติ ตามกาลเทศะ สุภาพเรียบร้อย โดยใช้วาจาอ่อนหวาน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (creative behavior theory)

จากคำนิยามของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ จะมุ่งเน้นไปที่ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสร้างพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Maher, Merrick, & Saunders, 2007; Gorney, 2007) ซึ่งทฤษฎีส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก ซึ่งในช่วงต้นของทศวรรษ 1900 (Freud, 1900) อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการของการลดความตึงเครียดระหว่างแรงขับเคลื่อนทางด้านชีววิทยา บรรทัดฐานทางสังคม และข้อจำกัด แต่ในทางตรงข้าม Maslow (1968) อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์เกิดจากแรงบันดาลใจจากความต้องการทางปัญญาของสิ่งที่เกิดขึ้นจริง เป็นกระบวนการของการเกิดขึ้นเองที่แสดงออกโดยบุคคลที่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการทางชีวภาพอย่างพึงพอใจ และจากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นการแสดงออกเชิงพฤติกรรมของความคิดสร้างสรรค์ในตัวบุคคล ที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกในการดำเนินงานอย่างสร้างสรรค์

Kirton (1994) แบ่งกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว (adaptive creative behavior) และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม (innovative creative behavior) โดยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์แบบไดนามิคระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อมที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอด ส่วนพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม อธิบายถึงความคิดเกี่ยวกับการค้นหาความพึงพอใจทางปัญญาของแต่ละคน ความหมาย (Storr, 1989) หรือการตระหนักในความจริงของตนเอง (Maslow, 1968)

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นถึงการแสดงออกทางพฤติกรรมเชิงบวกที่เหมาะสม และสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม ซึ่งในบทความนี้ มุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของการดำเนินงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยต่อไป

ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

นักวิชาการหลายๆ ท่าน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และพฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ ดังนี้

Somsak Phuwiphadawat (2001, p. 25) กล่าวสรุปไว้ว่า ลักษณะของคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ จะมีพฤติกรรมการแสดงออกเป็นตัวของตัวเอง ทนต่อความสับสนได้ดี มีความมุ่งมั่น มีความคิดอิสระ มีอารมณ์ขัน มีความยืดหยุ่น มักจะใช้สามัญสำนึกมากกว่าการใช้เหตุผล มีบุคลิกขี้เล่น เป็นคนแปลกในสายตาของสังคม และไม่เหมือนใคร

Pranee Surasith (2006, pp. 51-58) กล่าวสรุปไว้ว่า ลักษณะของบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ จะมีพฤติกรรมดังนี้ 1) เป็นตัวของตัวเอง มีความคิดอิสระ ไม่ชอบตามอย่างใคร ไม่ยอมคล้อยตามความคิดเห็นของคนอื่นอย่างง่ายดาย กล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็น ชอบคลุกคลีในสังคม ถือตัวเองเป็นศูนย์กลาง 2) รักที่จะก้าวไปข้างหน้า เต็มใจทำงานหนัก อุทิศเวลาให้งาน มีความมานะบากบั่นที่จะทำงานยากและซับซ้อนให้สำเร็จจนได้ ไม่หลีกเลี่ยงการเปิดรับประสบการณ์ มีประสบการณ์อย่างกว้างขวาง มีความเต็มใจเสี่ยง อยากรู้อยากเห็น ตื่นตัวที่จะรับรู้ตลอดเวลา กระตือรือร้น ขยันหมั่นเพียร มีแรงจูงใจสูง มีแนวคิดเป็นของตนเองสูง 3) ไวต่อปัญหา รับรู้ง่าย มองการณ์ไกล มีความสามารถในการคิดหลายแง่มุม มีความสามารถในการแก้ปัญหา ใช้ความคิดได้อย่างคล่องแคล่ว มีความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงวิธีเก่ามาสู่แนวใหม่หรือวิธีการใหม่ ช่างสงสัย และมีนิสัยที่จะคิดหาคำตอบ 4) มีความสามารถในการใช้สมาธิ มีความสามารถในการพินิจพิเคราะห์อย่างถี่ถ้วน 5) มีความคิดริเริ่ม ชอบคิด ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อนและแปลกใหม่ ชอบความยุ่งยาก ซับซ้อน และสามารถใช้คำถามซักถามสิ่งที่ต้องการจะรู้ 6) ยอมรับในสิ่งที่ไม่แน่นอน และสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง อดทนต่อสิ่งที่ยังไม่แน่ชัด ไม่ขลาดกลัวต่อสิ่งที่ยังไม่ทราบ สิ่งที่ลึกลับและน่าสงสัย กลับรู้สึกถึงความพอใจและตื่นเต้นที่จะเผชิญกับสิ่งเหล่านั้น 7) มีความอดทนต่อความไม่เป็นระเบียบ ไม่ชอบทำตามระเบียบหรือกฎเกณฑ์ ไม่ค่อยมีความสม่ำเสมอ และไม่ชอบถูกบังคับ และ 8) มีอารมณ์ขัน ชอบคิดเล่นไปเรื่อยๆ มีจินตนาการ

