

ปัจจัยเชิงกระตุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่ม
Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร
Motivating Factors Affecting Job Selection in the Hotel Business of
Generation Z in Bangkok

วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง¹ ประสบชัย พสุนนท์²
Wanwisa Ploy Insawang¹ Prasopchai Pasunon²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ และท้ายที่สุด 3) เพื่อวิเคราะห์ถึงความต้องการในการเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบไปด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 325 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเชิงกระตุ้นในการเลือกประกอบอาชีพทั้งปัจจัยภายใน (Intrinsic Factor) และภายนอก (Extrinsic Factor) ส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครในการเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมอยู่ในระดับมาก โดยจากการสกัดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) สามารถจำแนกได้ 6 ปัจจัย คือ ความภาคภูมิใจในงาน ลักษณะของงาน และทัศนคติในงาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายใน สำหรับปัจจัยภายนอกได้แก่บรรยากาศในการทำงาน ความมั่นคงในอาชีพ ตลอดจนค่าตอบแทนและสวัสดิการ ซึ่งทั้ง 6 ปัจจัยถือเป็นปัจจัยเชิงกระตุ้นที่สำคัญ จากนั้นได้ทำการศึกษาความต้องการในการเลือกทำงาน โดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า จากการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความต้องการในการเข้าทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่ม Generation Z ได้มากถึงร้อยละ 89 โดยทัศนคติในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้กลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรม

¹ อาจารย์สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

วิทยาเขตตรัง Email: Wanwisa.i@rmutsv.ac.th

Lecturer of College of Hospitality and Tourism, Rajamangala University of Technology Srivijaya Trang Campus,

Email: Wanwisa.i@rmutsv.ac.th

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Associate Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University

คำสำคัญ : ปัจจัยเชิงกระตุ้น, การตัดสินใจเลือกทำงาน, ธุรกิจโรงแรม, Generation Z

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the level of internal and external factors affecting decision-making; 2) to study the composition of factors affecting decision-making and finally, 3) to analyze the needs of choosing to work in the hotel business of Generation Z in Bangkok. Data were analyzed using quantitative research methodology and consisting of a group of 325 samples.

The results showed that the motivating factors for choosing a career, both of Intrinsic Factors and Extrinsic Factors, affect the decision of Generation Z in Bangkok in choosing to work in the hotel business at a high level. From the extraction of factors affecting the decision to work in the hotel business by using factor analysis, 6 factors can be classified, namely job esteem, job nature, and job attitude which is considered an internal factor. For external factors including working atmosphere, career stability, as well as compensation, and welfare, all 6 factors are considered important motivating factors. Then, the need for job selection was studied by Logistic Regression Analysis. The results showed that based on the above analysis, it is possible to predict Generation Z's demand for employment in the hotel business by up to 89 percent. Work attitude is the key factor that drives Generation Z in Bangkok to decide to work in the hotel business.

Keywords: Motivating Factors, Job Selection, Hotel Business, Generation Z

บทนำ

การศึกษาในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำงานที่ผ่านมาส่วนใหญ่ มักจะมุ่งเน้นไปที่ทัศนคติของเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ซึ่งถือเป็นกลุ่มวัยกลางคนที่มีความมั่นคงทางอาชีพแล้ว เช่น การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร” ของ อาคเนย์ ถาเกติ (2563) หรือหากเป็นในกลุ่มของเจนเนอเรชั่นแซด (Generation Z) การศึกษาที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักจะมุ่งเน้นไปที่ภาพกว้างของธุรกิจบริการ หรือธุรกิจอื่น ๆ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงกับธุรกิจโรงแรม เช่น ไพลิน บรรพโต (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการของนักศึกษาสาขาการจัดการโรงแรม ระดับชั้นปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร (พัชสิริ ชมภูคำ

และณัฐธิดา จักรภีศรีสุข, 2563) ซึ่งปัจจุบันกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด ถือเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เปิดกว้างทางความคิดและมีวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตที่แตกต่างจากกลุ่มที่ผ่านมา ตลอดจนมีแนวโน้มที่จะปรับทัศนคติได้ดี และมีพฤติกรรมในการตัดสินใจที่รวดเร็ว โดยอาศัยเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการรับรู้ข่าวสาร

เจนเอเรชั่นแซด คือ กลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี ค.ศ. 1995 - 2010 หรือปี พ.ศ. 2538 – 2553 ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นแรงงานสำคัญของภาคธุรกิจต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในหลาย ๆ ประเทศ โดยเป็นกลุ่มคนที่เกิดในยุคสมัยที่โลกกำลังเข้าสู่ “ยุคดิจิทัล” ที่มีเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ทันสมัย ง่ายในการเข้าถึง และพร้อมใช้งาน อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้ถูกแวดล้อมไปด้วยเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่รุ่งเรือง เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ชอบความท้าทาย ไม่อยู่ในกรอบ และกล้าคิดกล้าแสดงออก ลักษณะการทำงานจะให้ความสำคัญกับความมั่นคงของงาน ความท้าทายของงาน และเน้นทำงานกับองค์กรที่มีความทันสมัย ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการทำงาน เป็นต้น (Bencsik, A., Horvath-Csikos, G. and Juhasz, T., 2016)

