

สมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า
และนิติธรรมการของประเทศไทย: การประยุกต์ใช้โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน
COMPETENCY EFFECTING OF ENTREPRENEURS' INTENTION IN THE EXHIBITION INDUSTRY
IN THAILAND: APPLYING MULTILEVEL CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS TECHNIQUES

จิรพร จันลา¹ และ อารีย์ นัยพินิจ²

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

²คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Jiraporn Junla¹ and Aree Naipinit²

¹Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

²Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

(Received: June 11, 2024; Revised: December 18, 2024; Accepted: December 31, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบโมเดลสมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิติธรรมการของประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย แบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิติธรรมการในประเทศไทย จำนวน 405 คน ด้วยวิธีสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) พบว่า โมเดลมีความ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ 1.68 ค่า GFI เท่ากับ 0.94 ค่า AGFI เท่ากับ 0.91 ค่า CFI เท่ากับ 0.99 ค่า SRMR เท่ากับ 0.029 และ ค่า RMSEA เท่ากับ 0.041 โดย สมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิติธรรมการของ ประเทศไทย ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความรู้ในการจัดงานแสดงสินค้าและนิติธรรมการ ด้านทักษะ ผู้ประกอบการ ด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ ด้านทัศนคติส่วนบุคคล ด้านบรรทัดฐานทางสังคม และด้านการ รับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: สมรรถนะ, ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ, อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิติธรรมการ

ABSTRACT

This research aims to investigate the degree of alignment between the factors influencing entrepreneurs' intentions in Thailand's exhibition industry and the empirical data. The study included a complete and analyzed sample of 405 individuals. This study examines legal organizations registered as operators in the exhibition and exhibition industry in Thailand, employed by using a simple random sampling method. We collected the data using a questionnaire. The research instrument was a five-point rating scale. We conducted a second-order confirmatory factor analysis on the data. The results show that entrepreneurs' plans in Thailand's exhibition industry were affected by six things: their knowledge, their entrepreneurial skills, their entrepreneurial individualities, their personal attitude, their subjective norm, and how much control they thought they had over their behavior. The model was consistent with the

empirical data by having (χ^2 / df) = 1.68, GFI = 0.94, AGFI = 0.91, CFI = 0.99, SRMR = 0.029 and RMSEA = 0.041

Keywords: Competency, Entrepreneur Intention, Exhibition Industry

บทนำ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ประกอบด้วย การประชุมองค์กร (Meeting) การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และการแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง และเป็นดัชนีที่สำคัญในการวัดความเจริญของเมือง มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหรือธุรกิจอื่น ๆ ที่สนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก ซึ่งนักเดินทางกลุ่มไมซ์เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่มีการจ่ายมากกว่า 3-4 เท่าของนักท่องเที่ยวปกติ ผลการดำเนินงานของของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่ส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย จากรายงานผลการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 21 ปี สามารถประมุลสถิติงานไมซ์ระดับโลกได้สำเร็จกว่า 442 งาน และให้การสนับสนุนงานไมซ์ทั้งในและต่างประเทศมากกว่า 6,300 งาน คิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนในประเทศแล้วไม่ต่ำกว่า 63,000 ล้านบาท โดยในแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) คาดการณ์ตลอดแผนการดำเนินงานขับเคลื่อนไทยเป็นประเทศจุดหมายปลายทางไมซ์ด้วยนวัตกรรมสร้างความยั่งยืน จะมีนักเดินทางไมซ์รวมกว่า 160 ล้านคน ประมาณการรายได้กว่า 945,000 ล้าน ซึ่งจากรายงานสถิติภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ในปี 2566 มีจำนวนนักเดินทางไมซ์รวมทั้งสิ้น 17,669,535 คน สร้างรายได้รวม 105,008 ล้านบาท โดยเป็นนักเดินทางไมซ์ต่างชาติ 817,914 คน สร้างรายได้ 51,276 ล้านบาท และนักเดินทางไมซ์ในประเทศ 16,851,621 คน สร้างรายได้ 53,732 ล้านบาท (รายงานผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ องค์การมหาชน [สสปน.], 2566) อุตสาหกรรมจึงมีมูลค่าเศรษฐกิจสูงสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ

ประเทศไทยถูกจัดอันดับเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดกิจกรรมไมซ์ อันดับที่ 2 ของโลก โดยที่ธุรกิจงานแสดงสินค้านานาชาติ ในประเทศไทยมีมูลค่าต่อ GDP สูงเป็นอันดับที่ 26 ของโลก และอันดับที่ 8 ของเอเชีย (UNION DES FOIRES INTERNATIONALES [UFI], 2020) ประเทศไทยมีจำนวนของการจัดประชุมนานาชาติเป็นอันดับที่ 27 ของโลก และอันดับที่ 5 ของเอเชีย (International Congress and Convention Association [ICCA], 2020) และประเทศไทยมียอดพื้นที่จัดงานแสดงสินค้านานาชาติอยู่ในอันดับที่ 1 ของอาเซียน (UFI, 2020) นอกจากนี้ด้วยศักยภาพของกรุงเทพมหานครที่ถูกจัดอันดับเมืองที่ตั้งตูดนักเดินทางธุรกิจมากที่สุดเป็นอันดับที่ 2 ของเอเชีย (American Express Global Business Travel's Meetings & Events, 2020) รวมถึงได้รับการจัดอันดับที่ 2 ของเอเชีย ในฐานะเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานที่มีความสามารถโดดเด่นเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืนอีกด้วย (Global Destination Sustainability [GDS – Index], 2019) และโดยเฉพาะด้านงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ที่ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงกว่าการจัดประชุมองค์กร การจัดประชุมวิชาชีพ และเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (สำนักงาน สสปน., 2562)

จากสถิติจำนวนการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ก่อนเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติ แบบธุรกิจต่อธุรกิจ (Business to Business) มีจำนวน 87 ครั้ง ในปี พ.ศ.2560 จัดเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคอาเซียน และเป็นอันดับที่ 8 ในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก (สำนักงาน สสปน., 2561) โดยจากข้อมูลการเปรียบเทียบระยะเวลาพำนักร และค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน สำหรับ

อุตสาหกรรมไมซ์ ในปี พ.ศ. 2561 พบว่าอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ มีมูลค่าของค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันสูงที่สุดเมื่อเทียบกับประเภทของงานการประชุมองค์กร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การประชุมวิชาชีพ โดยมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันสำหรับผู้แสดงสินค้าและนิทรรศการ 20,621.76 บาท และผู้เข้าชมงาน 13,149.73 บาท และจากรายงานอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของเอเชีย UFI (2018) ระบุว่ารายได้จากอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทย อยู่ในอันดับสูงที่สุดในอาเซียน หรือคิดเป็นเงิน 232.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากจำนวน 104 งาน ประเทศไทยจึงเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติของอาเซียน และมีเป้าหมายที่จะนำไปสู่ผู้นำในภูมิภาคเอเชียต่อไป รวมทั้งรายงานของ ICCA (2017) และรายงาน UFI (2017) พบว่าประเทศไทยเป็นอันดับที่ 7 ของเอเชียในด้านการจัดแสดงสินค้านานาชาติ โดยอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ สามารถสร้างรายได้จำนวน 66,640 ล้านบาท ดังนั้นจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง และเกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่น ๆ ในห่วงโซ่อุปทานทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยองค์ประกอบหลักที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้จัดงานแสดงสินค้า ผู้แสดงสินค้า ผู้เข้าชมงาน สถานที่จัดงาน ผู้รับเหมาก่อสร้างในการจัดแสดงสินค้า ผู้บริหารจัดการขนส่งสินค้า และสินค้าบริการที่จัดแสดง

