

ISSN	E-ISSN	ชื่อย่อ	ชื่ออังกฤษ	TCI ลำดับที่	สาขา	เว็บไซต์	หมายเหตุ
2351-0390	-	วารสารวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์	SSRU Journal of Management Science	2	Social Sciences	http://journal.jms.sru.ac.th/index.php/	



JMS

SSRU JOURNAL OF
MANAGEMENT
SCIENCE

แนวทางการพัฒนาแรงจูงใจของนักศึกษา Generation Z
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาโรงแรมเครือ
ข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
The Guideline of Development the Motivation of Students in Generation Z, at the Faculty
of Management Science, Silpakorn University: A Case Study of Hotel Chains
at Hua Hin Distriot, Prachuap Khiri Khan Province

แนวทางการพัฒนาแรงจูงใจของนักศึกษา Generation Z
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขต
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**The Guideline of Development the Motivation of Students
in Generation Z, at the Faculty of Management Science,
Silpakorn University: A Case Study of Hotel Chains
at Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province**

ระชานนท์ ทวีผล¹

นัฐพงศ์ วรรณานนท์²

Received: 02.01.2020, Revised: 19.02.2020, Accepted: 28.02.2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษา Generation Z (2) ศึกษาทิศทางของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในการกำหนดแนวทางการสร้างแรงจูงใจของแรงงานกลุ่ม Generation Z (3) เป็นแนวทางการพัฒนาแรงจูงใจของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยและการพัฒนาด้วยเทคนิคการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่ม นักศึกษา Generation Z จำนวน 400 ชุด จากนั้นเข้าสู่อการสัมภาษณ์เชิงลึกของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 5 แห่ง และการจัดทำสนทนากลุ่มกับตัวแทนกลุ่มนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 8 คน ผลการศึกษาพบว่า (1) แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษา Generation Z ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จ ด้านความเป็นตัวของตนเอง และด้านการพัฒนาตนเอง (2) ทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ได้สร้างแรงจูงใจในการกำหนดแนวของแรงงานกลุ่ม Generation Z โดยการพัฒนาให้บุคลากรมีความรู้และความสามารถเพิ่มขึ้นจากเดิม โดยผ่านการพัฒนาทางด้านแรงจูงใจ (3) การพัฒนาแรงจูงใจของแรงงานกลุ่ม Generation Z พบว่า แรงงานกลุ่มนี้มีความวิตกกังวลกับการทำงานกับคนต่างช่วงอายุ อีกทั้งยังมีเป็นกลุ่มแรงงานที่มีความต้องการความก้าวหน้าในหน้าที่ ผลตอบแทน ความชัดของหน้าที่ รวมไปถึงเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงาน

คำสำคัญ: แรงจูงใจ เจเนอเรชันแซต โรงแรมเครือข่าย

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

อีเมลล์: rachanon@ms.su.ac.th

²นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

The Guideline of Development the Motivation of Students in Generation Z, at the Faculty of Management Science, Silpakorn University: A Case Study of Hotel Chains at Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province

Rachanon Taweephol¹

Nattapong Woramanont²

Received: 02.01.2020, Revised: 19.02.2020, Accepted: 28.02.2020

Abstract

This research aims (1) to study about motivation affecting to the decision of students in Generation Z to apply for the jobs (2) to study the direction of human resource department in defining the guideline of creating motivation of a group of worker in Generation Z (3) to be the guideline of development the motivation of students in Generation Z at the Faculty of Management Science, Silpakorn University: A Case study of Hotel Chains at Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province. The study was the research and development research by using Mixed Method Research by distributing questionnaire in 400 samples to student in Generation Z, and then do in-depth interview with human resources department from 5 hotel chains at Hua Hin, Prachuap Khiri Khan Province and the focus group discussion conducted with 8 Generation Z's student representatives of the Faculty of Management Science, Silpakorn University. The results found that (1) the motivation for deciding to apply for the jobs of students in generation Z consists of 3 factors: accomplishment, self-esteem and self-development. (2) Human resource department creates motivation in defining guideline of a group of worker in generation z to develop staffs to have more knowledge and capability by developing in motivation. (3) The development of motivation for Generation Z's workforce found that they are worried about age gap in workplace. In addition, they wanted the progress, reward, clearness and technology for their career.

Keywords: Motivation, Generation Z, Hotel Chains

¹Lecturer of Hotel Management, Faculty of Management Sciences at Silpakorn University

E-mail: rachanon@ms.su.ac.th

²Student of Hotel Management, Faculty of Management Sciences at Silpakorn University

บทนำ

หลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ก่อให้เกิดรูปแบบการค้าดำเนินงานของธุรกิจต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมทั้งภาคเกษตรกรรมภาคการผลิต ภาคการค้าและภาคบริการ รวมทั้งประเทศไทยเข้าสู่การพัฒนาภายใต้แนวคิดประเทศไทย 4.0 ตามนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สอดคล้องกับประเด็นเกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการด้านแรงงาน รวมถึงทิศทางของตลาดแรงงานในระบบเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต จากการศึกษายังสามารถคาดคะเนความต้องการแรงงานของตลาดแรงงานด้านอุปทานของพนักงานเริ่มต้นตั้งแต่ปี 2560-2564 เป็นระยะเวลา 5 ปี ผลการสำรวจภาวะการปฏิบัติพบว่า ทิศทางของตลาดแรงงานที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสายอาชีพและระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาอัตราการเปลี่ยนแปลงของความต้องการแรงงานเกี่ยวกับอาชีพในอนาคต ทราบถึงความต้องการแรงงานเพิ่มขึ้นมากที่สุด อันดับแรก คือ บุคลากรบริการอาหารและเครื่องดื่ม และบุคลากรผสมเครื่องดื่มหรือบาร์เทนเดอร์ คิดเป็นร้อยละ 68.34 หรือคิดเป็น 5.86 แสนคน พร้อมทั้งการเปลี่ยนแปลงของความต้องการด้านแรงงานการให้บริการธุรกิจและผู้จัดการโรงแรมภัตตาคาร ตลอดจนกลุ่มอาชีพที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

ถึงแม้ว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงความต้องการของแรงงานจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตามปัญหาการขาดแคลนแรงงานยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีสาเหตุมาจากบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านภาษา จึงเกิดการเสนออัตราค่าตอบแทนที่สูงกว่าคู่แข่งเพื่อใช้เป็นจุดดึงดูดบุคลากรในการเข้ามาทำงานในธุรกิจของตนเอง ในบางธุรกิจไม่สามารถจ่ายค่าตอบแทนให้แก่บุคลากร นำไปสู่การหมุนเวียนด้านแรงงานไปยังธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียว พร้อมทั้งการปรับตัวทางด้านเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานธุรกิจให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่ง เนื่องจากผู้ประกอบการโรงแรมที่กำลังประสบปัญหาด้านบุคลากร ทางนายกสมาคมโรงแรมไทยได้มีการเปิดเผยว่า จากปี พ.ศ. 2560 สะท้อนปัญหาขาดแคลนแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการรวมถึงการเคลื่อนย้ายแรงงานอื่นมายังภาคธุรกิจโรงแรม ที่มีการตอบแทนด้านผลประโยชน์สูงสุดด้วยเซอร์วิสชาร์จ (Service Charge) ซึ่งเป็นเงินตอบแทนพิเศษที่เป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในขณะที่สมาคมโรงแรมไทยได้ประเมินจำนวนโรงแรมในไทยปี พ.ศ. 2563 จำนวน 2.8 หมื่นแห่ง พร้อมกับการจ้างงานบุคลากรกว่า 1.26 ล้านคน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญเรื่องสวัสดิการและภาระงานที่มีความยืดหยุ่น โดยให้บุคลากรเลือกชั่วโมงทำงานที่สามารถเข้า-ออกงานตามความจำเป็น ร่วมทั้งการลดระยะเวลาทำงานเพื่อให้บุคลากรใช้เวลากับครอบครัวมากขึ้น (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

ในขณะที่การค้นคว้าแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่แสดงอัตราการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต พ.ศ. 2561 จากการติดตามผลการประมาณการเข้าสู่ตลาดแรงงาน มีจำนวนผู้สำเร็จการศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 385,912 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 21.88 และผู้มีความสนใจเข้าสู่ตลาดแรงงานจำนวนทั้งสิ้น 321,040 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 83.19 ของจำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาบัณฑิตภายในประเทศ อีกทั้งยังพบว่า มีการประกอบอาชีพตามแรงจูงใจของสถานประกอบการ สำหรับการพิจารณาการคัดเลือกรับนักศึกษา (Generation Z) โดยใช้แรงจูงใจในการดึงดูดคนที่จบใหม่ให้เข้าทำงานในสถานประกอบการของตนด้วยการเสนอการตอบแทนเป็นวิธีการที่ผู้บริหารเลือกใช้ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ พร้อมทั้งการทำความเข้าใจว่าคน Generation Z มีการเปลี่ยนงานในระยะเวลาอันสั้น ส่งผลให้มีการย้ายงานที่เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 (กองวิจัยตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน, 2561) ถึงแม้ว่าการสำเร็จการศึกษาของแต่ละสถาบันอาจไม่เป็นไปตามกำหนดระยะเวลาการเรียนปกติของหลักสูตร ซึ่งทางคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีจำนวนนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ในภาคการศึกษาปี 2561 จำนวน 1,083 คน นอกจากนี้มีจำนวนมีผู้สำเร็จการศึกษา จำนวน 979 คน คิดเป็นร้อยละ 90.40 มีนักศึกษาที่พ้นสภาพจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ

9.60 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักศึกษาของคณะวิชา มีจำนวนมากกว่าร้อยละ 90 สำเร็จการศึกษาต่อ 1 ปีการศึกษา สะท้อนถึงมีความพร้อมการเป็นทรัพยากรบุคคลของกลุ่มผู้ประกอบการ (กองทะเบียนนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2562) สำหรับความน่าสนใจในการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานโรงแรม กลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่มีนักศึกษาจำนวนมากต่างให้ความสนใจที่จะศึกษาต่อเป็นจำนวนมาก เนื่องด้วยความหลากหลายของแต่ละแผนกที่ต้องอาศัยแรงงานที่มีทักษะที่แตกต่างกันออกไป เช่น การต้อนรับ การประกอบอาหาร เป็นต้น (ระชานนท์ ทวีผล และประสพชัย พสุนนท์, 2558)

จากอัตราการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่สามารถจัดกลุ่มตามพฤติกรรมประชากร Generation Z เป็นกลุ่มตลาดแรงงานรุ่นใหม่ที่มีกระบวนการทางความคิดและความต้องการที่จะก้าวเข้าสู่ตลาดแรงงานในธุรกิจโรงแรม ที่สามารถเลือกแผนที่มีภาระงานได้ตามเหมาะสมกับทักษะความสามารถและมีผลตอบแทนพิเศษในแต่ละเดือน นอกจากนี้สถานการณ์ทางการแข่งขันของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในธุรกิจโรงแรมไทยโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่มีการบริหารจัดการแบบเครือข่าย (Hotel Chains) ที่มีการขยายกิจการไปยังพื้นที่ในภูมิภาคต่างๆ มีสาเหตุมาจากรายได้หลักของประเทศไทยและนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวจากรัฐบาล เนื่องจากจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศมีแนวโน้มที่สูงขึ้นส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอีกทั้งผู้บริหารในธุรกิจโรงแรมยังคงพิจารณาและค้นหาแรงงานที่จะมีประสิทธิภาพสูงสุดแก่องค์กร ซึ่งภาพรวมเมื่อตลาดแรงงานในธุรกิจโรงแรมที่เปิดกว้างแก่นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ประกอบกับความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับทิศทางของตลาดแรงงานในธุรกิจโรงแรมที่เพิ่มขึ้นนั้น สามารถใช้เป็นแรงจูงใจให้แก่ นักศึกษา Generation Z ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่มีความต้องการในการประกอบอาชีพในธุรกิจโรงแรม จากข้อความดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้มีการเลือกศึกษาหัวข้อวิจัย "แนวทางการพัฒนาแรงจูงใจสำหรับการเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์" เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายที่จะเรียนรู้และพัฒนาแรงจูงใจของทรัพยากรมนุษย์ Generation Z ที่กำลังจะป็นอนาคตในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษา Generation Z ภายในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรกรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาทิศทางของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในการกำหนดแนวทางการสร้างแรงจูงใจของแรงงานกลุ่ม Generation Z กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาแรงจูงใจของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การทบทวนวรรณกรรม

โรงแรม

คำว่า "โรงแรม" ความหมายทั่วไป คือ ลักษณะที่พักที่เปิดให้ผู้เข้าไปเข้าพักเป็นการชั่วคราว ซึ่งมีรูปแบบการบริการหลากหลายประเภท ตั้งแต่รูปแบบเกสต์เฮ้าส์ (Guest House) ที่เป็นโรงแรมขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ อีกทั้งยังมีโรงแรมสำหรับผู้เดินทางโดยรถยนต์ (Motel) และโรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport Hotel) (อนุพันธ์, 2548) จากความหมายข้างต้นสอดคล้องกับพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่ทุกประเภทที่จัดตั้งขึ้น เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางรวมทั้งบุคคลที่ต้องการจะหาที่พักชั่วคราว โดยผู้ให้บริการจะได้รับค่าตอบแทนจากผู้เข้าพัก และผู้ให้บริการจะต้องดำเนินการจดทะเบียนเป็นโรงแรมตามหลักกฎหมายที่ถูกต้อง ในขณะที่สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (2545) ได้กล่าวถึง ธุรกิจโรงแรมไว้ว่า หมายถึง ที่พักหรือบ้านที่ให้ผู้เดินทางผ่านเข้ามาได้พักเหมือนกับเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว โดยธุรกิจโรงแรมควรมีโครงสร้างการบริหารงานที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริหารในการดำเนินงานได้ง่ายขึ้น โดยหัวใจสำคัญของการจัดการโรงแรมจะต้องเริ่มต้นจากผู้บริหารระดับสูงที่จะกำหนดขอบเขตหน้าที่ออกเป็น 7 ลักษณะงาน ได้แก่ (1) ฝ่ายห้องพัก (2) ฝ่ายการตลาดและการขาย (3) ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (4) ฝ่ายบุคคล (5) ฝ่ายบัญชี (6) ฝ่ายช่าง และ (7) ฝ่ายจัดซื้อ

แรงจูงใจ

แรงจูงใจ หมายถึง การกำหนดผลตอบแทนให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาในฐานะสมาชิกขององค์กรในรูปแบบของรางวัล เพื่อมุ่งหวังให้เป็นสิ่งกระตุ้นให้สมาชิกในองค์กรรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอและเกิดประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกับบทบาทของแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร โดยผู้บังคับบัญชายังจะต้องพิจารณาถึงแนวทางการบริหารผลตอบแทนที่มีความเท่าเทียมกันให้แก่สมาชิกทุกคนองค์กรด้วยความยุติธรรม (Porter & Lawler, 1968) แต่สำหรับเสนาะ ตีเขี้ยว (2553) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ แรงผลักดันที่จะช่วยกระตุ้นให้เป็นไปตามความต้องการขององค์กรได้มีการวางแผนในการสร้างความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน โดยการนำปัจจัยความต้องการพื้นฐานเข้ามาบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ อาทิ ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่ความปลอดภัย ค่าตอบแทน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา เป็นต้น ในขณะที่ ทิมมิก้า เครือเนตร (2558) ได้นำเสนอทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานในการปฏิบัติงานของมนุษย์ แต่ไม่ได้กล่าวถึงความต้องการที่เกิดขึ้นก่อนหรือหลัง สำหรับการทำงานภายในองค์กรขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่เป็นสิ่งสำคัญที่กลุ่มผู้บริหารจะต้องเรียนรู้แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าทำงานแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความต้องการความท้าทาย (Challenging) เป็นการแสดงความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงภาระงานรูปแบบใหม่ๆ ที่ต่างไปจากเดิมที่ปฏิบัติมาช้านาน รวมทั้งความกล้าที่จะเผชิญหน้ากับข้อจำกัดที่เกิดขึ้นกับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย (2) ด้านความสนใจ (Interest) เป็นความรู้สึกด้านบวกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่กระตุ้นมนุษย์ให้เกิดความรู้สึกอยากรู้อยากเห็นและการแสดงความสนใจในองค์กร (3) ด้านความเป็นตัวเอง (Self-esteem) เป็นการแสดงออกถึงลักษณะเฉพาะหรือเอกลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของตนเอง บ่งบอกถึงความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละตัวบุคคล (4) ด้านลักษณะงาน (Characteristics) เป็นรูปแบบของการปฏิบัติงานในแต่ละตำแหน่งที่แสดงออกถึงรายละเอียดงานภายใต้ขอบเขตที่ได้รับมอบหมาย (5) ด้านความสำเร็จ (Accomplishment) เป็นการปฏิบัติโดยมุ่งเน้นเป้าหมายสู่ความสำเร็จที่ตัวเองกำหนดไว้เป็นหลัก รวมถึงความสำเร็จในการได้รับตำแหน่งหน้าที่การปฏิบัติงานในระดับที่สูงขึ้น (6) ค่าตอบแทน (Reward and Welfare) เป็นสิ่งที่ได้รับจากการปฏิบัติงานในรูปแบบต่างๆ อาทิ เงินเดือน ประกันสังคม อาหาร ที่พักอาศัย ยานพาหนะรับ-ส่ง โบนัส และ (7) ด้านการ

พัฒนาตนเอง (Ambition) เป็นความต้องการภายในของตัวบุคคลที่มีการปรับเปลี่ยนระดับความสามารถในการปฏิบัติงาน ตลอดจนทักษะพิเศษอื่นๆ ให้กับตนเอง ในแต่ละบุคคลจะมีความต้องการพัฒนาตนเอง (อุบลรัตน์, 2533; โชติกา, 2555; สุกัญญา, 2559; ธัญญา และณัฐกันนภัส, 2559; ธัญพร, 2559; รัตนรวิ, 2554; เถลิงศักดิ์, 2554)