โดยเจนเอเรชั่นแซดจะมีลักษณะที่แตกต่างจากเจนเอเรชั่นอื่น ๆ คือ เป็นกลุ่มที่เกิดมาโดยมีดิจิทัล (Digital) เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต มีการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว มีเทคโนโลยีต่าง ๆ คอยอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตประจำวัน (Jayathilake, H.D. et al., 2021) ซึ่งทำให้คนกลุ่มนี้สามารถปรับเปลี่ยนตนเองในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้อย่างดี อีกทั้งบุคคลในกลุ่มนี้ถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ได้แก่ กลุ่ม LGBTQ+ ซึ่งต้องการการเป็นที่ยอมรับในสังคม และให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวสูง ตลอดจนเป็นกลุ่มที่ใส่ใจในสุขภาพมากกว่าเจนเอเรชั่นอื่น ๆ สำหรับในด้านของการประกอบการชีพ มักมีการวางแผนการเงินในอนาคต และพึ่งพาตนเองในการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพื่อให้มีความมั่นคงทางการเงิน เป็นต้น

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่ผ่านมา ปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศให้ยกเลิกโรคดังกล่าวจากการเป็นโรคติดต่ออันตราย และกำหนดให้เป็นโรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวัง ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 65 เป็นต้นไป (รัฐบาลไทย, 2563) จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยกลับมาคึกคักอีกครั้ง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้รับแรงกระตุ้นและแรงสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การออกแคมเปญ “เราเที่ยวด้วยกัน” ที่ส่งผลให้มีการออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ดีขึ้น จึงทำให้ธุรกิจโรงแรมกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งและถือว่าสร้างรายได้เป็นอย่างดี ประกอบกับการเปิดประเทศต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ผ่านมาก็เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมกลับมาฟื้นตัวและคึกคักได้อีกครั้ง จึงส่งผลต่อความต้องการในตลาดแรงงานทางภาคอุตสาหกรรมบริการ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่ถือเป็นตลาดแรงงานที่สำคัญของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยเชิงกระตุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะสามารถนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงความต้องการในการทำงานในธุรกิจโรงแรมในอนาคตของกลุ่มคนรุ่นใหม่เหล่านี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อวิเคราะห์ถึงความต้องการในการเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยภายในอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรม
2. ปัจจัยภายในอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจไม่เลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม
3. ปัจจัยภายนอกอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรม
4. ปัจจัยภายนอกอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจไม่เลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม

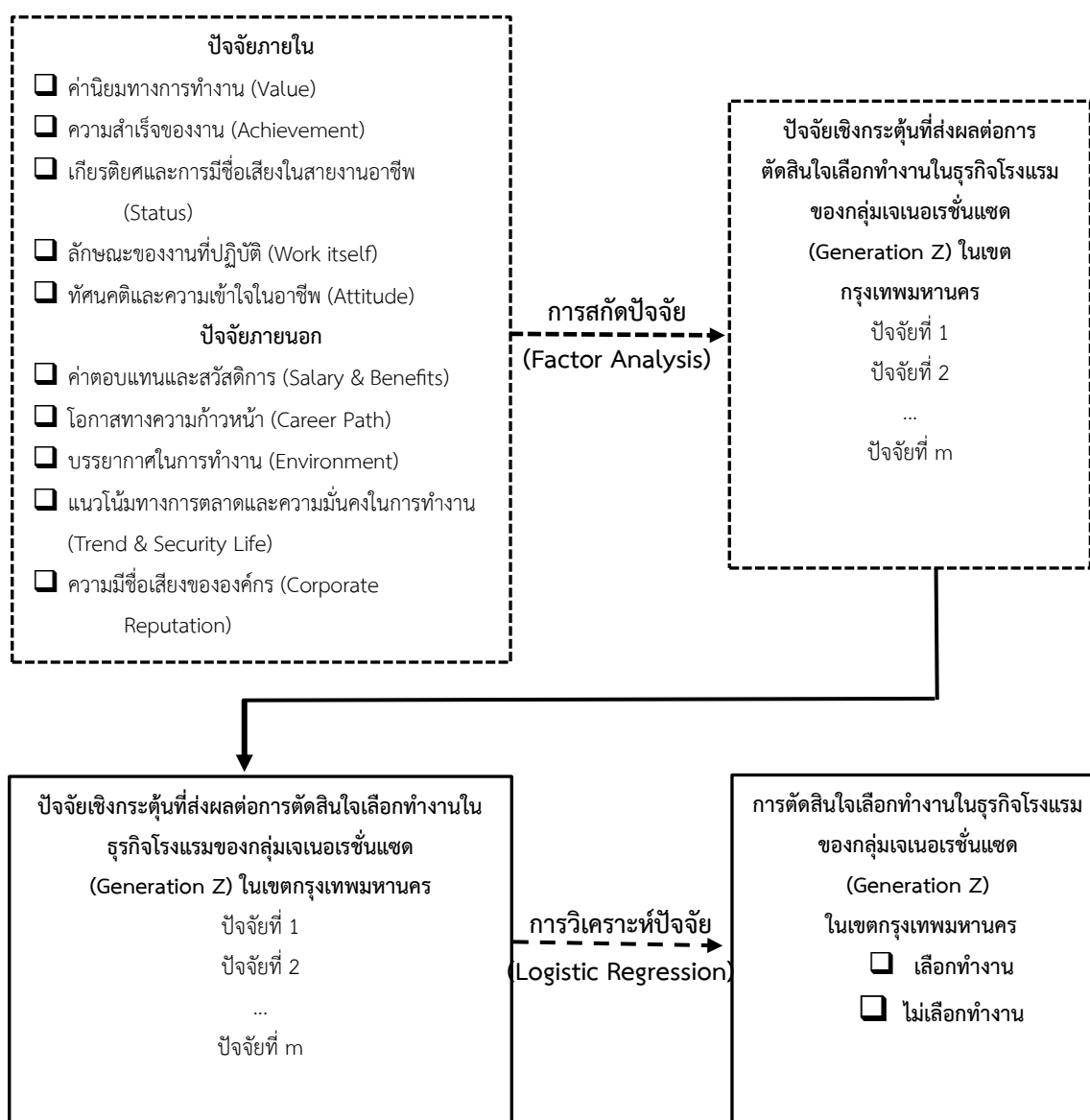
ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงกระตุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด (Generation Z) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วย กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย นักศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และพนักงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. ขอบเขตด้านตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพ ซึ่งผู้วิจัยได้บูรณาการจากหลากหลายแนวคิดทฤษฎี เช่น ของ Herzberg, F. (1966); Frankel, J.R. (1977); Gattiker, U. E. and Larwood, L. (1986) โดยสรุปได้เป็นปัจจัยภายใน (Intrinsic Factor) และปัจจัยภายนอก (Extrinsic Factor) ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวความคิดงานวิจัย ดังรูปภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยเชิงกระตุ้นในการเลือกประกอบอาชีพ ทฤษฎีปัจจัยจูงใจในการเลือกประกอบอาชีพที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปคือแนวคิดจาก Herzberg, F. (1966) ที่มีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป เช่น “Motivation-maintenance Theory” หรือ “Dual Factor Theory” หรือ “The Motivation-hygiene Theory” โดยปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพ สามารถแบ่งออกเป็นปัจจัยภายในและภายนอกของตัวบุคคล ซึ่งก่อให้เกิดแรงผลักดันและแรงกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมเพื่อ