แต่เนื่องจากผลกระทบการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ มาตั้งแต่ต้นปี พ.ศ.2562 ทำให้อุตสาหกรรมนี้ได้รับผลกระทบกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นอย่างมากทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่ส่งผลให้หลายธุรกิจไม่สามารถอยู่รอดได้และต้องปิดตัวลง (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า, กระทรวงพาณิชย์, 2566) ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงเช่นนี้ ผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนาสมรรถนะของตนเองและบุคลากรในองค์กรเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยปัจจัยสำคัญที่สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและนำพาอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน คือการเข้าใจถึงสมรรถนะที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรของตนภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น การศึกษาสมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ จึงมีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการปรับตัวของผู้ประกอบการที่กำลังดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ รวมถึงผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้ามาสู่อุตสาหกรรมนี้ในการพัฒนาสมรรถนะของตนเองให้มีความพร้อมต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการอ้างอิงเชิงนโยบายในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เพื่อเพิ่มจำนวนของผู้ประกอบการในการรับจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Professional Exhibition Organizer: PEO) สร้างผลประโยชน์ให้เกิดขึ้นในระดับมหัพภาค ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) หมายเหตุที่ 2 และ 12 ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และการส่งเสริมสมรรถนะบุคลากร รวมถึงการสร้างผู้ประกอบการให้กับประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 -2580) ในการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ รวมทั้งมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ สามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรเพื่อเพิ่มสมรรถนะของผู้เรียนให้มีความเป็นผู้ประกอบการ ภายใต้บริบทและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อตรวจสอบโมเดลสมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานการวิจัย

โมเดลสมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของระเบียบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนดขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการในองค์กรธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Professional Exhibition Organizer: PEO) ในประเทศไทย ที่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยระบุคำค้นประเภทธุรกิจเป็น “การจัดการแสดงทางธุรกิจและการแสดงสินค้า” (Exhibition Organization) มีจำนวนทั้งสิ้น 1,017 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 10 เมษายน 2566 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566) กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้หลักการของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2014) ที่เสนอว่า หากในโมเดลมีตัวแปรแฝงไม่เกิน 7 ตัวแปร และไม่มีลักษณะโมเดลระบุไม่พอดี (under identified model) ของตัวแปรแฝง หรือจำนวนสมการที่คำนวณน้อยกว่าจำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า โดยตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละตัวแปรแฝงมีค่าความร่วมกัน (communality) ไม่ต่ำกว่า 0.50 ขนาดตัวอย่างต่ำสุดภายใต้เงื่อนไขดังกล่าว คือ 150 ตัวอย่าง โดยการวิจัยในครั้งนี้ มีตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 6 ตัวแปร ไม่มีลักษณะของโมเดลระบุไม่พอดี และมีค่าความร่วมกันอยู่ระหว่าง 0.687 – 0.857 ดังนั้นขนาดตัวอย่างขั้นต่ำคือ 150 คน อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ที่ต้องอาศัยกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพิ่มเป็น 500 คน เพื่อให้การวิเคราะห์ไม่เกิดปัญหาการไม่ลู่เข้าและคำตอบที่ไม่เหมาะสม รวมทั้งเป็นการเพิ่มอำนาจทดสอบ (power of test) (Marsh, Hau, Balla, & Grayson, 1998) โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับคืน จำนวน 405 คน หรือคิดเป็นอัตราการตอบกลับ (response rate) ร้อยละ 81.00 จากขนาดตัวอย่างที่กำหนดไว้ ซึ่งมีอัตราการตอบกลับอยู่ในเกณฑ์ดี กล่าวคือ มีอัตราการตอบกลับมากกว่า ร้อยละ 50.00 (Baruch, 1999)

สำหรับการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) เนื่องจากประชากร มีขนาดใหญ่และไม่มีการแบ่งกลุ่มย่อยที่ชัดเจน การใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายมีความสะดวกและรวดเร็วและประชากรมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กันจากประชากรทั้งหมด (Taherdoost, 2016)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถาม โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงาน ขนาดองค์กร และอายุงาน โดยข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (checklist question) และ ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Knowledge: KN) 2) ด้านทักษะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Skills: ES) 3) ด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics: EC) 4) ด้านทัศนคติส่วนบุคคล (Personal Attitude: PA) 5) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม

(Subjective Norm: SN) และ 6) ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Perceived Behavior Control: PC) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 ซึ่งบ่งชี้ว่า “เห็นด้วยน้อยที่สุด” ถึง 5 ซึ่งแสดงถึง “เห็นด้วยมากที่สุด” ความถูกต้องของเนื้อหาได้รับการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of item objective congruence, IOC) โดยข้อคำถามมี IOC อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 เกินเกณฑ์ที่กำหนด 0.50 (ประสพชัย พสุนนท์, 2558) จากนั้นแบบสอบถามได้รับการประเมินความน่าเชื่อถือโดยทดลองกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้บริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทรับจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ จำนวน 30 คน ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (α) พบว่า ด้านความรู้ในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ มีค่าเท่ากับ 0.886 ด้านทักษะผู้ประกอบการ มีค่าเท่ากับ 0.954 ด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ มีค่าเท่ากับ 0.938 ด้านทัศนคติส่วนบุคคล มีค่าเท่ากับ 0.809 ด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีค่าเท่ากับ 0.820 และด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ มีค่าเท่ากับ 0.826 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 (Cortina, 1993) แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเที่ยง (reliability) ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ส่งไปยังเครือข่ายผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย ซึ่งมีฐานข้อมูลจากเว็บไซต์ (<https://datawarehouse.dbd.go.th>) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และขอความอนุเคราะห์ไปยังหน่วยงาน สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) และ สมาคมแสดงสินค้าไทย (TEA) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักระดับประเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทย โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืน จำนวน 405 ชุด หรือคิดเป็นอัตราการตอบกลับ (response rate) ร้อยละ 81.00 จากขนาดตัวอย่างที่กำหนดไว้ ซึ่งมีอัตราการตอบกลับอยู่ในเกณฑ์ดี กล่าวคือ มีอัตราการตอบกลับมากกว่า ร้อยละ 50.00 (Baruch, 1999)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) สำหรับการประเมินความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยกำหนดเกณฑ์ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติทดสอบความสอดคล้องของโมเดล

ค่าดัชนี	เกณฑ์พิจารณา	อ้างอิง
ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative chi-square: χ^2/df)	มีค่าต่ำกว่า 2.00	Diamantopoulos and Siguaw (2000)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)	มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป	Kelloway (2015)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI)	มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป	Kelloway (2015)
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI)	มีค่าตั้งแต่ 0.95 ขึ้นไป	Kelloway (2015)
ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูป คะแนนมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR)	มีค่าต่ำกว่า 0.05	Schumacker and Lomax (2010)
ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อน โดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	มีค่าต่ำกว่า 0.05	Schumacker and Lomax (2010)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การประเมินความตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) โดยพิจารณาจากเกณฑ์ 3 ประการ (Hair et al., 2014) คือ 1) ตัวแปรสังเกตได้มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (SFL) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป 2) ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) มีค่ามากกว่า 0.50 และ 3) ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) มีค่ามากกว่า 0.70 ส่วนการประเมินความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) กำหนดเกณฑ์โดยพิจารณาจากค่ารากที่สองของ AVE ($\sqrt{AVE}$) ในแต่ละองค์ประกอบควรมีค่ามากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlations) ระหว่างองค์ประกอบ (Hair et al., 2014)

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (จำนวน 193 คน ร้อยละ 47.65) จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี (จำนวน 215 คน ร้อยละ 53.09) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท (จำนวน 137 คน ร้อยละ 33.83) มีสถานภาพเป็นเจ้าของกิจการ/หุ้นส่วน (จำนวน 125 คน ร้อยละ 30.86) มีขนาดองค์กรเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ซึ่งมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 30 คน (จำนวน 302 คน ร้อยละ 74.57) และมีอายุงานอยู่ระหว่าง 6 – 10 ปี (จำนวน 172 คน ร้อยละ 42.47)