เจเนอเรชั่น แซด

เจเนอเรชั่น แซด (Generation Z) หรือเรียกว่า Gen Z หมายถึง บุคคลที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2538-2553 เป็นช่วงเวลาที่เกิดความเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมือง รวมถึงสงคราม ที่มีผู้ก่อการร้ายจำนวนมาก ซึ่งเป็นยุคที่มีความตกต่ำของระบบเศรษฐกิจ ส่งผลให้กลุ่มคนนี้ได้ให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงที่ดีต่อสังคม (Desire to Make Difference) ซึ่งกลุ่มคนยุคดังกล่าวได้เจริญเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าอยู่เสมอ ตลอดจนกระแสการก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่คนทั้งโลกจะมีลักษณะทางพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากความสามารถของระบบสารสนเทศที่ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารอย่างไร้พรมแดนภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว (วฤตดา, 2557) ในด้านของสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นองค์กรในผลิตภัณฑ์ Generation Z ออกมาสู่ตลาดแรงงานธุรกิจโรงแรม กำลังเผชิญหน้ากับงบประมาณในการจัดการสอนและความคาดหวังของภาครัฐบาลในด้านประสิทธิภาพทางการเงินที่สูงขึ้น โดยนักศึกษาดังกล่าวเป็นนักศึกษา Generation Z เป็นบุคคลที่เกิดระหว่างปี 1995 - 2010 มีแนวโน้มที่กลายเป็นบานประชากรที่จะขับเคลื่อนประเทศต่อไป (Dana & Christine, 2018) แต่อย่างไรก็ตามบริษัทจัดหางานทั่วโลกมีมุมมองความคิดเห็นเกี่ยวกับคนยุค Generation Z ในมุมมองเชิงบวก สามารถเสนอแนวคิดใหม่ที่แปลกใหม่ให้กับองค์กรได้ อีกทั้งยังมีความมั่นใจในตนเองเป็นพื้นฐานที่มีทัศนคติที่ดีต่อหน้าที่การงานในอนาคตและนายจ้าง อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญเติบโตและบรรลุเป้าหมาย (Maria, 2018)

การตัดสินใจเข้าทำงาน

จิรพันธ์ ไวยศรีแสง (2552) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจเข้าทำงาน หมายถึง การประเมินทางเลือกสำหรับการประกอบอาชีพที่มีผลมาจากความเชื่อที่อยู่เบื้องหลังของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน จึงเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของพฤติกรรมแสดงออกทางสังคม ซึ่งมีส่วนให้แต่ละบุคคลมีความเจริญก้าวหน้าตามไปด้วย โดยการตัดสินใจเข้าทำงานยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 2 ประการ ได้แก่ (1) ปัจจัยดึง (Pull Factor) คือ สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นพื้นฐานของค่านิยมหลักของสังคม มีส่วนในการชักนำให้บุคคลเกิดความเชื่อมั่นได้อย่างรวดเร็ว (2) ปัจจัยผลัก (Push Factor) คือ ความตระหนักรู้จากประสบการณ์และความเชื่อส่วนบุคคลที่คอยขับเคลื่อนกระบวนการทางภาวะวิเคราะหของบุคคลให้กระทำในสิ่งต่าง ๆ รวมถึงความพร้อมของสมรรถนะทางร่างกายที่มีส่วนช่วยการสร้างความได้เปรียบ ในการตัดสินใจในการทำงาน

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

Gilley และคณะ (2002) ได้ให้ความหมายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ให้บริการผ่านการทำกิจกรรมที่ได้จัดขึ้นภายในองค์กร เพื่อพัฒนาด้านทักษะการปฏิบัติงาน ซึ่งคล้ายกับ Saophayon (2008) ที่กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อหวังผู้ให้บริการจะสามารถเพิ่มพูนประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน รวมทั้งยังเป็นการรักษาทักษะที่มีคุณค่าต่อองค์กรและผู้ให้บริการ ถึงแม้ว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่จำเป็นในทุกองค์กร โดยการสร้างกระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามแนวทางของ Goldstein (1993) ได้กล่าวว่า การประเมินผลการฝึกอบรม จะต้องเก็บรวบรวมรายละเอียดของข้อมูลอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับการนำมาพิจารณาเพื่อประยุกต์ใช้กับกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการหาข้อมูลข้อเท็จจริงและหลักฐานในการยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากการค้นข้อมูล ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่เน้นการเก็บข้อมูลด้วยการจากปรากฏการณ์ เพื่อใช้เป็นหลักในการ ทำวิจัยและสามารถกำหนดการศึกษาเป็น 3 ขั้นตอนประกอบด้วย

1. การศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการวิเคราะห์อิทธิพลของสมมติฐานด้วยการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) โดยกำหนดเป็นขั้นตอนย่อย ดังต่อไปนี้

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษานักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีอายุระหว่าง 19-21 ปี ซึ่งเกิดในช่วงพุทธศักราช 2540-2542 ในแต่ละหลักสูตรจะมีรายวิชาฝึกประสบการณ์ วิชาชีพที่นักศึกษาสามารถเลือกสถานประกอบการได้ด้วยตนเอง มีจำนวนไม่น้อยกว่า 300 ชั่วโมง ทั้งสิ้น 8 หลักสูตร มีจำนวนทั้งหมด 2,355 คน ประกอบด้วย สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป 224 คน สาขาวิชาการจัดการโรงแรม 360 คน สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ 389 คน สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว 303 คน สาขาวิชาการจัดการชุมชน 130 คน สาขาวิชาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์ 287 คน สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ 324 คน และ สาขาวิชาบัญชี 338 คน โดยใช้การคำนวณขนาดกลุ่มประชากรตัวอย่างเพื่อการวิจัยค่าเฉลี่ยประชากรของ Yamane มีจำนวนอย่างน้อย 342 คน ดังนั้นเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จึงได้ใช้กลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน ทั้งหมด 400 คน ประกอบด้วย รวมทั้งการใช้เทคนิคการสุ่มแบบตัวอย่างแบบโควตา ตามจำนวนหลักสูตรต่างๆ ที่มีจำนวนนักศึกษาไม่เท่ากัน ได้แก่ 38 คน 61 คน 66 คน 52 คน 22 คน 49 คน 55 คน และ 57 คนตามลำดับ

1.2 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสร้างแบบจำลองชุดคำถามตามประเด็นภายใต้กรอบแนวคิดการศึกษาและตามสมมติฐาน เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ สมบูรณ์ โดยในการสร้างแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) จำนวนทั้งหมด 21 ข้อ แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักศึกษา มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าทำงานที่เป็นตัวแปรอิสระ ทั้งหมด 7 ด้าน และส่วนที่ 3 การตัดสินใจเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมของนักศึกษาที่เป็นตัวแปรตาม ใช้มาตรฐานส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scales) จำนวน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

1.3 การทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Context Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎีตามด้วยค่าเพียงตรง IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์และ คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการโรงแรมรวมถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3 ท่าน มีค่าเฉลี่ยรายข้อที่ มากกว่า 0.5 ซึ่งแต่ละข้อมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.67-1.00

1.4 การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 30 ตัวอย่าง ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่มตัวเอง รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูล และการนำข้อมูลมาหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability of the Best) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

(Cronbach's Alpha) ได้ค่าความสัมพันธ์ของแบบสอบถามทั้งชุดอยู่ที่ 0.97 ซึ่งค่าเชื่อมั่นที่มากกว่า 0.7 สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในขั้นต้นต่อไปได้

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์แรงจูงใจทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการความท้าทาย ด้านความสนใจ ด้านความเป็นตัวเอง ด้านลักษณะงาน ด้านความสำเร็จ ค่าตอบแทน และด้านการพัฒนาตนเอง ที่อาจส่งผลต่อให้เกิดการตัดสินใจเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมของนักศึกษา โดยใช้เทคนิคการเลือกตัวแปรโดยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน

2. การศึกษาทิศทางของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในการกำหนดแนวทางการสร้างแรงจูงใจของแรงงานกลุ่ม Generation Z กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) โดยกำหนดเป็นขั้นตอนย่อยดังต่อไปนี้

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ถูกคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งเป็นผู้จัดการฝ่ายการจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในโรงแรมเครือข่าย ที่ตั้งอยู่ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนเป็นผู้มีประสบการณ์บริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายไม่ต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 5 โรงแรม ได้แก่ (1) โรงแรมฮิลตันหัวหิน รีสอร์ทแอนด์สปา (2) โรงแรมไฮแอท รีเจนซี่ หัวหิน (3) โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัลหัวหิน รีสอร์ท (4) ฮอลิเดย์อินน์ รีสอร์ท วานา นาวา หัวหิน และ (5) โรงแรมหัวหิน แมริออท รีสอร์ทแอนด์สปา เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้กำหนด

2.2 ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แนวคำถามถึงโครงสร้างปลายเปิดสะท้อนความคิดเห็นตามประเด็นปัญหาของการวิจัยออกมาอย่างลึกซึ้ง เพื่อศึกษาทิศทางของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในการกำหนดแนวทางการสร้างแรงจูงใจของแรงงานกลุ่ม Generation Z พร้อมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยพิจารณาจากสภาพแวดล้อมในปรากฏการณ์ รวมถึงองค์ประกอบของแรงจูงใจแต่ละประเภทที่มีผลต่อการเลือกเข้าทำงานของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