ตอบสนองความต้องการตามที่ได้คาดหวังได้ (Gattiker, U. E. and Larwood, L., 1986; Husainah, N. et al., 2022) ประกอบไปด้วย

ปัจจัยภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นความต้องการภายในที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดอิทธิพลต่อการเลือกทำงานของแต่ละบุคคล และเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง ได้แก่

1. ค่านิยมทางการทำงาน (Value) หมายถึง ความคิด ความเชื่อของบุคคลหรือกลุ่มคนที่ยึดถือและยอมรับ ซึ่งเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจและสนับสนุนการกระทำของตนเอง (Frankel, J.R., 1977; ไพลิน บรรพโต, 2562)

2. ความสำเร็จของงาน (Achievement) คือ การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นทันเวลา อีกทั้งงานที่สำเร็จมีคุณภาพ และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี (Herzberg, F., 1966; Gattiker, U. E. and Larwood, L., 1986)

3. เกียรติยศและการมีชื่อเสียงในสายงานอาชีพ (Status) หมายถึง การที่บุคคลได้รับการยอมรับนับถือ และมีชื่อเสียงในทางที่ดี ตลอดจนการมองว่าอาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคมที่มีเกียรติ และศักดิ์ศรี สร้างความภาคภูมิใจให้แต่ละบุคคลเมื่อประกอบอาชีพนั้น ๆ (รวีพัชร งามพัทธวิชย์, 2559)

4. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (Work itself) คือ ความน่าสนใจของงาน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของงาน คุณลักษณะของงาน ตลอดจนบริบทของงาน (ชโลธร มานะเกษม, 2564: 1-15; ณัฐนันท์ ช้างพลี, 2564: 1-15)

5. ทัศนคติและความเข้าใจในอาชีพ (Attitude) คือ ความคิดของแต่ละบุคคลที่เป็นแรงผลักดันให้การทำงานมีประสิทธิภาพ โดยทัศนคติในการทำงานจะส่งผลให้แต่ละบุคคลเกิดความเข้าใจในอาชีพ (Mustafa, M.Z.B. et al, 2020: 5091-5098; D'souza, Z.F. and Poojary, S., 2018: 21-27)

ปัจจัยภายนอก (Extrinsic Factor) คือ ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำงานซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมหรือดึงดูดให้แต่ละบุคคลแสดงพฤติกรรม ได้แก่

1. ค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Salary & Benefits) หมายถึง ค่าแรง ค่าจ้าง เงินเดือน ตลอดจนสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่องค์กรให้แก่พนักงาน สามารถสร้างแรงจูงใจให้แต่ละบุคคลอยู่ในองค์กรและสายงานอาชีพได้ (อภิัญญา พัฒนกิจเจริญชัย, 2554; ณัฐนันท์ ช้างพลี, 2564: 1-15)

2. โอกาสทางความก้าวหน้า (Career Path) หมายถึง การเลื่อนตำแหน่งในองค์กร โดยอาศัยการพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์การทำงาน หากบริษัทมีเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานกับบริษัทเพิ่มมากขึ้น (ชโลธร มานะเกษม, 2564: 1-15; รวีพัชร งามพัทธวิชย์, 2559)

3. บรรยากาศในการทำงาน (Environment) หมายถึง สิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวของบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ทั้งทางด้านจิตใจและความสำเร็จของงาน ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน (Relationship) การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน สามารถทำงานร่วมกันมี

ความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี ตลอดจนสิ่งแวดล้อม บรรยากาศการทำงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น (Litwin, G. H. and Stringer, A., 1968; สงวนศักดิ์ จ๊ะสุนา, 2564)