Pradap Jansuksri (2008, p. 3) สรุปแนวคิดของ Torrance ที่อธิบายถึงลักษณะบุคคลที่มีความคิดริเริ่มที่ดีและมีความคิดสร้างสรรค์ว่า มักจะมีพฤติกรรมชอบการตั้งคำถาม ซักถาม นิยมวิธีการแสวงหาการทดลอง และต้องการที่จะค้นพบความจริง พยายามหาหนทางที่จะค้นพบความจริงหรือคำตอบด้วยตนเอง และแนวคิดของ Guilford ที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของบุคคลที่มีความคิดเป็นนักคิด และคิดอย่างสร้างสรรค์ว่า มีพฤติกรรมที่มีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา มองเห็นปัญหาได้รวดเร็ว ชัดเจน มีความว่องไว สามารถเปลี่ยนแปลงความคิด รับความคิดใหม่ๆ มาพิจารณาได้ง่าย สามารถสร้างความคิด และแสดงความคิดเห็นใหม่ๆ ได้เสมอ และนำความคิดมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล สามารถแสดงออกได้ในเชิงพฤติกรรมต่างๆ และพฤติกรรมที่แสดงออกจะเป็นพฤติกรรมเชิงบวกที่กล่าวได้ว่า พฤติกรรมเหล่านี้เป็นพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่องค์การต้องการให้บุคลากรของตนเองแสดงพฤติกรรมเหล่านี้ในการทำงาน ผู้เขียนจัดกลุ่มพฤติกรรมที่เป็นประเด็นเดียวกันไว้ด้วยกัน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของนักวิชาการแต่ละท่าน

Somsak Phuwiphadawat (2001, p. 25)	**Pranee Surasith (2006, pp. 51-58)**	**Pradap Jansuksri (2008, p. 22)**	**Torrance**	**Guilford**
- เป็นตัวของตัวเอง	- เป็นตัวของตัวเอง - มีแนวคิดเป็นของตนเองสูง	- เป็นตัวของตัวเอง	-	-
- ทนต่อความสับสนได้ดี	- ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน - ยอมรับในสิ่งที่ไม่แน่นอนและสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง - อดทนต่อสิ่งที่ยังไม่แน่ชัด	- ยอมรับความคิดเห็นแปลกใหม่ที่ซับซ้อน	-	-
- มีความมุ่งมั่น	- มีความสามารถในการใช้สมาธิ	- มีสมาธิในการอ่าน	-	-

ตารางที่ 1 สรุปพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของนักวิชาการแต่ละท่าน (ต่อ)

Somsak Phuwiphadawat (2001, p. 25)	**Pranee Surasith (2006, pp. 51-58)**	**Pradap Jansuksri (2008, p. 22)**	**Torrance**	**Guilford**
- มีความคิดอิสระ	- มีความคิดอิสระ - มีความคิดริเริ่ม - ไม่ชอบตามใคร - ไม่คล้อยตามความคิดเห็นของคนอื่นง่าย	- เสนอความคิดแปลกใหม่ - มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ - ชอบสร้างความแตกต่างในผลงาน	-	-
- มีอารมณ์ขัน มีบุคลิกขี้เล่น	- มีอารมณ์ขัน - ชอบคิดเล่นไปเรื่อยๆ - มีจินตนาการ	- ชอบจินตนาการ	-	-
- มีความยืดหยุ่น	- มีความยืดหยุ่นพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงวิธีเก่ามาสู่แนวใหม่หรือวิธีการใหม่	- แสดงแนวความคิดที่ทันสมัย - เสนอความคิดเห็นเพิ่มเติมแนวสร้างสรรค์	-	- เปลี่ยนแปลงความคิด - รับความคิดใหม่ๆ มาพิจารณาได้ง่าย
- ใช้สามัญสำนึกมากกว่าเหตุผล	-	-	-	-
- เป็นคนแปลกในสายตาสังคมและไม่เหมือนใคร	- ชอบทำสิ่งที่แปลกใหม่	- ชอบสร้างความแตกต่าง	-	-
-	- ช่างสงสัย - ซักถามสิ่งที่ต้องการจะรู้	- ตั้งคำถาม/ถ่ายทอดออกมาผ่านการเขียนอย่างสร้างสรรค์	- ชอบตั้งคำถาม - ซักถาม	-

ตารางที่ 1 สรุปพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของนักวิชาการแต่ละท่าน (ต่อ)

Somsak Phuwiphadawat (2001, p. 25)	Pranee Surasith (2006, pp. 51-58)	Pradap Jansuksri (2008, p. 22)	Torrance	Guilford
-	- มีนิสัยคิดหาคำตอบ	- พิจารณาความสัมพันธ์ของงานต่างๆ	- แสวงหาการทดลอง - ต้องการค้นพบความจริง - พยายามหาหนทางที่จะค้นพบคำตอบด้วยตนเอง	-
-	- ไวต่อปัญหา - รับรู้ง่าย	- รับรู้ปัญหาได้ดีจากการอ่าน	-	- มีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา - มองเห็นปัญหาได้รวดเร็วและชัดเจน
-	- กล้าคิดกล้าแสดงออก - ชอบแสดงความคิดเห็น	- แสดงแนวความคิดที่ทันสมัย	-	- สร้างความคิด - แสดงความคิดเห็นใหม่เสมอ
-	- มีความสามารถในการแก้ปัญหา	- แก้ปัญหาได้ดี	-	- นำความคิดมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น
-	- ชอบคลุกคลีในสังคม	-	-	
-	- ถือตัวเองเป็นศูนย์กลาง	-	-	-