2.3 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและแปรผลจากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับฝ่ายการจัดการทรัพยากรมนุษย์รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร และการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีการบันทึกข้อมูลโดยการจดบันทึกลงสมุดและบันทึกเสียง รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและถอดความหมาย รวมทั้งการสรุปผลและอภิปรายผลข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2.4 ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้หลักทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน ได้แก่ เวลา ผู้ให้ข้อมูลหลักและสถานที่ (2) ด้านผู้จัดทำวิจัยแต่ละคนที่มีข้อมูลแตกต่างกัน โดยใช้ผู้ทำวิจัยมากกว่า 1 คน และ (3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล ที่เปรียบเทียบข้อมูลจากการเก็บข้อมูลหลายวิธี ซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล

3. แนวทางการพัฒนาแรงจูงใจของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาและการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 8 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มนักศึกษาประเภทที่มีผลการเรียนอยู่ในระดับเรียนดีเด่น หรือผลการเรียนรวมเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไปตามเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย

ศิลปิน และ (2) กลุ่มนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมของคณะวิท ภาควิชาฯ จำนวน 4 คน มีประสบการณ์ด้านการทำกิจกรรมและเป็นผู้มีจิตอาสาในการสนับสนุนการจัดทำโครงการต่างๆ ไม่ต่ำกว่า 1 ปี นอกจากนี้ การจัดสนทนากลุ่มโดยเปิดโอกาสให้สนทนาแลกเปลี่ยนมุมมอง ความคิดเห็น และข้อโต้แย้งในประเด็นที่นำไปสู่บทสรุปของประเด็นปัญหาของการวิจัยด้วยข้อคำถามแบบกึ่งโครงสร้างปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการร่วมกับการจดบันทึกข้อมูลผ่านเครื่องบันทึกเสียง รวมถึงการใช้วีดิทัศน์และเป็นผู้ตัดสินใจในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัย

1. แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ภาควิชาโรงแรมเครื่องใช้ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 81 อายุในช่วง 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 44 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 45 เป็นนักศึกษาศาखाวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 16.50 รองลงมา คือ นักศึกษาศาखाวิชาการจัดการโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 15.30 มีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 57 และอาศัยอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 72 สำหรับระดับของแรงจูงใจ และการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษามีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับของแรงจูงใจ และการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษา Generation Z

ตัวแปร	\bar{X}	SD	แปลผล
แรงจูงใจ			
ด้านความต้องการความท้าทาย (Challenging)	3.93	0.73	มาก
ด้านความสนใจ (Interest)	3.93	0.79	มาก
ด้านความเป็นตัวเอง (Self-esteem)	4.15	0.73	มาก
ด้านลักษณะงาน (Characteristics)	4.15	0.70	มาก
ด้านความสำเร็จ (Accomplishment)	4.09	0.74	มาก
ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Reward and Welfare)	4.12	0.73	มาก
ด้านการพัฒนาตนเอง (Ambition)	4.25	0.76	มากที่สุด
รวม	4.08	0.74	มาก
การตัดสินใจเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรม			
	4.11	0.80	มาก
รวม	4.09	0.75	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงระดับของแรงจูงใจ และการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า แรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, SD = 0.74) เมื่อจำแนกรายด้าน 3 อันดับแรกสูงสุด ได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.25$, SD = 0.76) รองลงมา คือ ด้านความเป็นตัวเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, SD = 0.73) ด้านลักษณะงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, SD = 0.70) ตามลำดับ และ

ภา
ย
อง
มูล

การตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษาอยู่ในระดับมา่า ($\bar{X}=4.11, SD = 0.80$) จากนั้นผู้วิจัยได้นำตัวแปรอิสระ (X) ที่เป็นแรงจูงใจ 7 ด้าน กับตัวแปรตามที่เป็นการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษา (Y) เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยการถดถอยพหุด้วยเทคนิคการเลือกตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน จากตัวแปรอิสระแรงจูงใจทั้งหมด 7 ด้าน เหลือเพียง 3 ด้าน โดยการทดสอบตัวแปรพยากรณ์ที่เข้าไปในสมการแล้ว ถูกนำตัวแปรใหม่เข้าสู่สมการที่บอกถึงตัวแปรพยากรณ์ที่เข้าไปในโครงสร้างสมการ และจะถูกจัดออกทันที สามารถอธิบายผลการค้นพบดังตารางที่ 2

ลัย
วิจัย

ตารางที่ 2 การทดสอบแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ภาควิชาการโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐาน	B	SD	Beta	t	sig
(Constant)	1.62	0.20		8.10	0.00
แรงจูงใจด้านความสำเร็จ	0.28	0.50	0.30	5.63	0.00
แรงจูงใจด้านความเป็นตัวของตัวเอง	0.18	0.55	0.18	3.20	0.00
แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง	0.140	0.47	0.16	2.98	0.00

400
ปีที่ 4
ศึกษา
' และ
เขามี

Adjusted $R^2 = 0.28$; Durbin-Watson = 2.20; สมการถดถอยพหุคูณ: $\hat{Y} = 1.62 + 0.30 + 0.18 + 0.16 [Y =$
สมมติฐานตาม คือ การเลือกเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรม, $\hat{Y} =$ ตัวทำนาย]

จากตารางที่ 2 แสดงการทดสอบพบว่า แรงจูงใจด้านความสำเร็จ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง และ แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง สามารถพยากรณ์การเลือกเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 28 (Adjusted $R^2 = 0.28$) โดยมีตัวพยากรณ์ที่สำคัญที่สุด คือ แรงจูงใจด้านความสำเร็จ รองลงมา คือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง และด้านการพัฒนาตนเอง มีค่าเบต้าเท่ากับ 0.30, 0.18 และ 0.16 หรือคิดเป็นร้อยละ 30, 18 และ 16 ตามลำดับ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลยังสามารถแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจทั้ง 3 ด้าน ส่งผลต่อการเลือกเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมของนักศึกษา Generation Z

2. ทิศทางของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในการกำหนดแนวทางการสร้างแรงจูงใจของแรงงานกลุ่ม Generation Z ภาควิชาการโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีปรากฏการณ์วิทยาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน ผลการศึกษาพบว่า

2.1 มุมมองเกี่ยวกับพฤติกรรมและคุณสมบัติที่เหมาะสมของแรงงานยุคใหม่ในกลุ่ม Generation Z ทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมอธิบายมุมมองและความคิดเห็นที่มีต่อแรงงานกลุ่มนี้ มีบุคลิกและลักษณะนิสัยส่วนตัวที่ขึ้นอยู่กับกรอุปการะเลี้ยงดูของคนในครอบครัว จึงทำให้มีลักษณะเฉพาะบุคคลที่แตกต่างกันออกไปด้วยความรักสันโดษ แต่โดยพื้นฐานจะมีความสนใจด้านการใช้เทคโนโลยี รวมทั้งยังมีความมั่นใจในตัวเองสูงในระหว่างการปฏิบัติงาน โดยไม่จำเป็นต้องสอบถามความคิดเห็นจากเพื่อนร่วมงาน ในขณะที่เดียวกันยังสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นที่มีความต่างกันในชองอายุได้ อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่ชอบความท้าทายในการปฏิบัติงานที่มีเนื้อหาที่แปลกใหม่อยู่เสมอ ส่งผลให้มีการตัดสินใจลาออกจากงานหรือเปลี่ยนแผนกอยู่บ่อยครั้ง ตลอดจนยังมีความอดทนในการทำงานต่ำโดยเฉพาะภาระหน้าที่ที่ไม่มีความยืดหยุ่น

ะวิทยาการ
รายด้าน 3
ความเป็น
ลำดับ และ

2.2 การคัดเลือกและพิจารณาคุณสมบัติของผู้สำเร็จการศึกษาเพื่อเข้าทำงาน ตามนโยบายของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์มีการคัดเลือกและพิจารณาคุณสมบัติของกลุ่ม Generation Z เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจรับเข้าทำงาน โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดในการพิจารณา คือ ความสามารถทางด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่ 3 อาทิ จีน อีกทั้งการประเมินจากความสามารถและประสบการณ์การทำงาน หรือการฝึกงานระหว่างภาคการศึกษา โดยเฉพาะภาระงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ในขณะที่สิ่งที่สำคัญในลำดับต่อมาเป็นการคัดกรองคุณสมบัติ จากใบประกาศนียบัตรที่บ่งบอกถึงการสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี เช่น โรงแรม ท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ตลอดจนการประเมินสมรรถนะส่วนบุคคลเกี่ยวกับทัศนคติ บุคลิกภาพ และความรู้ในข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับความเป็นมาขององค์กร