4. ความมั่นคงในการทำงานและแนวโน้มทางอาชีพในอนาคต (Trend & Security Life) ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์กร ตลอดจนการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มในการสร้างโอกาสการทำงานในอนาคต (ชลธร มานะเกษม, 2564: 1-15)

5. ความมีชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) คือ ภาพลักษณ์ขององค์กร หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ก็จะมีดึงดูดให้เกิดความสนใจต่อบุคคลเป็นอย่างมาก ทำให้องค์กรเป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง และมีศักยภาพในการพัฒนาความรู้และความสามารถ ให้กับบุคลากร (Fombrun, C. J., 1996)

แนวคิด พฤติกรรมของเจเนอเรชันแซด (Generation Z) คือ กลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี ค.ศ. 1995 - 2010 หรือปี พ.ศ. 2538 – 2553 โดยปัจจุบันเป็นกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 13 – 28 ปี (Wood, S., 2013) ถือเป็นแรงงานสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในหลาย ๆ ประเทศ รวมไปถึงภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรม Jayathilake, H.D. et al (2021: 2343-2364.) และ Bencsik, A. and Machova, R. (2016) ได้ให้นิยามว่า “เจเนอเรชันแซด” จะมีลักษณะที่แตกต่างจากช่วงวัยอื่น กล่าวคือเป็นกลุ่มคนที่เกิดมาโดยมีดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ทำให้คนกลุ่มนี้สามารถปรับเปลี่ยนตนเองในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ชอบความท้าทาย ไม่อยู่ในกรอบ สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง และกล้าคิดกล้าแสดงออก

ในแง่ของเส้นทางอาชีพ กลุ่มเจเนอเรชันแซด ต้องการเส้นทางอาชีพที่มีความชัดเจนและมั่นคง ตลอดจนสามารถหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับความแตกต่างทางวัฒนธรรมในสภาพแวดล้อมการทำงานได้มากกว่าเมื่อเทียบกับเจเนอเรชันอื่น ๆ ทั้งยังให้ความสำคัญกับความมั่นคงของงาน ความท้าทายของงาน และเน้นทำงานกับองค์กรที่มีความทันสมัยที่ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการทำงาน อีกทั้งบุคคลในกลุ่มนี้ถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งต้องการการเป็นที่ยอมรับในสังคม และให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวสูง ตลอดจนเป็นกลุ่มที่ใส่ใจในสุขภาพมากกว่าเจเนอเรชันอื่น ๆ สำหรับในด้านของการประกอบอาชีพ มักมีการวางแผนการเงินในอนาคต และพึ่งพาตนเองในการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพื่อให้มีความมั่นคงทางการเงิน เป็นต้น (Bharat, C. and Rajendra, M., 2018: 34-38)

แนวคิด ความก้าวหน้าในการประกอบอาชีพในธุรกิจโรงแรม ความก้าวหน้าในอาชีพหมายถึง การเปลี่ยนแปลงการทำงานในทางที่ดีขึ้น ได้แก่ การเลื่อนตำแหน่ง เลื่อนขั้น เลื่อนเงินเดือน การเพิ่มขึ้นของอำนาจหน้าที่ สถานภาพในการทำงาน ตลอดจนการพัฒนาตนเอง เช่น การได้รับการฝึกอบรม การศึกษาสูง การศึกษาต่อ โดยการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลให้พนักงานในองค์กรเกิดขวัญและกำลังใจในการทำงาน ส่งผลให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ (สายแก้ว จ้าวเจริญ, 2559: 16-23)

สำหรับพนักงานในธุรกิจโรงแรมนั้น มักได้รับการพัฒนาความสามารถต่าง ๆ ผ่านการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ทั้งทักษะทางด้านวิชาการ ทักษะปฏิบัติและสมรรถนะต่าง ๆ เพื่อให้แข่งขันกับแรงงานต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนได้ นอกจากนี้จะพบว่า อาชีพพนักงานโรงแรมมีลักษณะเป็นอาชีพสหวิทยาการ (Multidisciplinary Career) ที่เปิดกว้างให้ทุกคนสามารถเข้ามาประกอบอาชีพนี้ได้ (ประหยัด ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา และฉลอมศรี พิมลสมพงษ์, 2560: 1-8) โดยการเรียนรู้และประสบการณ์ได้เองขณะปฏิบัติงาน จึงไม่จำเป็นต้องเรียนจบสาขาวิชาการโรงแรมโดยตรง แต่จำเป็นต้องมีทักษะในการให้บริการ มีบุคลิกภาพที่ดี และที่สำคัญคือมีใจรักในการให้บริการ (Service Mind)