ตารางที่ 1 สรุปพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของนักวิชาการแต่ละท่าน (ต่อ)

Somsak Phuwiphadawat (2001, p. 25)	**Pranee Surasith (2006, pp. 51-58)**	**Pradap Jansuksri (2008, p. 22)**	**Torrance**	**Guilford**
-	- รักที่จะก้าวไปข้างหน้า	-	-	-
	- เต็มใจทำงานหนัก - อุทิศเวลาให้งาน			
-	- มีความมานะบากบั่นที่จะทำงานยากและซับซ้อนให้สำเร็จ	-	-	-
-	- ไม่หลีกเลี่ยงการเปิดรับประสบการณ์ - มีประสบการณ์อย่างกว้างขวาง	-	-	-
--	- เต็มใจเสี่ยง	-	-	-
-	- อยากรู้อยากเห็น - ตื่นตัวที่จะรับรู้ตลอดเวลา	-	-	-
-	- กระตือรือร้น - ขยันหมั่นเพียร	-	-	-
-	- มองการณ์ไกล	-	-	-
-	- มีความคิดหลายแง่มุม	-	-	-
-	- ใช้ความคิดได้อย่างคล่องแคล่ว	-	-	-
-	- มีความสามารถในการพินิจพิเคราะห์อย่างถี่ถ้วน	-	-	-

ตารางที่ 1 สรุปพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของนักวิชาการแต่ละท่าน (ต่อ)

Somsak Phuwiphadawat (2001, p. 25)	Pranee Surasith (2006, pp. 51-58)	Pradap Jansuksri (2008, p. 22)	Torrance	Guilford
-	- มีความสามารถในการพินิจพิเคราะห์อย่างถี่ถ้วน	-	-	-
-	- พอใจและตื่นเต้นกับการเผชิญสิ่งที่ลึกลับและน่าสงสัย	-	-	-
-	- อดทนต่อความไม่เป็นระเบียบ	-	-	-
-	- ไม่ชอบทำตามระเบียบหรือกฎเกณฑ์	-	-	-
-	- ไม่ค่อยมีความสม่ำเสมอ	-	-	-
-	- ไม่ชอบถูกบังคับ	-	-	-
-	- ไม่ขลาดกลัวสิ่งที่ยังไม่รู้	-	-	-
-	-	- จัดลำดับความสำคัญของงานก่อนหลัง	-	-
-	-	- สร้างคุณค่าให้กับสิ่งที่ทำ	-	-

จากตารางที่ 1 หากพิจารณาจากการกล่าวถึงในประเด็นเดียวกันของนักวิชาการตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป เพื่อสรุปพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสำคัญ พบว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่นักวิชาการเห็นพ้องต้องกันว่ามีความสำคัญ มี 12 พฤติกรรม คือ 1) เป็นตัวของตัวเอง 2) ทนต่อความสับสน ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน ยอมรับในสิ่งที่

ไม่แน่นอนและสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง 3) มีความมุ่งมั่น มีความสามารถในการใช้สมาธิ 4) มีความคิดอิสระ ไม่ชอบตามอย่างใคร ไม่คล้องตามความคิดเห็นของคนอื่นง่าย 5) มีอารมณ์ขัน ขี้เล่น ชอบคิดเล่นไปเรื่อยๆ 6) มีความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงในเรื่องความคิดและวิธีการทำงาน รับความคิดใหม่มาพิจารณาง่าย 7) ชอบทำสิ่งที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใครในสังคม 8) ช่างสงสัย ชอบตั้งคำถาม และซักถามในสิ่งที่ต้องการรู้ 9) มีนิสัยคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง 10) มีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา มองเห็นปัญหาได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน 11) กล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่เสมอ และ 12) มีความสามารถในการแก้ปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 12 พฤติกรรมข้างต้น สามารถจัดกลุ่มเป็นพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม ตามแนวคิดของ Kirton (1994) ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัวและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมตามแนวคิดของ Kirton (1994)

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว (adaptive creative behavior)	**พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม (innovative creative behavior)**
- เป็นตัวของตัวเอง	- มีความคิดอิสระ ไม่ชอบตามอย่างใคร ไม่คล้อยตามความคิดเห็นของคนอื่นง่าย
- ทนต่อความสับสน ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน ยอมรับในสิ่งที่ไม่แน่นอน และสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง	- มีอารมณ์ขัน ขี้เล่น ชอบคิดเล่นไปเรื่อยๆ ช่างจินตนาการ
- มีความมุ่งมั่น มีความสามารถในการใช้สมาธิ	- ชอบทำสิ่งที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใครในสังคม
- มีความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดและวิธีการทำงาน รับความคิดใหม่มาพิจารณาง่าย	- ช่างสงสัย ชอบตั้งคำถาม และซักถามในสิ่งที่อยากรู้
- มีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา มองเห็นปัญหาได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน	- มีนิสัยคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง
- มีความสามารถในการแก้ปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น	- กล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่เสมอ

จากตารางที่ 2 สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัวมีพฤติกรรมสำคัญ 6 พฤติกรรม คือ 1) เป็นตัวของตัวเอง 2) ทนต่อความสับสน ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน ยอมรับในสิ่งที่ไม่แน่นอน และสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง 3) มีความมุ่งมั่น