2.3 การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและการพัฒนาศักยภาพของแรงงานยุคใหม่กลุ่ม Generation Z ทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมได้มีการสร้างแรงจูงใจเริ่มต้นการทำกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ เป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้ทำกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรร่วมกัน มีส่วนช่วยลดความตึงเครียดจากการปฏิบัติงาน นอกจากนี้โรงแรมบางแห่งที่มีการจัดอบรมในลักษณะโครงการพิเศษ เพื่อเสริมสร้างทักษะอาชีพด้านต่างๆ ให้อาชีพ การจัดอบรมการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การจัดอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในขณะเดียวกันการสร้างแรงจูงใจยังเป็นการสนับสนุนค่าตอบแทนและสวัสดิการที่อยู่นอกเหนือพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน ได้แก่ การบริการรถรับ-ส่ง และการมีที่พักให้บุคลากรโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ตลอดจนการปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่ทันสมัยและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมระหว่างช่วงพัก ตลอดจนการให้ความสำคัญกับสิทธิพิเศษอื่น ๆ ในฐานะบุคลากรของโรงแรม เช่น ส่วนลดการใช้บริการโรงแรมในเครือข่ายทั่วโลก การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์บุคลากร เป็นต้น

2.4 การคาดการณ์หรือจำกัดและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของแรงงานยุคใหม่กลุ่ม Generation Z พบว่าสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อโรงแรมมากที่สุด คือ ความอดทนในการปฏิบัติงานที่ต่ำกว่าช่วงอายุอื่น ๆ จึงทำให้กระบวนการปฏิบัติงานต้องเผชิญกับสภาวะการขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากแรงงานกลุ่มนี้มีมุมมองเกี่ยวกับตำแหน่งและภาระงานที่ตนเองได้รับไม่เหมาะสมกับความต้องการ ทางโรงแรมมักจะจ้างบุคลากรเข้ามาใหม่ ควบคู่กับการกำหนดการอบรมแนวทางการปฏิบัติงานใหม่อยู่บ่อยครั้ง ส่งผลให้เกิดการสิ้นเปลืองทรัพยากรและงบประมาณ ยิ่งไปกว่านั้นโรงแรมจะต้องเตรียมความพร้อมสำหรับการแก้ไขความรู้การสื่อสารภาษาอังกฤษ รวมทั้งยังเป็นกลุ่มแรงงานที่ขาดความมั่นใจในการสื่อสารกับผู้บริหารระดับหัวหน้าแผนกที่เป็นชาวต่างชาติ บางรายมีเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองจนเกินไปและไม่ได้สอบถามความคิดเห็นของหัวหน้างาน หรือไม่ได้ปฏิบัติงานตามกฎระเบียบที่ทางโรงแรมได้กำหนดเอาไว้ จึงทำให้การปฏิบัติงานเกิดความผิดพลาดได้

3. แนวทางการพัฒนาแรงจูงใจของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ภาควิชาการศึกษารองศาสตราจารย์ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่นำผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยที่ 1 และ 2 มาสังเคราะห์เป็นข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการพัฒนาแรงจูงใจ โดยใช้วิธีวิทยาและการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 8 คน เพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็นจากมุมมองและประสบการณ์ที่มีส่วนเกี่ยวกับการพัฒนาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการเข้าทำงานทั้ง 3 ด้าน ผลการศึกษาพบว่า

3.1 ด้านความเป็นตัวเอง

ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแรงจูงใจ ด้านความเป็นตัวเอง โดยลักษณะของงานที่ตรงกับความชอบของตนเองมีผลต่อการเลือกเข้าทำงาน เนื่องจากการได้ทำงานที่ตัวเองจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาตัวเองไปในทางที่ดีขึ้น อาจส่งผลให้งานที่ได้นั้นมีคุณภาพที่ดีขึ้นตามลำดับ รวมทั้งยังไม่มีการปิดกั้นขอบเขตทางความคิด

สร้างสรรค์ที่เกี่ยวกับงาน อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงาน ได้แสดงศักยภาพของตนเองภายใต้กฎระเบียบและข้อบังคับขององค์กร

3.2 ด้านความสำเร็จ

ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแรงจูงใจ ด้านความสำเร็จว่า โดยที่นโยบายของโรงแรมมีการเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้แสดงศักยภาพของตนเอง หรือมีการส่งเสริมโครงการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการกระตุ้นความสามารถและนำไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสที่จะสำเร็จในหน้าที่การงาน ส่งผลให้เป็นตัวเลือกประกอบการตัดสินใจในการเลือกเข้าทำงาน

3.3 ด้านการพัฒนาตนเอง

ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแรงจูงใจ ด้านการพัฒนาตนเองด้วยความสามารถที่เพิ่มขึ้นว่า โดยการทำงานจะมีปัญหาที่หลากหลายที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานต้องมีการปรับปรุงและพัฒนา ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของตนเองไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มวุฒิภาวะทางความคิดและอารมณ์ รวมทั้งความสนใจในการพัฒนาการสื่อสารทั้งด้านภาษาที่ 3 เพื่อเพิ่มเป็นการส่งเสริมความเข้าใจส่งผลให้การปฏิบัติงานมีความราบรื่น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษา Generation Z ภายในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.1 แรงจูงใจด้านความสำเร็จที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงาน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษากลุ่ม Generation Z ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความต้องการในอาชีพที่ความมั่นคงจากโรงแรม รวมถึงด้านการทำงานที่ตรงกับความสำเร็จด้านการศึกษาที่ตรงกับสายงานที่นักศึกษาจบมา โดยสามารถนำความรู้ที่เรียนมาไปใช้ในการทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และความต้องการในการทำงานในธุรกิจโรงแรมที่มีการอบรมบุคลากรยังสะท้อนให้เห็นว่าแรงจูงใจด้านความสำเร็จมีความเกี่ยวข้องกับด้านความต้องการทำงานที่มีความมั่นคงในอาชีพ รวมทั้งกลุ่มนักศึกษาส่วนใหญ่มีแรงจูงใจด้านความสำเร็จในการเลือกเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาฮาวีและแลงฮาว่า (Madhavi & Raghava, 2017) อธิบายว่า ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยเป็นความต้องการของบุคลากรในงานบริการที่ไม่ต้องการเผชิญกับความเสี่ยง และความไม่แน่นอนในการดำรงชีวิต เช่น การสูญเสียตำแหน่ง ความมั่นคงในการทำงาน เป็นต้น ซึ่งยังเป็นความต้องการที่มนุษย์ทุกคนจะต้องเผชิญเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมและสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของอูบลรัตน์ เท็งสถิต (2533) ได้กล่าวถึงความต้องการความท้าทายเป็นสิ่งที่ต้องเผชิญหน้าในสภาวะความรู้สึกรู้สึกต้องการชัยชนะหรือทำให้สำเร็จตามเป้าหมาย

1.2 แรงจูงใจด้านความเป็นตัวของตัวเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงาน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษากลุ่ม Generation Z มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นภายใต้กฎระเบียบได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งในบางแผนกที่เปิดกว้างทางด้านความคิดอิสระภายในที่ทำงาน โดยนักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานในโรงแรมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีความต้องการเทคโนโลยีเข้ามาสิ่งอำนวยความสะดวกและเป็นทักษะคุ้นเคยของเยาวชนยุคใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเพชรรัตน์ ศิริวัฒนานวัชร (2558) ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับพฤติกรรมของบุคลากร และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร โดยผู้บริหารจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการเรียนเปลี่ยนที่เกิดขึ้น และยิ่งช่วยให้บุคลากรรุ่นใหม่มีความผูกพันและเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของนูม (Noom, 1999) ได้อธิบายถึงความเป็นตัวตน

ที่เปรียบเสมือนหลักการกำกับตนเองให้ไปถึงเป้าหมายผ่านความรู้สึกมั่นใจหรือเชื่อมั่นใน จะมีส่วนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในองค์กร

1.3 แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงาน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษากลุ่ม Generation Z มีความต้องการพัฒนาตนเองให้มีทักษะการสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศ โดยสาเหตุเกิดจากในปัจจุบันโรงแรมส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการสื่อสารมากขึ้น ประกอบกับกลุ่มของผู้รับบริการชาวต่างชาติที่ได้เข้ามาใช้บริการในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทางโรงแรมมีคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานจะต้องสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติ ในขณะที่เดียวกันบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมเครือข่ายนานาชาติ ซึ่งสอดคล้องกับบทความวิจัยของภราดร สุขพันธ์ (2561) ผลการศึกษาพบว่า ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางที่นำไปสู่การความเข้าใจทั้งด้านวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้องและเหมาะสมต่อกัน องค์กรต่างๆ จึงนำทักษะทางภาษามาใช้เป็นเกณฑ์การคัดเลือกบุคลากรด้วยการสอบสัมภาษณ์ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Jung (2014) ได้กล่าวถึงความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมาชิกในองค์กรในแต่ละช่วงวัย โดยเฉพาะในวัยรุ่นที่จะกำหนดเป้าหมายด้วยการแสวงหาความรู้ด้วยกิจกรรมการศึกษาดูงานและการศึกษาต่อในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น

2. ทิศทางของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในการกำหนดแนวทางการสร้างแรงจูงใจของแรงงานกลุ่ม Generation Z กรณีศึกษาโรงแรมเครือข่ายในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.1 มุมมองเกี่ยวกับพฤติกรรมและคุณสมบัติที่เหมาะสมของแรงงานยุคใหม่ในกลุ่ม Generation ผลการศึกษาพบว่า Generation Z ที่เป็นกลุ่มการแสดงออกทางพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับกรอบเลี้ยงดูของคนในครอบครัวที่มีการซึมซับพฤติกรรมจากผู้ปกครอง ที่มีความหลากหลายของช่วงอายุทำให้มีการแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล อีกทั้งพื้นฐานจะมีความถนัดในการใช้เทคโนโลยีได้ดีกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆ และมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีสามารถทำงานร่วมกับคนต่างอายุได้ ตลอดจนการขึ้นขอความท้าทาย แต่ในขณะเดียวกันความอดทนในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งค่อนข้างต่ำกว่าปกติ เนื่องจาก Generation Z เกิดมาในยุคที่ทันสมัย โดยทุกสิ่งสามารถเข้าถึงได้อย่างได้ง่ายภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการที่จะต้องปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของมนัสวี ศรีนนท์ (2561) ผลการศึกษาพบว่า Generation Z มีความเพียบพร้อมในการเลี้ยงดูจากครอบครัวและเกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้คนกลุ่มนี้ มีความอดทนที่ค่อนข้างต่ำกว่าคนในช่วงวัยอื่นๆ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ มานดีและมาร์โทเชียว (Mondy & Martocchio, 2016) อธิบายว่า การเตรียมแรงงานสำรองทดแทน เนื่องจากคนรุ่นใหม่มีการเปลี่ยนงานอย่างต่อเนื่องมากกว่าคนรุ่นเก่าที่จะอยู่ในองค์กรเดิมจนเกษียณอายุงาน

2.2 การคัดเลือกและพิจารณาคุณสมบัติของผู้สำเร็จการศึกษาเพื่อเข้าทำงาน ผลการศึกษาพบว่า ทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์มีการคัดเลือกและพิจารณาคุณสมบัติที่สำคัญโดยการประเมินความสามารถในการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษอย่างคล่องแคล่ว หากสามารถสื่อสารภาษาที่ 3 รวมทั้งยังมีประสบการณ์การทำงานหรือเคยฝึกงานมาก่อน ทางโรงแรมจะพิจารณาคัดเลือกเป็นกรณีพิเศษ รวมทั้งการประเมินจากบุคลิกภาพที่ดี พร้อมกับการมีทัศนคติเชิงบวกต่อตำแหน่งงานและเพื่อนร่วมงาน เนื่องจาก Generation Z มีสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายสามารถใช้เทคโนโลยีในการค้นคว้าข้อมูลได้ดีกว่าคนในช่วงอายุอื่นๆ จึงสามารถเพิ่มพูนความรู้และทักษะในด้านที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของลักขณา อุตม และอังศวีรรา เหลืองนภา (2561) ผลการศึกษาพบว่า คุณสมบัติของผู้เข้าทำงานจะต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดีโดยเฉพาะภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากลในการสื่อสารทั่วโลก เนื่องจากจะต้องถ่ายทอดการบริการไปสู่ผู้รับบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของแอง

เจิล (Angell, 2004) บ่งบอกให้เห็นว่า แรงงานที่มีศักยภาพจะต้องมีพรสวรรค์ด้านทักษะการสื่อสาร โดยเฉพาะภายในองค์กรระดับนานาชาติที่คาดหวังแรงงานคุณภาพสามารถใช้ภาษาต่างประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

3. แนวทางการพัฒนาแรงจูงใจของนักศึกษา Generation Z คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ภาควิชาการศึกษารังสรรค์ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.1 แรงจูงใจด้านความเป็นตัวเอง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มนักศึกษา Generation Z มีความเป็นตัวเองแตกต่างกันตามภูมิหลังของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวตามช่วงอายุ รวมทั้งการเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น จึงมีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นทางโรงแรมจำเป็นต้องมีเทคโนโลยีเข้ามารองรับการปฏิบัติงานในลักษณะของโปรแกรมสำเร็จรูปในแต่ละแผนก โดยเฉพาะแผนกที่จะต้องมีการเข้าถึงข้อมูลทั้งผู้รับบริการ อัตราค่าบริการ และรายละเอียดสนับสนุนจากแผนกที่เกี่ยวข้อง ข้อดีของจะช่วยให้ภาระงานต่างๆ ช่วยลดข้อผิดพลาดที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์สามารถออกแบบเป็นคู่มือการใช้งานของโปรแกรมสำเร็จรูปของแต่ละแผนกให้มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของสื่อการเรียนรู้ให้แก่บุคลากรใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปกภณ จันทศาสตร์ (2557) ที่อธิบายว่า หากหัวหน้างานมีแนวทางการปฏิบัติงานด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาเปรียบเสมือนการได้รับทางเลือกในการทำงานที่ช่วยอุปสรรคของการทำงานแบบรายวัน เช่น การคำนวณ การวิเคราะห์ การประเมินผล เป็นต้น ซึ่งเป็นส่วนที่ช่วยทำให้เกิดแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กรและการสร้างความผูกพันในองค์กร นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของวาลส์และเบเออร์ (Waltz & Bleuer, 1992) ที่นำเสนอเกี่ยวกับการแสดงความเป็นตัวเองยังเป็นสิ่งที่นักเรียนใช้ความสามารถในการพัฒนาความก้าวหน้าทางอาชีพต่อไปในอนาคต บางครั้งเป็นการแสดงสิ่งที่ตนเองถนัดหรือทักษะพื้นฐานเฉพาะทางที่ตรงกับสายงานแต่ละประเภท ในขณะที่เดียวกันความเป็นตัวเองยังเป็นแรงขับเคลื่อนการทำงานให้รู้สึกเชื่อมั่นและยังสามารถถอดไปยังสามารถอีกในสิ่งอื่น ๆ ในสังคมได้อีกด้วย

3.2 แรงจูงใจด้านความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มนักศึกษา Generation Z ได้คำนึงความสำเร็จที่จะได้รับในการเติบโตในหน้าที่การงาน รวมถึงการได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพการทำงานต่างประเทศภายใต้องค์กรเครือข่าย ดังนั้นโรงแรมจำเป็นต้องมีการส่งเสริมความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วยการจัดโครงการส่งเสริมการก้าวเข้าสู่ในตำแหน่งงานบริหาร รวมทั้งการจัดกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ในตำแหน่งงานที่สูงขึ้นด้วยการโอนย้ายไปอยู่โรงแรมเครือข่ายเดียวกัน ในปัจจุบันพบว่ารายละเอียดตามที่ได้กล่าวมาทางโรงแรมยังขาดนโยบายหรือเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพพร ไตรวิจิตรศิลป์ (2559) ที่อธิบายว่า ปัจจัยด้านการได้รับโอกาสในความก้าวหน้าและประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรซึ่งเป็นส่วนที่ช่วยทำให้เกิดแรงจูงใจในการเข้าทำงานในองค์กร โดยกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้ที่หลากหลาย ทั้งจากการจัดกิจกรรมการศึกษาดูงานและโครงการแลกเปลี่ยนบุคลากร เพื่อเก็บเกี่ยวมุมมองการทำงานภายใต้สมรรถนะให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของเกรย์ (Gary, 2014) อธิบายถึงกระบวนการภายในองค์กรที่ดำเนินการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของแรงงานเพื่อสร้างผลกำไรให้กิจการ โดยการปรับแก้ขั้นตอนการฝึกอบรมทักษะความสามารถที่สูงขึ้น เพื่อเป็นโอกาสก้าวเข้าสู่ตำแหน่งงานระดับผู้บริหารที่มีความน่าเชื่อถือ

3.3 แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มนักศึกษา Generation Z จะมีการสร้างกระบวนการทักษะการวิเคราะห์หรืออย่างเป็นเหตุเป็นผลของตนเอง รวมทั้งการให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพที่แสดงออก ซึ่งมีความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารและสร้างความน่าเชื่อถือกับกลุ่มผู้รับบริการ รวมถึงการศึกษาหาความรู้ในทักษะการปฏิบัติงานภายในธุรกิจโรงแรมที่มีทักษะที่หลากหลาย (Multi-skill) ให้มากยิ่งขึ้น โดยทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะต้องจัด