2. จากการตรวจสอบโมเดลในภาพรวม พบว่า โมเดลไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับโมเดล จำนวน 10 ครั้ง โดยการผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งหลังจากปรับโมเดลแล้ว พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.68 ค่า GFI มีค่าเท่ากับ 0.94 ค่า AGFI มีค่าเท่ากับ 0.91 ค่า CFI มีค่าเท่ากับ 0.99 ค่า SRMR มีค่าเท่ากับ 0.029 และค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.041 โดยทุกตัวแปรสังเกตได้มี

น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (SFL) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป มีค่า AVE ระหว่าง 0.533 ถึง 0.706 มี CR ระหว่าง 0.774 ถึง 0.922 จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงในโมเดล มีความตรงเชิงเหมือนอยู่ในเกณฑ์ดี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

องค์ประกอบ/ตัวแปรสังเกตได้	SFL	t	SE	α	CR	AVE
KN: ด้านความรู้ในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ				0.872	0.864	0.614
KN1: ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	0.78**	18.15	0.033			
KN2: ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	0.83**	19.97	0.034			
KN3: ความรู้ด้านการตลาด	0.80**	18.68	0.033			
KN4: ความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน	0.72**	16.10	0.035			
ES: ด้านทักษะผู้ประกอบการ				0.926	0.922	0.706
ES1: ทักษะด้านเทคนิค	0.86**	21.58	0.033			
ES2: ทักษะด้านการจัดการ	0.91**	23.49	0.031			
ES3: ทักษะด้านบุคคล	0.86**	21.60	0.033			
ES4: ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์	0.73**	16.70	0.038			
ES5: ทักษะการเป็นผู้นำและการสื่อสาร	0.83**	20.17	0.034			
EC: ด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ				0.888	0.892	0.673
EC1: การมีวินัย	0.82**	19.23	0.038			
EC2: การยอมรับความเสี่ยง	0.86**	21.07	0.037			
EC3: การทำงานเชิงรุก	0.78**	18.34	0.036			
EC4: การเป็นตัวของตัวเอง	0.82**	19.49	0.036			
PA: ทักษะจิตส่วนบุคคล				0.773	0.774	0.533
PA1: จุดเด่นของอุตสาหกรรมไมซ์	0.72**	15.99	0.034			
PA2: ความน่าสนใจของอุตสาหกรรมไมซ์	0.71**	15.68	0.034			
PA3: ความพึงพอใจที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์	0.76**	17.08	0.036			
SN: บรรทัดฐานทางสังคม				0.833	0.834	0.624
SN1: คำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด	0.79**	18.22	0.032			
SN2: การสนับสนุนจากบุคคลใกล้ชิด	0.81**	18.71	0.032			
SN3: การมีส่วนร่วมตัดสินใจของบุคคลใกล้ชิด	0.77**	17.54	0.031			
PC: การรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ				0.889	0.873	0.697
PC1: รายละเอียดในการดำเนินงาน	0.76	17.43	0.037			
PC2: การควบคุมกระบวนการดำเนินงาน	0.85	20.73	0.035			
PC3: โอกาสที่จะประสบความสำเร็จ	0.89	22.31	0.033			