มีความสามารถในการใช้สมาธิ 4) มีความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงในเรื่องความคิดและวิธีการทำงาน รับความคิดใหม่มาพิจารณาง่าย 5) มีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา มองเห็นปัญหาได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน และ 6) มีความสามารถในการแก้ปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ส่วนพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม มีพฤติกรรมสำคัญ 6 พฤติกรรมเช่นเดียวกัน คือ 1) มีความคิดอิสระ ไม่ชอบตามอย่างใคร ไม่คล้อยตามความคิดเห็นของคนอื่นง่าย 2) มีอารมณ์ขัน ขี้เล่น ชอบคิดเล่นไปเรื่อยๆ 3) ชอบทำสิ่งที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใครในสังคม 4) ช่างสงสัย ชอบตั้งคำถาม และซักถามในสิ่งที่ต้องการรู้ 5) มีนิสัยคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง และ 6) กล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่เสมอ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE industry) อุตสาหกรรมที่น่าจับตามอง

ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมไมซ์

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE industry) ประกอบด้วย 4 อุตสาหกรรมหลัก คือ 1) อุตสาหกรรมการจัดประชุม (M: Meeting) หมายถึง การจัดประชุมขององค์กรต่างๆ 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (I: Incentives) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นหมู่คณะ โดยองค์กรเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวให้ เพื่อเป็นรางวัลให้แก่บุคลากรที่ทำงานได้บรรลุตามเป้าหมาย เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร 3) อุตสาหกรรมการจัดประชุมนานาชาติ (C: Conventions) หมายถึง การจัดการประชุมขนาดใหญ่ มีผู้เข้าร่วมการประชุมจากหลากหลายประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานประชุมของกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน และ 4) อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า (E: Exhibitions) หมายถึง การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ซึ่งเกิดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งอาจจัดโดยผู้จัดงานชาวไทย หรือผู้จัดงานจากต่างประเทศก็ได้ (Nipat Tantisilapanon, 2013)

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลตลอดมา โดยได้ก่อตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ขึ้น เมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2545 สสปน. เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา และได้เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย เพื่อให้ประเทศไทยเป็นมีความสำคัญในฐานะประเทศเป้าหมายในการจัดงานไมซ์ในระดับโลก

หากพิจารณาในมุมมองของอุตสาหกรรมการจัดประชุมและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแล้ว จะเห็นว่า อุตสาหกรรมไมซ์มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด เนื่องจาก ในการจัดงานประชุม ผู้เข้าร่วมประชุมจะมีเวลาว่างหลังจากการประชุมสิ้นสุดลงในแต่ละวัน ซึ่งสามารถใช้เวลาไปกับการท่องเที่ยวได้เหมือนกับการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล องค์กรมักจะเลือกประเทศที่มีความน่าสนใจและน่าดึงดูดในเชิงสถานที่ท่องเที่ยวและพักผ่อน ซึ่งประเทศไทยก็มีสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่เป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการจัดกิจกรรมเหล่านี้ด้วยเช่นกัน

อุตสาหกรรมไมซ์ยังขาดทรัพยากรบุคคลอีกเป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองต่อการดำเนินธุรกิจที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากการที่ทีเส็บ (TCEB) ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกับมหาวิทยาลัยศิลปากรและหน่วยงานต่างๆ ทางด้านการจัดงานไมซ์ ร่วมจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี 3 หลักสูตร เช่น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเวนต์ เป็นต้น เพื่อเร่งผลิตบุคลากรไมซ์รองรับการเติบโตอุตสาหกรรมในอนาคต ซึ่งปัจจุบันขาดแคลนอย่างหนัก เฉลี่ยสาขาละ 500-700 อัตราต่อปี ทรัพยากรบุคคลที่อุตสาหกรรมไมซ์ต้องการจะต้องเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินงาน และพัฒนามาเป็นพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (creative behavior) เพื่อให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้และนำมาต่อยอดเป็นนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี Kaedsiri Jaroenwisan (2009) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย พบว่ากลุ่มผู้รับบริการหรือลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณลักษณะที่ดีเข้าทำงาน เพื่อรักษาคุณภาพของการให้บริการที่ดีที่สุดได้ พนักงานที่มีคุณลักษณะที่ดี คือ พนักงานที่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแสดงออกตามพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นั่นเอง

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

คุณลักษณะของบุคลากรที่เป็นที่ต้องการในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยต้องเป็นบุคลากรที่มีการแสดงออกเชิงพฤติกรรมอย่างสร้างสรรค์ หรือกล่าวได้ว่ามีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นั่นเอง จากงานวิจัยของ Watcharaporn Suraphee และ Chalongsri Phimonsomphong (2013) ที่ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยว

เพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สมรรถนะหลัก 2) สมรรถนะตามตำแหน่ง คือ เจ้าหน้าที่ประสานงานขายและให้บริการลูกค้า และเจ้าหน้าที่บริหารงานโครงการ และ 3) แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการ 7 กลุ่มในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ได้แก่ 1) บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) 2) บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) 3) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) 4) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Management Company: EMC) 5) บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travel company) 6) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม (venue) และ 7) สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (convention hotel) ผลการวิจัยพบว่า **สมรรถนะหลัก** ของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทยที่เป็นที่ต้องการมากที่สุด คือ ด้านคุณลักษณะ ด้านทักษะ และด้านความรู้ ตามลำดับ ซึ่งสมรรถนะหลักทั้ง 3 ด้าน สามารถแยกเป็นพฤติกรรมต่างๆ ได้ดังนี้ คือ ด้านคุณลักษณะ ผลที่ได้เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) มีจิตบริการ (service mind) เต็มใจให้บริการผู้อื่นด้วยความเต็มใจ 2) มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม 3) มีความสุภาพและมีมารยาท เช่น ยิ้ม ไหว้ หรือทักทาย เหมาะสมกับสถานภาพของบุคคลและสถานที่ 4) มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง สดชื่น กระปรี้กระเปร่า ไม่เชื่องซึม และ 5) มีบุคลิกภาพที่ดี เชื่อมั่นในตนเอง แต่งกายเหมาะสมกับเวลาและสถานที่ ด้านทักษะ ผลที่ได้เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) มีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และมีความประนีประนอม 2) มีทักษะในการทำงานในหน้าที่ของตนเองแบบมืออาชีพด้วยการตรงต่อเวลา มีความละเอียดรอบคอบ และมีระเบียบวินัยในการปฏิบัติงาน 3) มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับทุกสถานการณ์ในระหว่างการทำงาน ทั้งกับผู้ร่วมงานและต่อผู้มาใช้บริการ 4) มีทักษะการสื่อสารได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน ทั้งการฟัง พูด อ่าน และเขียน และ 5) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถสร้างความแตกต่าง สร้างจุดขายของงานให้มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร และ ด้านความรู้ ผลที่ได้เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศในระดับดี สามารถสื่อสารกับบุคคลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง 2) มีความรู้และความเข้าใจในงานที่ให้บริการหรือรับผิดชอบเป็นอย่างดี สามารถตอบข้อซักถามจากผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ 3) มีความรู้ ความเข้าใจและมีเทคนิคในการจัดการงานต่างๆ ให้เป็นไปอย่างราบรื่นตามข้อตกลงกับลูกค้า 4) มีความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน และเพิ่มคุณค่าของงาน และ 5) มีความรู้เกี่ยวกับระบบและลักษณะงานในอุตสาหกรรมไมซ์และ

อุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การทำงานจะยืดหยุ่นไปตามฤดูกาลของการจัดงาน หรือฤดูกาลของการท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้ว ผลการวิจัยยังพบว่า **สมรรถนะตามตำแหน่งงาน** ของเจ้าหน้าที่บริหารงานขายและให้บริการลูกค้า และเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ ที่องค์กรต้องการมากที่สุด คือ ด้านทักษะ ด้านคุณลักษณะ และด้านความรู้ ตามลำดับ ซึ่งสมรรถนะตามตำแหน่งงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานขายและให้บริการลูกค้าทั้ง 3 ด้าน สามารถแยกเป็นพฤติกรรมต่างๆ ได้ดังนี้ คือ ด้านทักษะ ผลที่ได้เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) มีทักษะในการเจรจาต่อรองโน้มน้าวลูกค้า 2) มีทักษะด้านการบริหารจัดการเวลาที่ดี 3) มีเทคนิค กลวิธีในการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ 4) สามารถประสานงานกับลูกค้ารายต่างๆ ในเวลาเดียวกันได้ และ 5) สามารถประชุมสรุปงานระหว่างลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ ด้านคุณลักษณะ ผลที่ได้เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) มีความใส่ใจในความชอบที่แตกต่างกันของลูกค้า 2) มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า 3) มีความอดทนจากปัญหาในการทำงานของตนเองและข้อเรียกร้องจากลูกค้า 4) มีบุคลิกภาพที่ดี เชื่อมั่นในตนเอง และแต่งกายเหมาะสม และ 5) มีความมุ่งมั่น ขยันทำงาน ปิดการขายได้ 100% ในระยะเวลาที่กำหนด และด้านความรู้ ผลที่ได้เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) มีความรู้ด้านลูกค้าสัมพันธ์ รักษาฐานลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ 2) มีความรู้เกี่ยวกับการประมูล การเสนอราคา ฯลฯ 3) มีความรู้เรื่องเส้นทาง แผนที่ และสถานที่ตั้งสำคัญในบริเวณการจัดงาน 4) มีความรู้ในการกำหนดกลุ่มลูกค้า และการวิจัยความต้องการของตลาด และ 5) มีความรู้เรื่องกฎ ระเบียบข้อกำหนด ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สมรรถนะตามตำแหน่งงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานโครงการทั้ง 3 ด้าน สามารถแยกเป็นพฤติกรรมต่างๆ ได้ดังนี้ คือ ด้านทักษะ ผลที่ได้เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) มีความเป็นผู้นำ ทำงานเป็นทีม และมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน 2) มีทักษะในการวางแผน และจัดวางระบบงานตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างดีเยี่ยม 3) สามารถวิเคราะห์ข้อจำกัดต่างๆ ในการจัดงานในแต่ละสถานที่ ป้องกันปัญหา และมีแผนสำรองในการแก้ไข 4) มีทักษะเจรจาต่อรอง และความน่าเชื่อถือจากธุรกิจสนับสนุน และ 5) มีความสามารถในการตรวจสอบการให้บริการทุกเรื่องจากธุรกิจสนับสนุน ด้านคุณลักษณะ ผลที่ได้เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) สู้งานท่ามกลางจำนวนและความหลากหลายของปัญหา 2) มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีการแสดงออกถึงอำนาจในการตัดสินใจ และ 3) มีประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างน้อย 1-2 ปี และ ด้านความรู้ ผลที่ได้เรียงตามลำดับ ได้แก่ 1) มีความรู้เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ สามารถนำเสนอแนวคิดผ่านสื่อได้อย่างสร้างสรรค์ 2) มีความรู้ทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อวิเคราะห์การจัดงานให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของลูกค้า 3) มีความรู้การประเมินราคาวัสดุก่อสร้าง เพื่อเปรียบเทียบต้นทุนจากบริษัทต่างๆ ที่เป็นธุรกิจจัดหา