กิจกรรมและการอบรมให้ความรู้ที่ตรงตามความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากร เช่น ด้านบุคลิกภาพ ด้านการปฏิบัติภาระงานข้ามแผนก เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงกมล ทองอยู่ (2557) ที่อธิบายว่า การเพิ่มและพัฒนาทักษะความสามารถตนเอง โดยใช้ความรู้และความสามารถจากประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จสามารถนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในแนวทางการพัฒนาตนเองของวัยรุ่นได้ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของเบอร์นาดีน (Bernardin, 1998) ที่นำเสนอเกี่ยวกับหลักการพัฒนาตนเองที่ครอบคลุมกลุ่มบุคลากรทุกระดับชั้นตั้งแต่ฝ่ายปฏิบัติการจนถึงฝ่ายบริหาร โดยอาศัยกระบวนการฝึกฝนเพื่อพัฒนาทักษะหน้าที่ ทักษะคติ และพฤติกรรม มุ่งหวังให้บุคลากรมีความรู้และประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นสามารถแก้ไขปัญหาและลดการสูญเสียทรัพยากรภายในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษา พบว่า แรงจูงใจด้านความสำเร็จและด้านการพัฒนาตนเอง ส่งผลต่อการเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมของนักศึกษา Generation Z ซึ่งทางผู้บริหารระดับสูงร่วมกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลควรมีการกำหนดแนวทางการสนับสนุนการเข้าสู่ตำแหน่งระดับที่สูงขึ้นจากฝ่ายปฏิบัติการสู่ฝ่ายบริหาร เพื่อให้กลุ่มบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีอายุน้อยกว่า 1 ปี หรือกลุ่มที่กำลังสำเร็จการศึกษาสามารถมองเห็นโอกาสการพัฒนาความสามารถของตนเอง ในขณะเดียวกัน การกำหนดเงื่อนไขการประเมินจะต้องมีตัวชี้วัดในแต่ละทักษะ เช่น ความรู้พื้นฐานภายในแผนก การวิเคราะห์ตัดสินใจ การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เป็นต้น นอกจากนี้หลักการดังกล่าวยังสามารถนำไปใช้เป็นกลไกที่จะคอยควบคุมผลการปฏิบัติงานที่บุคลากรให้เกิดความพยายามที่จะรักษามาตรฐานการบริการที่คงหรือเพิ่มมากขึ้น

ในขณะเดียวกันยังพบว่า แรงจูงใจด้านความเป็นตัวเอง ส่งผลต่อการเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมของนักศึกษา Generation Z สะท้อนเห็นถึงช่วงวัยดังกล่าวเป็นกลุ่มคนที่มีทักษะการบูรณาการที่หลากหลายด้าน ทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการฝึกอบรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทักษะที่ร่วมสมัยทันกระแสโลกอยู่ตลอดเวลา อาทิ การเรียนรู้เทคโนโลยี และการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำมาใช้เป็นเนื้อหาในการวางแผนการจัดกิจกรรมอบรมและพัฒนาบุคลากร รวมทั้งฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ควรหลีกเลี่ยงการให้ความรู้ด้วยวิธีการบรรยายแบบห้องเรียน (Class Room) ซึ่งเป็นกิจกรรมการเรียนการสอนแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถจูงใจบุคลากร Generation Z ได้มากนัก

2. ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลในฐานะฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรมหลายแห่งยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะนิสัยของบุคลากร Generation Z ที่กำลังกลายเป็นแรงงานในอนาคตต่อไป อีกทั้งภายในโรงแรมยังมีบุคลากรที่มีความหลากหลายช่วงอายุที่มีระดับการเรียนรู้ที่ต่างกัน รวมถึงการกำหนดรูปแบบและทิศทางสำหรับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่ม Generation Z ได้ จึงผลให้บุคลากร Generation Z มีการลาออกจากงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทั้งด้านพฤติกรรมและทัศนคติเพื่อนำมาปรับใช้ในการคัดเลือกแรงงานกลุ่มนี้ให้เหมาะสมกับงานและความสนใจของกลุ่มแรงงานเป้าหมาย อีกทั้งการระบุหรือชี้แจงคุณลักษณะงาน (Job Description) ที่ควรมีการการชี้แจงรายละเอียดของแต่ละตำแหน่งงานที่เป็นลายลักษณ์อักษรให้ชัดเจนตั้งแต่วันแรกที่มีการรับสมัคร จะช่วยให้บุคลากรใหม่สามารถประเมินศักยภาพของตนเองให้เหมาะสมกับรูปแบบการบริหารงานและวัฒนธรรมองค์กร

ในขณะเดียวกันยังพบว่า ทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ควรมีการพิจารณาการจัดสรรผลตอบแทนจาก

มาตรฐานและนโยบายของธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่ง รวมทั้งประเมินการกำหนดคุณลักษณะของงานแต่ละตำแหน่งงาน เช่น

เงินเดือน ค่าตอบแทนพิเศษ สวัสดิการรักษายาบาล จำนวนวันลาพักร้อน เป็นต้น โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ที่สำเร็จการศึกษาและเริ่มต้นทำงานในปีแรกจะมีความยินดีที่จะปฏิบัติงานตามเงื่อนไขที่ชัดเจนและมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า แต่อย่างไรก็ตามการมอบค่าตอบแทนและสวัสดิการหากไม่มีเหมาะสมกับภาระงานที่ได้รับมอบหมายอาจส่งผลให้เกิดความเหนื่อยล้า รวมทั้งอาจมีการตัดสินใจย้ายที่ทำงานใหม่ โดยทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ควรมีการสำรวจความต้องการสวัสดิการของกลุ่ม Generation Z เริ่มจากกลุ่มนักศึกษาฝึกงานไปจนถึงบุคลากรใหม่ที่มีอายุงานไม่ถึง 1 ปี เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการปรับเปลี่ยนการจัดสรรผลตอบแทนที่เหมาะสม

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

3.1 จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเฉพาะธุรกิจโรงแรม ซึ่งอาจได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเพียงธุรกิจโรงแรมจากการสัมภาษณ์กับฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เท่านั้น ดังนั้นการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษาธุรกิจที่ทุกประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เช่น โฮมสเตย์ โฮสเทล โรงแรมบูติค รีสอร์ท เป็นต้น รวมทั้งการขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาไปยังจังหวัดอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางที่ช่วยในการตัดสินใจเข้าทำงานของนักศึกษาในภาคอุตสาหกรรมบริการ

3.2 จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บศึกษาในกลุ่มของบุคลากร Generation Z เท่านั้น เพื่อให้ผลการศึกษสามารถอธิบายความหลากหลายเชิงพฤติกรรมและการเปรียบเทียบสมรรถนะการทำงานในธุรกิจโรงแรม โดยผู้วิจัยที่สนใจสามารถปรับเปลี่ยนกลุ่มประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในช่วงอายุอื่นๆ เช่น Generation Y, Baby Boomer, Generation Alpha เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถขยายขอบการเรียนรู้พฤติกรรมของกลุ่มคนชายขอบที่บุคลากรภายในโรงแรม อาทิ ผู้พิการหรือทุพพลภาค

3.3 จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยด้วยเทคนิคของการผสมผสานวิธีระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลายเทคนิคขั้นตอน โดยผู้วิจัยสนใจสามารถมุ่งเน้นประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการยกระดับแรงงานกลุ่ม Generation Z ด้วยสถิติแบบนอนพาราเมตริก (Nonparametric Statistics) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้วยการวิจัยเชิงกึ่งทดลองที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่มาก

รายการอ้างอิง

กองทะเบียนมหาวิทยาลัยศิลปากร. (14 มกราคม 2562). สถิติต.ศ.จำแนกสภาพ ตามปีที่รับ. สืบค้นจาก

http://reg4.su.ac.th/registrar/stat_studententry.asp?acadyear=2561& leveled =1.

กองวิจัยตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน. (14 มกราคม 2562). ประมาณการผู้สำเร็จการศึกษาและ

เข้าสู่ตลาดแรงงาน จำแนกตามระดับการศึกษา ปี 2553-2562. สืบค้นจาก

http://social.nesdb.go.th/SocialStat/StatReport_FullScreen.aspx?reportid=3529&template=2R2C&earlytype=M&subcatid=23.

โชติกา ระโส. (2555). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (ปริญญาโทบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาการศึกษาดุษฎีบัณฑิตก.

จิรพันธ์ ไวยศรีแสง. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีใน

สถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).

สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์, คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, สาขาวิชาพัฒนาสังคม.

- ดวงกมล ทองอยู่. (2557). แนวทางการพัฒนาการเห็นคุณค่าในตนเองของวัยรุ่น ตามทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตน. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*. 4(2), 181-189.
- เกตุศักดิ์ อินทรสร. (2554). แรงจูงใจกับการปฏิบัติงานของบุคลากรรักษาความปลอดภัยในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. *วารสารบริหารการศึกษา*. 2(2), 255-262.
- ธัญญา ลีวงศ์วัฒน์ และณัฐกัณนภัส โสมทองมี. (2559). หนังสือแนะนำและสิทธิประโยชน์การสมัครสมาชิกสมาคมโรงแรมไทยและมูลนิธิมาตรฐานโรงแรมไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธัญพร สุวรรณคาม. (2559). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน ความพึงพอใจในงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรอาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.
- ปกภณ จันทศาสตร์. (2557). ปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะงาน และแรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันกับองค์กร ของบุคลากรเอกชนระดับปฏิบัติการ ในเขตลาดพร้าว-จตุจักร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- เพชรรัตน์ ศิริวัฒน์นารักษ์. (2558). การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล การยอมรับและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาดุษฎีบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- ภราดร สุขพันธ์. (2561). การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษกับความเป็นบัณฑิตในยุคปัจจุบัน มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย. *วารสาร มจร. ตรีภุชชัยปริทรรศน์*. 2(2), 89-100.
- มนัสวี ศรีนนท์. (2561). ทฤษฎีเจเนเนอเรชั่นกับกรอบแนวคิด คณะศึกษาศาสตร์. *วารสารศึกษาศาสตร์ มมร*. 6(1), 367-368.
- ระชานนท์ ทวีผล และประสพชัย พสุนนท์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความวิตกกังวลของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*. 23(5), 721-730.
- รัตนวรรณี ณ นคร. (2554). ปัจจัยในการสร้างแรงจูงใจของบุคลากรตรวจสอบบัญชี กรณีศึกษาบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง. (วิทยานิพนธ์บัณฑิตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ลักขณา อุดม และอังศวีรา เหลืองนา. (2561). คุณสมบัตินักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2. (332-343), กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- วฤตดา วรอาคม. (21 กุมภาพันธ์ 2562). 5 อินไซด์เจเนอเรชั่นซี. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/591770>.
- สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว. (2545). *การท่องเที่ยวและการต้อนรับนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไตรมาสที่ 4 ปี 2561*. กรุงเทพมหานคร: สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สุกัญญา จันทรมณี. (2559). แรงจูงใจและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรบริษัท ฮานาเซมิคอนดักเตอร์ (อยุธยา) จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.