นอกจากนั้น ความก้าวหน้าที่จะเห็นได้ชัดในการประกอบอาชีพในธุรกิจโรงแรม คือ ผลตอบแทนที่ได้จากการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็น เงินเดือน เซอร์วิสชาร์จ (Service Charge) เงินโบนัส และค่าคอมมิชชั่นต่าง ๆ ตลอดจนการเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ดึงดูดให้เด็กจบใหม่เลือกที่จะทำงานในธุรกิจโรงแรมมากขึ้น โดยข้อดีของการเลือกประกอบอาชีพในธุรกิจโรงแรมนอกจากเรื่องของตัวเงินมีมากมาย ไม่ว่าจะเป็น 1) สวัสดิการอาหารฟรี 2) สามารถเก็บสะสมวันหยุดได้ 3) ที่พักฟรี และมีรถรับส่งฟรี 4) มีเครื่องแบบ (Uniform) 5) สวัสดิการอื่น ๆ เช่น ประกันสังคม ประกันกลุ่ม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การจองเข้าพักในโรงแรมด้วยราคาที่ถูกลงกว่าคนอื่น ฯลฯ 6) สามารถสร้างคอนเนกชั่น (Connection) เนื่องจากพบเจอผู้คนอยู่ตลอดเวลา 6) ได้พัฒนาตนเองตลอดเวลา เนื่องจากโรงแรมมักจัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงาน เป็นต้น (ไทยโฮเทล แอนด์ ครูซไลน์, 2565)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งชั่วคราวและถาวร เป็นกลุ่มเจเนอเรชันแซด (Generation Z) ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2538 – 2553 มีอายุระหว่าง 12-27 ปี (Bencsik, A. and Machova, R., 2016) โดยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์จะต้องใช้ขนาดตัวอย่าง n มากกว่าการวิเคราะห์การถดถอยแบบปกติ โดยจะใช้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ $n \geq 30p$ โดยที่ p คือ จำนวนตัวแปรทำนาย (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550) ซึ่งในงานวิจัยนี้กำหนด 10 ตัวแปร จึงต้องใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 300 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมได้จำนวน 325 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ลักษณะข้อความประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญในแต่ละเรื่องแต่ละคำตอบมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับของมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

3.1) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของข้อคำถาม โดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.50

3.2) การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มนักศึกษา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ($\alpha = 0.05$) ระดับความถูกต้องและระดับนัยสำคัญที่ 0.5 โดยสัมประสิทธิ์แอลฟา ($\alpha = \text{Coefficient}$) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าอยู่ในช่วง 0.801-0.872 ซึ่งมากกว่า 0.6 ดังนั้นแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปใช้ในการทดสอบได้ (Nunnally, J. C., 1967)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และคำนวณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรข้อคำถามด้วยการหมุนแกนองค์ประกอบให้ตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีวารีแมกซ์ (Varimax Rotation) และคัดเลือกตัวแปรข้อคำถามที่เข้าร่วมในองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 ขึ้นไป (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) หลังจากนั้นใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ด้วยเทคนิควิธีนำเข้า (Enter)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 325 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 245 คน (75%) โดยมีอายุระหว่าง 21-27 ปี (52%) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา (67%) ที่กำลังศึกษาอยู่ (52%) โดยร้อยละ 88.9 ของกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจที่จะเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม และอีกร้อยละ 11.1 ตัดสินใจที่จะไม่เลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม

2. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมพิจารณาจากค่านิยมในการทำงาน โดยส่วนใหญ่มองว่าการทำงานในธุรกิจโรงแรมเป็นการสร้างความสุข สร้างรอยยิ้มและความประทับใจให้กับผู้อื่น ($\bar{x} = 4.41$) และกลุ่มคนเหล่านี้ตัดสินใจที่จะทำงานกับองค์กรที่มีชื่อเสียง ($\bar{x} = 4.27$) อีกทั้งสนใจที่จะทำงานกับโรงแรมที่มีการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 4.27$) ทั้งนี้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจไม่เลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม เพราะมองเห็นว่าลักษณะของงานโรงแรมมีความกดดันมากเกินไป ซึ่งทำให้เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน ($\bar{x} = 3.73$) อีกทั้งค่าตอบแทนและสวัสดิการของธุรกิจโรงแรมไม่เหมาะสมกับปริมาณของงานและไม่ได้เป็นสิ่งจูงใจให้ตัดสินใจที่จะทำงานในธุรกิจนี้ ($\bar{x} = 3.98$)

3. วิเคราะห์คุณลักษณะ (Characteristics Analysis) ทดสอบด้วยค่าสถิติ Bartlett's test of Sphericity ซึ่งผลการทดสอบค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) เท่ากับ 0.963 มีค่ามากกว่า 0.50 และเข้าใกล้ 1.0 แสดงว่าข้อมูลนั้นเหมาะสมที่จะใช้

เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ส่วนผลทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ทดสอบสมมติฐานมีค่า Chi-Square เท่ากับ 15045.818 และมีนัยสำคัญเท่ากับ 0.00 (Harman, 1976) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่า Bartlett's test of Sphericity

KMO and Bartlett's Test of Sphericity	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0.963
Approx. Chi-Square	15045.818
df	1035
Sig.	.000

นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกระตุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 325 คน พบว่าสามารถรวมกลุ่มปัจจัยเชิงกระตุ้นได้ 6 ปัจจัย ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 71.819 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่า Eigen และร้อยละความแปรผันของวิธี Principal Component Analysis และการหมุนแกนองค์ประกอบแบบวิธีวารีแมกซ์ (Varimax Rotation)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared		
				Loadings			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	25.512	55.460	55.460	25.512	55.460	55.460	7.554	16.422	16.422
2	2.329	5.064	60.524	2.329	5.064	60.524	5.950	12.934	29.356
3	1.956	4.252	64.776	1.956	4.252	64.776	5.733	12.463	41.819
4	1.173	2.551	67.327	1.173	2.551	67.327	5.211	11.329	53.148
5	1.064	2.312	69.639	1.064	2.312	69.639	4.419	9.607	62.756
6	1.003	2.180	71.819	1.003	2.180	71.819	4.169	9.064	71.819