ได้อย่างเหมาะสมกับงาน 4) มีความรู้เรื่อง Supply Chain และ Logistics ด้านการนำเข้าและส่งออก และ 5) มีความรู้ด้านการเงิน/บัญชี ควบคุมงบประมาณ และการใช้จ่ายไม่ให้เกินงบประมาณ ในประเด็นสุดท้ายของงานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร ในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย ผู้ประกอบการเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องต่อไปนี้ คือ 1) จัดหลักสูตรฝึกอบรม อาทิ ภาษาต่างประเทศ การขาย การดูแลลูกค้า นักประชาสัมพันธ์ เทคนิคการเจรจา การสอนแต่งกาย ฯลฯ เพื่อสร้างบุคลิกภาพ ความรู้ และทักษะให้กับพนักงาน 2) จัดกิจกรรม Workshop อาทิ การสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มทักษะด้านการสื่อสาร 3) ส่งพนักงานไปศึกษาดูงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเพิ่มพูนความรู้และขยายแนวความคิด มีความแปลกใหม่เพื่อพัฒนาการงานที่กำลังทำอยู่ได้ด้วยตนเอง 4) จัดให้มีการหมุนเวียนงานภายในฝ่ายหรือข้ามฝ่าย เพื่อเพิ่มทักษะ และประสบการณ์ ลดความจำเจในการทำงาน 5) ทดสอบความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ปีละ 1 ครั้ง และ 6) ส่งเสริมให้มีการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้รองรับระดับของการจัดประชุมทั้งทางวิชาการและวิชาชีพ

เมื่อนำสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยมาเปรียบเทียบกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ สามารถแสดงข้อมูลได้ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญกับสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ	สมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- เป็นตัวของตัวเอง	- มีจิตบริการ (service mind) เต็มใจให้บริการผู้อื่นด้วยความเต็มใจ - มีบุคลิกภาพที่ดี เชื่อมั่นในตนเอง แต่งกายเหมาะสมกับเวลาและสถานที่
- ทนต่อความสับสน ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน ยอมรับในสิ่งที่ไม่แน่นอน และสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง	- มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับทุกสถานการณ์ในระหว่างการทำงาน ทั้งกับผู้ร่วมงานและต่อผู้มาใช้บริการ - มีความอดทนจากปัญหาในการทำงานของตนเอง และข้อเรียกร้องจากลูกค้า

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญกับสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (ต่อ)

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ	สมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- มีความมุ่งมั่น มีความสามารถในการใช้สมาธิ	- มีความมุ่งมั่น ขยันทำงาน ปิดการขายได้ 100% ในระยะเวลาที่กำหนด - สู้งานท่ามกลางจำนวนและความหลากหลาย ของปัญหา
- มีความคิดอิสระ ไม่ชอบตามอย่างใคร ไม่คล้องตามความคิดเห็นของคนอื่นง่าย	- มีความเป็นผู้นำ ทำงานเป็นทีม
- มีอารมณ์ขัน ขี้เล่น ชอบคิดเล่นไปเรื่อยๆ ช่างจินตนาการ	- มีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม - มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง สดชื่น กระปรี้กระเปร่า ไม่เชื่องซึม
- มีความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงในเรื่องความคิดและวิธีการทำงาน รับความคิดใหม่มาพิจารณาง่าย	- มีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน
- ชอบทำสิ่งที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใครในสังคม	- มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถสร้างความแตกต่าง สร้างจุดขายของงานให้มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร
- ช่างสงสัย ชอบตั้งคำถาม และซักถามในสิ่งที่ต้องการรู้	- มีทักษะการสื่อสารได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน ทั้งการฟัง พูด อ่าน และเขียน
- มีนิสัยคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลองต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง	- มีความใส่ใจในความชอบที่แตกต่างกันของลูกค้า - มีทักษะในการวางแผน และจัดวางระบบงานตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างดีเยี่ยม - มีความสามารถในการตรวจสอบการให้บริการทุกเรื่องจากธุรกิจสนับสนุน
- มีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา มองเห็นปัญหาได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน	- มีทักษะในการทำงานในหน้าที่ของตนเอง แบบมืออาชีพด้วยการตรงต่อเวลา มีความละเอียดรอบคอบ และมีระเบียบวินัยในการปฏิบัติงาน
- กล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่เสมอ	- สามารถประชุมสรุปงานระหว่างลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญกับสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (ต่อ)