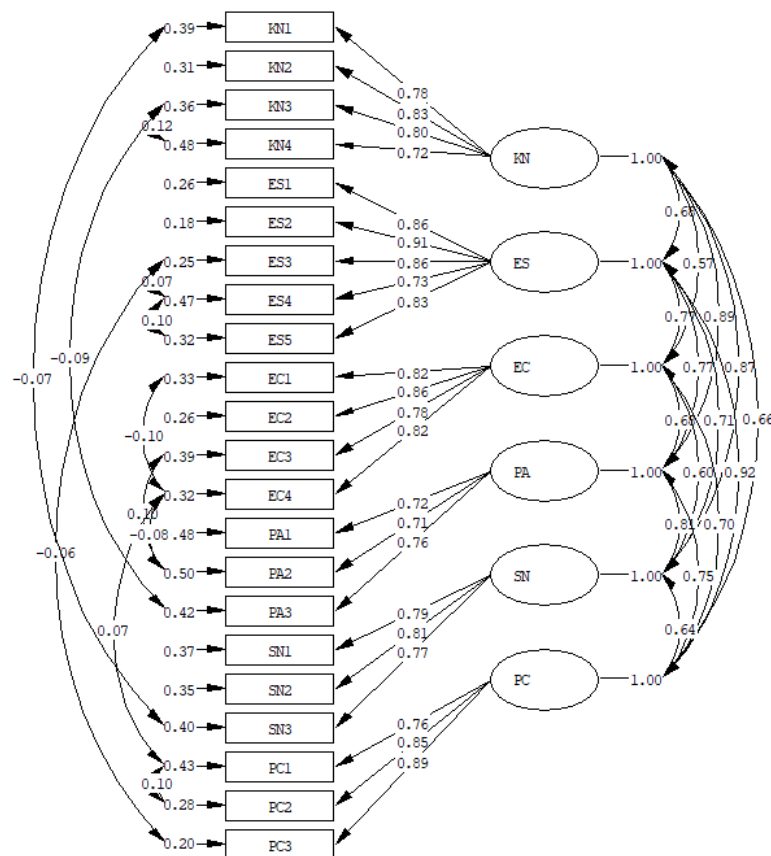
** p < 0.01

เมื่อพิจารณาความตรงเชิงจำแนก เป็นการบ่งบอกถึงความแตกต่างในองค์ประกอบแต่ละด้าน พบว่า ค่า $\sqrt{AVE}$ ในแต่ละองค์ประกอบควรมีค่ามากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlations) ระหว่างองค์ประกอบ แสดงให้เห็นว่าเป็นไปตามเกณฑ์ของความตรงเชิงจำแนกที่กำหนดไว้ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนก

องค์ประกอบ	KN	ES	EC	PA	SN	PC
KN	0.784					
ES	0.617**	0.840				
EC	0.508**	0.702**	0.820			
PA	0.717**	0.644**	0.574**	0.730		
SN	0.732**	0.632**	0.522**	0.653**	0.790	
PC	0.569**	0.802**	0.639**	0.592**	0.540**	0.835

** $p < 0.01$ ตัวเลขหนาตามแนวทแยงคือ $\sqrt{AVE}$



Chi-Square=307.87, df=183, P-value=0.00000, RMSEA=0.041

ภาพที่ 1 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลสมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทย

สรุปได้ว่า โมเดลสมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทย ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ 22 ตัวแปร โดยเรียงความสำคัญตามน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานจากมากไปหาน้อย ดังต่อไปนี้

1. ด้านความรู้ในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (KN) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัวแปร ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า (KN2) เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากที่สุด เท่ากับ 0.83 รองลงมาคือ ความรู้ด้านการตลาด (KN3) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (KN1) และความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน (KN4) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.80 0.78 และ 0.72 ตามลำดับ

2. ด้านทักษะผู้ประกอบการ (ES) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 5 ตัวแปร ทักษะด้านการจัดการ (ES2) เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากที่สุด เท่ากับ 0.91 รองลงมาคือ ทักษะด้านเทคนิค (ES1) ทักษะด้านบุคคล (ES3) ทักษะการเป็นผู้นำและการสื่อสาร (ES5) และทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ (ES4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.86 0.86 0.83 และ 0.73 ตามลำดับ

3. ด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ (EC) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัวแปร การยอมรับความเสี่ยง (EC2) เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากที่สุด เท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ การมีนวัตกรรม (EC1) การเป็นตัวของตัวเอง (EC4) และการทำงานเชิงรุก (EC3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.82 0.82 และ 0.78 ตามลำดับ

4. ด้านทัศนคติส่วนบุคคล (PA) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร ความพึงพอใจที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ (PA3) เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากที่สุด เท่ากับ 0.76 รองลงมาคือ จุดเด่นของอุตสาหกรรมไมซ์ (PA1) และความน่าสนใจของอุตสาหกรรมไมซ์ (PA2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.72 และ 0.71 ตามลำดับ

5. ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SN) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร การสนับสนุนจากบุคคลใกล้ชิด (SN2) เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากที่สุด เท่ากับ 0.81 รองลงมาคือ คำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด (SN1) และการมีส่วนร่วมตัดสินใจของบุคคลใกล้ชิด (SN3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.79 และ 0.77 ตามลำดับ