จากข้อมูลทางสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าค่าเฉลี่ยของทั้ง 6 ปัจจัย มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.73–4.41 อยู่ในเกณฑ์มากทุกตัวแปร และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าตั้งแต่ .749–1.018

จากปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยข้างต้นที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Factor Analysis) ด้วยการหมุนแกนองค์ประกอบแบบวิธีวารีแมกซ์ (Varimax Rotation) หลังจากนั้นจะนำไปวิเคราะห์

ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ เพื่อทำนายโอกาสของการตัดสินใจ โดยการประมาณค่าพารามิเตอร์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ในขั้นตอนต่อไป

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่ม เจเนอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter โดยมีสมการคาดการณ์ ความน่าจะเป็นในการเลือกทำงาน หรือไม่เลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม โดยมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ปัจจัยเชิง กระตุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่ม เจเนอเรชั่นแซดในเขต กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ความภาคภูมิใจในงาน	.208	.424	.240	1	.624	1.231
ค่าตอบแทนและสวัสดิการ	.061	.402	.023	1	.879	1.063
บรรยากาศในการทำงาน	.168	.372	.202	1	.653	1.182
ลักษณะของงาน	-.748	.336	4.956	1	.026	.474
ความมั่นคงในอนาคต	-.254	.316	.646	1	.422	.776
ทัศนคติในงาน	-.596	.276	4.645	1	.031	.551
Constant	2.253	1.187	3.602	1	.058	9.513

-2 Log likelihood = 201.232

Chi-square = 25.046, df = 6, Sig = .000

Cox & Snell R Square = .074

Nagelkerke R Square = .148

จากตารางที่ 3 ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square) ของ Model เท่ากับ 25.046 (sig. = 0.000) แสดงว่า ปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อการเลือกทำงานในธุรกิจ โรงแรมของกลุ่ม เจเนอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 1 ปัจจัย นอกจากนั้นยังพบว่า ตัวแปรทั้ง 6 ตัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม ซึ่งเมื่อพิจารณาความสามารถในการทำนายของโมเดลโลจิสติก พบว่า ตัวแปรที่ทำให้สัดส่วนของการตัดสินใจทำงานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 2 ตัวแปร ได้แก่ ลักษณะของงานซึ่งมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือทัศนคติในงาน ($\beta = .474$ และ $.551$ ตามลำดับ) ในขณะที่ความมั่นคงในอนาคต ($\beta = .551$) ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ($\beta = 1.063$) บรรยากาศในการทำงาน ($\beta = 1.182$) ตลอดจนความภูมิใจในงานไม่ได้มีอิทธิพลต่อการเลือกทำงาน ($\beta = 1.231$) เท่าที่ควร ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์การ

ถดถอยโลจิสติกส์ (B) ที่ได้จากตารางที่ 4 สามารถนำมาเขียนสมการถดถอยโลจิสติกส์และทำนายโอกาสในการเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม ได้ดังนี้

$$Y = 2.253 + .208 + .061 + .168 + -.748 + -.254 + -.596$$

ตารางที่ 4 แสดงการทำนายโอกาสในการตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis)

การตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรม	ผลการทำนายโอกาสในการทำงานในธุรกิจโรงแรม		
	ตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรม	ตัดสินใจไม่ทำงานในธุรกิจโรงแรม	% ความถูกต้อง
ตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรม	288	1	99.7
ตัดสินใจไม่ทำงานในธุรกิจโรงแรม	32	4	11.1
รวม			89.8

จากตารางที่ 4 ประสิทธิภาพของสมการถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) สามารถทำนายโอกาสที่ตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรม ได้ร้อยละ 99.7 และทำนายโอกาสที่ตัดสินใจไม่ทำงานในธุรกิจโรงแรมได้ร้อยละ 11.1 ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วสมการถดถอยโลจิสติกส์สามารถทำนายโอกาสในการตัดสินใจทำงานโรงแรมและไม่ตัดสินใจทำงานโรงแรม ร้อยละ 89.8 และสามารถคำนวณความผิดพลาดในการจัดเข้ากลุ่มได้จากการคำนวณอัตราความผิดพลาดในการจัดเข้ากลุ่ม (Apparent error rate) ซึ่งมีค่าเท่ากับ จำนวนที่จัดเข้ากลุ่มผิดพลาดด้วยจำนวนตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งในการจำแนกกลุ่มด้วยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ในการศึกษาครั้งนี้มีอัตราความผิดพลาดในการจัดเข้ากลุ่ม (Apparent error rate) เท่ากับ $32+1/325 = 0.10$ หรือคิดเป็น 10%

อภิปรายผล

ในงานการศึกษาปัจจัยเชิงกระตุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซด (Generation Z) ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. การศึกษาระดับของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยเชิงกระตุ้นในการเลือกประกอบอาชีพทั้งปัจจัยภายใน (Intrinsic Factor) และภายนอก (Extrinsic Factor) ส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครในการเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมอยู่ในระดับมาก โดยหากพิจารณาจากค่านิยมในการทำงาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มองว่าการทำงานในธุรกิจโรงแรมเป็นการสร้างความสุข สร้างรอยยิ้มและความประทับใจให้กับผู้รับบริการ จนก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการทำงาน สำหรับปัจจัยภายนอกที่ถือเป็นตัวกระตุ้นให้

กลุ่มเจนเนอเรชันแซตในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม ได้แก่ ความมีชื่อเสียงขององค์กร กล่าวคือ กลุ่มเจนเนอเรชันแซตให้ความสนใจที่จะเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมที่มีชื่อเสียง ตลอดจนกลุ่มนี้ยังให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกทำงานกับโรงแรมที่มีการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ อาคเนย์ ภาเกิด (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ผ่านบริษัทจัดงานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยมุ่งใจในการเลือกองค์การเข้าทำงานมี 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การเข้าทำงานโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านชื่อเสียงขององค์กร ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

2. การศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเนอเรชันแซตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า จากการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยเชิงกระตุ้นตามทฤษฎีปัจจัยมุ่งใจในการเลือกประกอบอาชีพ (Herzberg, F., 1996; Gattiker, U. E. and Larwood, L., 1986) ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกได้มากถึง 10 ตัวแปร ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาจัดกลุ่มใหม่อีกครั้งโดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ซึ่งทำที่สุดเหลือเพียง 6 ตัวแปร คือ ปัจจัยภายใน (Intrinsic Factor) ได้แก่ ความภาคภูมิใจในงาน ทัศนคติในงาน และลักษณะของงาน สำหรับปัจจัยภายนอก (Extrinsic Factor) ได้แก่ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ บรรยากาศในการทำงาน ความมั่นคงในอาชีพ ซึ่งตอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยภายในอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเจนเนอเรชันแซตในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรม ได้แก่ ความภาคภูมิใจในงาน ทัศนคติในงาน และลักษณะของงาน กล่าวคือ การเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมเป็นการนำความรู้และประสบการณ์ที่มีมาต่อยอดและปรับใช้การดำเนินงานได้ อีกทั้งการทำงานในธุรกิจโรงแรมสร้างความภูมิใจให้กับตนเอง โดยเฉพาะเมื่อดำเนินงานได้สำเร็จและเป็นที่ยอมรับนับถือในสังคม เนื่องจากกลุ่ม เจนเนอเรชันแซตเป็นกลุ่มคนที่กล้าแสดงออกทางความคิด การพูด และต้องการประสบความสำเร็จในระยะเวลาอันสั้น ตลอดจนมีความมั่นใจในตัวเองและต้องการเป็นยอมรับนับถือของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิทย์ สังขทอง (2560) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท วาโก้ชังโย (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดชลบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ความสัมพันธ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และ Husainah, N. et al. (2022) ที่ได้ศึกษาเรื่อง Determinants of Self-Efficacy to Generation Z Job Satisfaction ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกทำงานของกลุ่มเจนเนอเรชันแซตเนื่องจากกลุ่มในวัยนี้มักจะตัดสินใจเลือกกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอาศัย

ความนึกคิด และความรู้ความสามารถของตนเองเป็นหลัก ตลอดจนมองว่าความสำเร็จในชีวิตต้องมาจากความพึงพอใจของตัวเองเช่นกัน

เช่นเดียวกับ **สมมติฐานที่ 2** ที่กล่าวว่าปัจจัยภายในอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเจนเนอเรชันแซตในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจไม่เลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม เนื่องมาจากกลุ่มเหล่านี้มองว่า การทำงานในธุรกิจโรงแรมนั้นมีความกดดันทั้งจากลักษณะของงาน เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน ตลอดจนผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเจนเนอเรชันแซตที่เป็นกลุ่มคนที่มีความเป็นตัวเองสูง ชอบความท้าทาย ไม่อยู่ในกรอบ และกล้าคิดกล้าแสดงออก เป็นต้น (Bencsik, A. and Machova, R., 2016)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอกอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเจนเนอเรชันแซตในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจทำงานในธุรกิจโรงแรม ได้แก่ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ บรรยากาศในการทำงาน ความมั่นคงในอาชีพ กล่าวคือ งานในธุรกิจโรงแรมงานมีสวัสดิการที่ดีและเหมาะสม เช่น อาหารกลางวัน เครื่องแบบ (Uniform) ค่ารักษาพยาบาล ประกันอุบัติเหตุ เงินทุนสำรองเลี้ยงชีพ และวันลาพักผ่อน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้กลุ่มคนเหล่านี้ตัดสินใจเข้ามาทำงานในธุรกิจโรงแรมมากขึ้น เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ พบว่า งานด้านธุรกิจโรงแรมให้ผลประโยชน์และผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากกว่า นอกจากนั้นแล้วกลุ่มคนเหล่านี้มองว่าอาชีพที่ดีคืออาชีพที่ให้ความมั่นคงกับชีวิตทั้งระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนั้นจะพบว่า บรรยากาศในการทำงาน ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้กลุ่มเจนเนอเรชันแซตตัดสินใจที่จะทำงานธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานกับหัวหน้างาน เนื่องจากส่งผลกระทบโดยตรงกับประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง Y and Z Generations at Workplaces (Bencsik, A. and Machova, R., 2016) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเจนเนอเรชันแซตมักเลือกทำงานโดยเน้นในเรื่องสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงานภายในองค์กรเป็นหลัก โดยมักจะเลือกทำงานในองค์กรที่สภาพแวดล้อมไม่ซ้ำซากจำเจ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรม ระดับชั้นปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่กล่าวว่าปัจจัยภายนอกนั้น มีอิทธิพลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ โดยเฉพาะในด้านของภาพลักษณ์ขององค์กรและเพื่อนร่วมงาน (ไพลิน บรรพโต, 2562)