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ	สมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- มีความสามารถในการแก้ปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น	- มีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และมีความประนีประนอม - มีทักษะในการเจรจาต่อรองโน้มน้าวลูกค้า - มีทักษะด้านการบริหารจัดการเวลาที่ดี - มีเทคนิค กลวิธีในการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ - สามารถประสานงานกับลูกค้ารายต่างๆ ในเวลาเดียวกันได้ - สามารถวิเคราะห์ข้อจำกัดต่างๆ ในการจัดงานในแต่ละสถานที่ ป้องกันปัญหา และมีแผนสำรองในการแก้ไข
	- มีความสุภาพและมีมารยาท เช่น ยิ้ม ไหว้ หรือทักทาย เหมาะสมกับสถานภาพของบุคคลและสถานที่
	- มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ แสดงออกถึงอำนาจในการตัดสินใจ
	- มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

จากตารางที่ 3 สามารถสรุปได้ว่า สมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญในทุกประเด็น คือ 1) เป็นตัวของตัวเอง พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีจิตบริการ บุคลิกภาพดี มีความเชื่อมั่นในตนเอง และแต่งกายเหมาะสมกับเวลาและสถานที่ 2) ทนต่อความสับสน ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน ยอมรับในสิ่งที่ไม่แน่นอนและสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับทุกสถานการณ์ในระหว่างการทำงาน ทั้งกับผู้ร่วมงานและต่อผู้มาใช้บริการ และมีความอดทนจากปัญหาในการทำงานของตนเอง และข้อเรียกร้องจากลูกค้า 3) มีความมุ่งมั่น มีความสามารถในการใช้สมาธิ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีความมุ่งมั่น ขยันทำงาน ปิดการขายได้ 100% ในระยะเวลาที่กำหนด และสู้งานท่ามกลางจำนวนและความหลากหลายของปัญหา 4) มีความคิดอิสระ ไม่ชอบตามอย่างใคร ไม่คล้องตามความคิดเห็น

ของคนอื่นง่าย พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีความเป็นผู้นำ ทำงานเป็นทีม 5) มีอารมณ์ขัน ขี้เล่น ชอบคิดเล่นไปเรื่อยๆ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง สดชื่น กระปรี้กระเปร่า ไม่เชื่องซึม 6) มีความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงในเรื่องความคิดและวิธีการทำงาน รับความคิดใหม่มาพิจารณาง่าย พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน 7) ชอบทำสิ่งที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใครในสังคม พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถสร้างความแตกต่าง สร้างจุดขายของงานให้มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร 8) ช่างสงสัย ชอบตั้งคำถาม และซักถามในสิ่งที่ต้องการรู้ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีทักษะการสื่อสารได้อย่างครบถ้วนชัดเจน ทั้งการฟัง พูด อ่าน และเขียน 9) มีนิสัยคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีความใส่ใจในความชอบที่แตกต่างกันของลูกค้า มีทักษะในการวางแผน และจัดวางระบบงานตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างดีเยี่ยม มีความสามารถในการตรวจสอบการให้บริการทุกเรื่องจากธุรกิจสนับสนุน 10) มีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา มองเห็นปัญหาได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีทักษะในการทำงานในหน้าที่ของตนเองแบบมืออาชีพด้วยการตรงต่อเวลา มีความละเอียดรอบคอบ และมีระเบียบวินัยในการปฏิบัติงาน 11) กล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่เสมอ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องสามารถประชุมสรุปงานระหว่างลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ และ 12) มีความสามารถในการแก้ปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และมีความประนีประนอม มีทักษะในการเจรจาต่อรองโน้มน้าวลูกค้า มีทักษะด้านการบริหารจัดการเวลาที่ดี มีเทคนิค กลวิธีในการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ สามารถประสานงานกับลูกค้ารายต่างๆ ในเวลาเดียวกันได้ สามารถวิเคราะห์ข้อจำกัดต่างๆ ในการจัดงานในแต่ละสถานที่ ป้องกันปัญหา และมีแผนสำรองในการแก้ไข

นอกจากพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญแล้ว ในอุตสาหกรรมไมซ์ยังมีความต้องการบุคลากรที่มีความสุภาพ มีมารยาท เช่น ยิ้ม ไหว้ หรือทักทายเหมาะสมกับสถานภาพของบุคคล และสถานที่ มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีการแสดงออกถึงอำนาจในการตัดสินใจ และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าด้วย

สรุป

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีจุดเริ่มต้นมาจากความคิดสร้างสรรค์ในตัวบุคคล ซึ่งสามารถสร้างและพัฒนาให้เกิดขึ้นได้ผ่านการเรียนรู้ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ

ประกอบด้วย 12 พฤติกรรม คือ 1) เป็นตัวของตัวเอง 2) ทนต่อความสับสน ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน ยอมรับในสิ่งที่ไม่แน่นอนและสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง 3) มีความมุ่งมั่น มีความสามารถในการใช้สมาธิ 4) มีความคิดอิสระ ไม่ชอบตามอย่างใคร ไม่คล้องตามความคิดเห็นของคนอื่นง่าย 5) มีอารมณ์ขัน ขี้เล่น ชอบคิดเล่นไปเรื่อยๆ 6) มีความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงในเรื่องความคิดและวิธีการทำงาน รับความคิดใหม่มาพิจารณาง่าย 7) ชอบทำสิ่งที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใครในสังคม 8) ช่างสงสัย ชอบตั้งคำถาม และซักถามในสิ่งที่ต้องการรู้ 9) มีนิสัยคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง 10) มีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา มองเห็นปัญหาได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน 11) กล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่เสมอ และ 12) มีความสามารถในการแก้ปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น และในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยก็มีความต้องการบุคลากรที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับพฤติกรรมที่สำคัญทั้ง 12 พฤติกรรม นอกจากนี้แล้ว อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับความสุภาพ มารยาท บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ อำนาจในการตัดสินใจ และความซื่อสัตย์ด้วย

References

Amabile, T. M. (1996). **Creativity in context.** Boulder, CO: Westview.