6. ด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (PC) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร โอกาสที่จะประสบความสำเร็จ (PC3) เป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากที่สุด เท่ากับ 0.89 รองลงมาคือ การควบคุมกระบวนการดำเนินงาน (PC2) และรายละเอียดในการดำเนินงาน (PC1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน เท่ากับ 0.85 และ 0.76 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ 1.68 ค่า GFI เท่ากับ 0.94 ค่า AGFI เท่ากับ 0.91 ค่า CFI เท่ากับ 0.99 ค่า SRMR เท่ากับ 0.029 และ ค่า RMSEA เท่ากับ 0.041 แสดงให้เห็นถึงสมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทย ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความรู้ในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ โดยความรู้ที่สำคัญคือความรู้เกี่ยวกับลูกค้า รองลงมาคือ ความรู้ด้านการตลาด ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน ในด้านทักษะผู้ประกอบการ ทักษะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ได้แก่ ทักษะด้านการจัดการ รองลงมาคือ ทักษะด้านเทคนิค ทักษะด้านบุคคล ทักษะการเป็นผู้นำและการสื่อสาร

และทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ ในด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการคือ การยอมรับความเสี่ยง รองลงมาคือ การมีนวัตกรรม การเป็นตัวของตัวเอง และการทำงานเชิงรุก ในด้านทัศนคติส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการคือ ความพึงพอใจที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ รองลงมาคือ จุดเด่นของอุตสาหกรรมไมซ์ และความน่าสนใจของอุตสาหกรรมไมซ์ ในด้านบรรทัดฐานทางสังคม การสนับสนุนจากบุคคลใกล้ชิด มีความสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือ คำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด และการมีส่วนร่วมตัดสินใจของบุคคลใกล้ชิด และในด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากที่สุด รองลงมาคือ การควบคุมกระบวนการดำเนินงาน และรายละเอียดในการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ประโยชน์ทางวิชาการ

1.1.1 องค์ความรู้สมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาทางวิชาการ

1.1.2 ได้ขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และทฤษฎีสมรรถนะ ในบริบทของการศึกษาสมรรถนะที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

1.1.3 สถาบันการศึกษาสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทาง ในการกำหนดสมรรถนะของผู้เรียนในหลักสูตรด้านการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์และนักศึกษาในรายวิชาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

1.2 ประโยชน์ภาคธุรกิจ

1.2.1 ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และบุคคลทั่วไป ได้แนวทางในการพัฒนาสมรรถนะของตนเองและองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.2.2 องค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ สามารถนำผลการศึกษาสมรรถนะไปใช้เป็นแนวทางในการอบรมพัฒนาเพื่อเพิ่มสมรรถนะให้กับบุคลากรในองค์กร ใช้เป็นพื้นฐานของการประเมินบุคลากร รวมถึงสามารถใช้สมรรถนะดังกล่าวกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคลากรได้ตามบริบทของแต่ละองค์กร

1.3 ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ

1.3.1 มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาที่มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ สามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทาง ในการกำหนดสมรรถนะของผู้เรียนในหลักสูตร รวมถึงการนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์และ นักศึกษาในรายวิชาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