- สุพรรณ ไตรวิจิตรศิลป์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรกรณีศึกษานักวิชาการเจนเนอเรชั่นวาย ในองค์กรเอกชน เขตสาทร และอโศก. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย. 2(6), 260-266.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). การศึกษาแนวโน้มความต้องการแรงงานของตลาดแรงงานในประเทศไทยช่วงปี 2560-2564. กรุงเทพมหานคร: สำนักสถิติพยากรณ์.
- เสนาะ ตียาว์. (2553). การจัดการทรัพยากรมนุษย์. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย.
- อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. (2548). *สรรหาและคัดเลือกอย่างมืออาชีพ (HOW TO RECRUIT PROFESSIONALLY)*. กรุงเทพมหานคร : ฮิวแมน เฮอริเทจ.
- อุบลรัตน์ เฟิงสถิต. (2533). *จิตวิทยาการเรียนรู้*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

References

- Angell, P. (2004). *Business communication design*. Boston: McGraw Hill Irwin.
- Bernardin, H. (1998). *Human Resources Management*. Singapore: McGraw-Hill Companies.
- Chantasart, P. (2017). *Personal Characteristics, Work Itself and Motivation Affecting Organization Commitment of Private Operation Company's in Ladprao – Chatuchak District Area*. (Master of Business Administration Dissertation). Bangkok University, Graduate School. (in Thai).
- Dana, S., & Christine, L. (2018). Reaching and Retaining the Next Generation: Adapting to the Expectations of Gen Z in the Classroom. *Information Systems Education Journal*, 16(3), 45-54.
- Division of Academic Administration, Silpakorn University. (2019, January 14). *Student statistics classified according to year of acceptance*. Retrieved from http://reg4.su.ac.th/registrar/stat_studententry.asp?acadyear=2561& leveled =1. (in Thai).
- Gilley, J. W., Egglund, S. A., & Gilley, A. M. (2002). *Principles of human resource development (2nd edition)*. Cambridge: Perseus.
- Gary, D. (2014). *Human Resources Management (14th edition)*. London: Pearson.
- Goldstein, I. L. (1993). *Training in organizations: Need assessment development and evaluation (3rd edition)*. Pacific Grove, CA: Brooks.
- Hotel and Tourism Training Institute, Tourism Authority of Thailand. (2002). *Tourism and Hospitality*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand. (in Thai).
- Inthonsorn, T. & Rattana-Sira-Prapha. N. (2012). The Motivation and Performance of Security Personnel in King Mongkut's University of Technology Thonburi University. *Journal of Educational Administration, Silpakorn Univetsity*, 2(2), 255-262. (in Thai).
- Jantaramanee, S. (2016). *A Study of Motivation and Work Environment Factor Affecting Organizational Commitment of Employees at Hana Semiconductor (Ayutthaya) Co., Ltd.* (Master of Business Administration Dissertation). Bangkok University, Graduate School. (in Thai).
- Jung, G. (2014). *Collected Works of C.G. Jung, Volume 1: Psychiatric Studies*. NJ: Princeton University Press.
- Kitphanphanit, A. (2005). *How to Recruit Professionally*. Bangkok: Human Heritage. (in Thai).
- Leewongwat, T. & Somthongmee, N. (2016). *The Benefits of Being Members of The Thai Hotels Association and The Thailand Hotels Standard Foundation*. Bangkok: Siam University. (in Thai).

- Maria, C., (2016). Generation Z and it's Perception of Work.. *Cross Cultural Management Journal*, 2016(1), 47-54.
- Madhavi, L. K. & Raghava, R. G. (2017). Motivating Hospitality Industry Employees: A Study of Cyprus. *International Journal of Excellence in Tourism, Hospitality and Catering*, 2(2), 1-18.
- Mondy, R. W., & Martocchio, J.B. (2014), *Human Resource Management* (13th edition). Boston: Prentice Hall.
- National Statistical Office. (2017). *A study of labor demand trends in the labor market in Thailand during 2017-2021*. Bangkok: Forecasting Bureau. (in Thai).
- Na Nakhon, R. (2011). *Motivation factors of auditing personnel A case study of 4 major auditing companies*. (Master of Accounting Dissertation). Thammasat University, Thammasat Business School. (in Thai).
- Noom, J. (1999). *Adolescent Autonomy: Characteristics and Correlates*. California: Eburon Academic Publisher.
- Pheng-sathit, A. (1990). *Learning Psychology*. Bangkok: Ramkhamhaeng Publishing. (in Thai).
- Porter, L, W. & Lawler, E. (1968). *Managerial Attitude and Performance*. Homewood, IL: Lrwin.
- Raso, C. (2012). *Job Performance Motivation of Professional at Nakhon Sawan Rajabhat University*. (Master of Education Degree Dissertation). Srinakharinwirot University, Higher Education. (in Thai).
- Saophayon, S. (2008). Human Capital as an Organization's Key Development. *Ramkhamhaeng Journal*, 25(4), 200-210.
- Siriwattananurak, P. (2016). *A Study of the Personal Characteristics, Technology Acceptance and Technology Uses for Work Affecting the Effectiveness of Private Company Employees in Bangkok*. (Master of Business Administration Dissertation). Bangkok University, Graduate School. (in Thai).
- Srinont, M. (2018). Theory of Generation and Cognitive Framework. *MBU Education Journal : Faculty of Education Mahamakut Buddhist University*, 6(1), 364-376. (in Thai).
- Sukhphan, P. (2018). The Development of English Communication Skills as Graduate in Modern Times. *Journal of MCU Haripunchai Review*, 2(2), 89-100. (in Thai).
- Suwannakam, T. (2016). *Effects of Work Motivation, Job Satisfaction on Organizational Commitment of Employees in a Commercial Bank*. (Master Degree of Arts Dissertation). Thammasat University, Faculty of Liberal Arts, Industrial and Organizational Psychology. (in Thai).
- Taweephol, R. & Phasunon, P. (2015). The Affecting Factor on Students' Anxiety in Majoring Hotel Management, Silpakorn University. *Journal of Sciences and Technology*, 23(5), 721-730. (in Thai).
- Tiyao, S. (2010). *Human Resources Management*. Pathumthani: Eastern Asia University. (in Thai).
- Thaivijitsin, S. (2016). Factors Influencing Employees Engagement: A Case Study of Generation Y Employee in Sathorn and Asoke District. *EAU Herit Age Journal Social Science and Humanity*, 6(2), 260-266. (in Thai).
- Thailand Tourism Confidence Index. (2019, January 14). *Estimate of graduates and Enter the labor market Classified by education level in 2010 - 2019*. Retrieved from http://social.nesdb.go.th/SocialStat/StatReport_FullScreen.aspx?reportid=3529&template=2R2C&yeartype=M&subcatid=23. (in Thai).
- Thongyoo, D. (2014). Guideline for Developing Adolescent Self-esteem Based on Safe-efficacy Theory. *Valaya Alongkorn Review*, 4(2), 179-190. (in Thai).

- Tourism Council of Thailand. (2018). *Index of confidence in tourism businesses in Thailand, 4th quarter of 2018*. Bangkok: Tourism Council of Thailand. (in Thai).
- Udom, L. & , Luang-naph, A. (2018). *Qualifications of Front Office Personnel in the hotel*. Conference on Humanities and Social Sciences 2nd. (332-343). Bangkok: Suan Sunandha Rajabhat University. (in Thai).
- Waisriseang, J. (2009). *Factors Affecting Decision Making of Undergraduate Students in Public and Private University on Occupation Selection in Bangkok*. (Master Degree of Arts Dissertation). National Institute of Development Administration, School of Social Development. (in Thai).
- Woraakhom, V. (2019, February 21). *5 Inside Generation Z*. Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/591770>. (in Thai).
- Walz, G. & Bleuer, J.C. (1992). *Student Self-Esteem: A Vital Element of School Success. Volume 1*. Michigan: Counseling and Personal Services.