_____. (1998). How to kill creativity. **Harvard Business Review,** 76, 76-87.

Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S., & Staw, B. M. (2005). Affect and creativity at work. **Administrative Science Quarterly,** 50(3), 367-403.

Barron, F. (1988). Putting creativity to work. In R. J. Sternberg (Ed.), **The nature of creativity.** New York: Cambridge University Press.

Buddhawitheeborihan. (2005). **Assertive creativity (ความกล้าแสดงออกอย่างสร้างสรรค์).** [Online]. Retrived June 10, 2015 from http://www.budmgt.com/topics/top02/assertive.html

Chae, S., Seo, Y., & Lee, K. (2015). Effect of task complexity on individual creativity through knowledge interaction: A comparison of temporary and permanent teams. **Computers in Human Behavior**, 42, 138-148.

Davis, G. A. (1983). **Creativity is forever.** Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing.

Department of Curriculum and Instruction Development. (2001). **Creative thinking (ความคิดสร้างสรรค์)**. Bangkok: Author.

Drazin, R., Glynn, M. A., & Kazanjian, R. K. (1999). Multilevel theorizing about creativity in organizations: A sensemaking perspective. **Academy of Management Review,** 286–307.

Feist, G. J. (1998). A meta analysis of personality in scientific and artistic creativity. **Personality and Social Psychology Review,** 2(4), 290-309.

Freud, S. (1900). **The interpretation of dreams.** S. E., 4-5.

Gero, J. S. (1992). Creativity, emergence and evolution in design. **Second International Roundtable Conference on Computational Models of Creative Design,** Sydney, Australia, 1-28.

Gorney, E. (2007). **Dictionary of creativity: terms, concepts, theories and findings in creativity research**. [Online]. Retrieved from http://creativity.netslova.ru/

Jansuksri, P. (2008). **The Thai learning and teaching handbook, creative thinking and writing: essay, summary, and conclude for grade 4-12 (คู่มือการเรียนการสอนภาษาไทย คิดและเขียนเชิงสร้างสรรค์ : เรียงความ ย่อความ และสรุปความ ช่วงชั้นที่ 2-4).** Bangkok: Office of the Basic Education Commission.

Jaroenwisan, K. (2009). **Appropriate marketing model of venues for MICE industry in Thailand (รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย)**. Doctoral dissertation, Maejo University, Chiang Mai, Thailand.

Kind, S. (2015). 2015 Perspectives on MICE Industry in ASEAN. **MICE Journal**, (1), 7.

Kirton, M. J. (1994). **Adaptors and innovators: styles of creativity and problem solving.** Routledge, London.

Maher, M. L., Merrick, K., & Saunders, R. (2007). Achieving Creative Behaviour Using Curious Learning Agents. **Architectural Science Review.**

Maslow, A. (1968). **Toward a psychology of being.** Van Nostrand, Reinhold, New York.

Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). Employee creativity: personal and contextual factors at work. **Academy of Management Journal,** 39, 607-634.

Phuviphadavat, S. (2001). **A techniques of creative thinking promotion (เทคนิคการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์) (7th ed.)**. Bangkok: Thai Watana Panich.

Prapluettrakul, T., & Wuttimethee, Y. (2011). The organizational management model that will lead to competitive advantage in electrical and electronic industries (ตัวแบบการจัดการองค์การเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์). **Journal of Business Administration**, 34(129), 25-40.

Pryor, K., Haag, R., & O'Reilly, J. (1969). The creative porpoise: training for novel behaviour. **Journal of the Experimental Analysis of Behaviour**, 12(4), 653-661.

Razik, T. (1976). Programming creative behaviour. **British Journal of Education Technology**, 3(7), 5-21.

Saunders, R., & Gero, J. S. (2001). The digital clockwork muse: a computational model of aesthetic evolution. **The AISB'01 Symposium on AI and Creativity in Arts and Science,** SSAISB.

Storr, A. (1989). **Solitude.** Free Press, NY.

Suraphee, W., & Phimonsomphong, C. (2013). The study of employees' competency requirement in MICE industry of Thailand (การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย). **Journal of Business, Economics and Communications**, 8(2), 82-88.

Surasit, P. (2006). **Creative writing in journalism (การเขียนสร้างสรรค์เชิงวารสารศาสตร์).** Bangkok: Saengdao.

Tantisilpanon, N. (2013). **MICE industry-a new industry that you should be paying attention to. (อุตสาหกรรมไมซ์–อุตสาหกรรมใหม่ที่ประเทศควรให้ความสนใจ).** [Online]. Retrived June 9, 2015 from http://tourisminvest.tat.or.th/159-อุตสาหกรรมไมซ์-อุตสาหกรรมใหม่ที่ประเทศควรให้ความสนใจ

Thailand Convention & Exhibition Bureau. (2015). MICE Strategic Approach for AEC in 2015. **MICE Journal,** (1), 2-3.

Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. **Academy of Management Review,** 18(2), 293–321.