1.3.2 หน่วยงานภาครัฐ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนนโยบายการส่งเสริมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทย และนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพบุคลากร รวมถึงการส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทยให้เพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ กับการปรับตัวภายใต้บริบทและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ รวมถึงการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการกับการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2565). DBDDataWarehouse. สืบค้น 13 กรกฎาคม 2565, <https://datawarehouse.dbd.go.th/searchJuristicInfo>.
- ธนพล รุ่งเรือง และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล. (2558). สมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์และความภักดีของผู้เข้าร่วมกิจกรรม. *วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 11(2), 116-147.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 18(18), 375-396.
- พันธุ์ทิพา ขวัญทองอินทร์, จารุวรรณ แดงบุบผา และอรรถไกร พันธุ์ภักดี. (2563). คุณลักษณะและสมรรถนะความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการบริหารความสัมพันธ์มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจจัดงาน. *สยามวิชาการ*, 21(37), 34-58.
- ภูวดล จามมาก. (2563). แนวทางการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 11(1), 165-177.
- ศรวิทย์ สมสวัสดิ์ และชนมณี ทะนันเป้ง. (2563). ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมไมซ์ Meeting, Incentive, Conventions, Exhibitions (MICE) ในยุคโควิด-19. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ*, 5(ฉบับเพิ่มเติมประจำปี 2563), 129-145.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2566). รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566. <https://www.busesseventsthailand.com>.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2563). *วิซางานแสดงสินค้าและนิทรรศการ*. กรุงเทพฯ: กู๊ดเฮดพรีนติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุ๊ป.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2558). *คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานผู้ประสานงาน และผู้วางแผนปฏิบัติการไมซ์ (ไทย)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- Aburumman, A. A. (2020). COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: The example of the UAE MICE industry. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1), 141. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00630-8>.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action Control* (pp. 11–39). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Baruch, Y. (1999). Response rate in academic studies—A comparative analysis. *Human Relations*, 52(4), 421-438.

- Bartis, H., Hufkie, B., & Moraladi, M. (2021). The Economic Impact of the COVID-19 Pandemic on the Business Events Sub-sector in South Africa: Mitigation Strategies and Innovations. **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, **10(1)**, 102–114. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-89> .
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha: An examination of theory and applications? **Journal of Applied Psychology**, **78(1)**, 98-104.
- Darmo, I. S., Suryana, S., Furqon, C., Hendrayati, H., & Zain, N. H. M. (2021). The effects of entrepreneurial skills, benchmarking, and innovation performance on culinary micro-small-medium enterprises. **Management Science Letters**, 1771–1778. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2021.2.005>.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). **Introduction to LISREL: A guide for the uninitiated**. London: Sage.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for" intelligence." **American psychologist**, **28(1)**, 1.
- Fadda, N. (2018). The effects of entrepreneurial orientation dimensions on performance in the tourism sector. **New England Journal of Entrepreneurship**, **21(1)**, 22–44. <https://doi.org/10.1108/NEJE-03-2018-0004>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). **Multivariate data analysis** (7th ed.). Harlow, United Kingdom: Pearson Education.
- Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students: Planned behavior, leadership skills and social capital. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, **23(6)**, 1017–1032. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2017-0031>
- Huang, H.-C. (2016). How Does Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions Industry Attract Exhibitors? **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, **21(1)**, 73–93. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1016444>
- Kelloway, E. K. (2015). **Using Mplus for structural equation modeling; A researcher's guide** (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kim, B.-S., Kim, K.-B., Park, C., & Lee, J. (2020). Effects of Exhibitors' Trade Show Participation on market performance: Longitudinal research. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, **25(12)**, 1343–1358. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1851275>.
- Kline, R. B. (2015). **Principles and practice of structural equation modeling**. Guilford publications.
- Marsh, H. W., Hau, K.-T., Balla, J. R., & Grayson, D. (1998). Is more ever too much? The number of indicators per factor in confirmatory factor analysis. **Multivariate Behavioral Research**, **33(2)**, 181-220.

- M Gajjar, Mr. A., & J Parmar, Dr. B. (2020). The Impact of COVID-19 on Event Management Industry in India. **Global Journal of Management and Business Research**, 37–43.
<https://doi.org/10.34257/GJMBRFVOL20IS2PG37>
- Munir, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 25(3), 554–580. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2018-0336>.
- Rwigema, P. C. (2020). Impact of Covid-19 pandemic to Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions (MICE) tourism in Rwanda. **The Strategic Journal of Business & Change Management**, 7(3), 395 – 409.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). **A beginner's guide to structural equation modeling (3rd ed.)**. New Jersey: Lawrence Erl.
- Silva, P., Teixeira Vale, V. T., & Moutinho, V. F. (2022). What is the value of entrepreneurial orientation on the network and performance? An examination in trade fairs context. **Innovation & Management Review**, 19(1), 62–83. <https://doi.org/10.1108/INMR-05-2020-0068>.