เช่นเดียวกับ **สมมติฐานที่ 4** ที่กล่าวว่าปัจจัยภายนอกอย่างน้อยหนึ่งปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเจนเนอเรชันแซตในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจไม่เลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม ซึ่งจากผลการวิจัย สามารถกล่าวโดยสรุปว่า ในแง่ของค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ได้รับนั้นยังไม่เหมาะสมกับปริมาณของงานที่ได้ทำในแต่ละวันถือเป็นปัจจัยหลักที่อาจจะทำให้กลุ่มดังกล่าวไม่สนใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม อีกทั้งหากปริมาณงานที่ได้รับไม่สัมพันธ์กับค่าตอบแทนจะส่งผลให้กลุ่มดังกล่าวตัดสินใจลาออกได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bielen, M. and Kubicze, J.,

(2020) ที่ได้ศึกษาเรื่อง Response of the labor market to the needs and expectations of Generation Z พบว่า ลักษณะของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดมักให้ความสนใจกับผลตอบแทนที่ได้รับซึ่งจะต้องเหมาะสมกับลักษณะของงาน เนื่องจากกลุ่มคนดังกล่าวต้องการความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ตลอดจนบรรยากาศที่เป็นกันเองในที่ทำงาน เป็นต้น

3. การวิเคราะห์ถึงความต้องการในการเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัย กล่าวโดยสรุป เมื่อวิเคราะห์โดยใช้สมการการถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Multiple Regression) สามารถทำนายความต้องการในการเลือกทำงานได้มากถึง 89.8% โดยพบว่ากลุ่มเจนเอเรชั่นแซดที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม ผ่านปัจจัยด้านทัศนคติในงานและลักษณะของงานที่เป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มคนเหล่านี้สนใจเลือกทำงาน ในขณะที่ส่วนน้อยที่ตัดสินใจไม่เลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม เพราะมองว่าลักษณะของงานโรงแรมมีความกดดันมากเกินไป ซึ่งทำให้เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน อีกทั้งค่าตอบแทนและสวัสดิการในธุรกิจโรงแรมบางแห่งที่ไม่เหมาะสมกับปริมาณของงาน จึงไม่ได้เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกทำงานในธุรกิจนี้ ซึ่งสอดคล้องกับ พิชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีศิริสุข (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเอเรชั่น Y และเจนเอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดจะให้ความสำคัญกับประเด็นของความพึงพอใจในการทำงานที่ได้ใช้ความคิดและได้สมดุลชีวิต และปัจจัยจูงใจที่เป็นการกระทำเพื่อความสุขของตนเองเป็นสำคัญ

จากผลการวิจัย สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทั้งภายใน (Intrinsic Factor) และภายนอก (Extrinsic Factor) เป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดตัดสินใจที่จะเลือกทำงานหรือไม่เลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม โดยปัจจัยภายใน ได้แก่ ความภาคภูมิใจในงานและทัศนคติในการทำงาน ถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่สภาพแวดล้อม บรรยากาศในการทำงาน และค่าตอบแทน ที่เป็นปัจจัยภายนอกนั้น นับว่าเป็นแรงกระตุ้นที่ดีเช่นกัน อีกทั้งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าโรงแรมที่มีการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินการ จะเป็นตัวเลือกแรก ๆ ที่ทำให้กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดเหล่านี้ ตัดสินใจเลือกทำงานในธุรกิจโรงแรม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ประโยชน์จากงานวิจัยเชิงการจัดการธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลสามารถนำเอาผลวิจัยนี้ไปปรับใช้ในการจูงใจให้กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดซึ่งถือเป็นแรงงานสำคัญในตลาดอุตสาหกรรมบริการให้ร่วมมือทำงานกับองค์กรได้ ตลอดจนสามารถนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาแนวทางในการทำงานให้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มดังกล่าว

1.2 ประโยชน์จากงานวิจัยเชิงทฤษฎี จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยเชิงกระตุ้นในการเลือกประกอบอาชีพ พบว่า การจัดกลุ่มปัจจัยเชิงกระตุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำงาน โดยผ่านวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) สามารถสรุปได้ว่า บรรยากาศในการทำงาน ความเป็นกันเองในทีม ลักษณะของงาน ความมั่นคงในอาชีพค่าตอบแทนและสวัสดิการ ตลอดจนทัศนคติในงาน ถือเป็นปัจจัยเชิงกระตุ้นที่สำคัญ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ อาจจะได้ข้อมูลที่จำกัด ไม่ครอบคลุม ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาในเชิงการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ เนื่องจากจะทำให้ได้ข้อมูลทางทัศนคติในเชิงลึกของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Bencsik, A. and Machova, R. (2016). **Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management**. In ICMLG2016 - 4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016.
- Bencsik, A., Horvath-Csikos, G. and Juhasz, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. **Journal of Competitiveness**, 8(3), 90-106. DOI: 10.7441/joc.2016.03.06
- Bharat, C. and Rajendra, M. (2018). Generation Z entering the workforce: the need for sustainable strategies in maximizing their talent. **Human Resource Management International Digest**, 26(4), 34-38
- Bielen, M., and Kubicze, J., (2020). Response of the labor market to the needs and expectations of Generation Z. **E-mentor**, 4(86), 87-94.
- Frankel, J.R. (1977). **How to teach about values: An analytic approach**. New Jersey: Prentice Hall.
- Fombrun, C. J. (1996). **Reputation: Realizing value from the corporate image**. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Gattiker, U. E. and Larwood, L. (1986). Subjective Career Success: A Study of Managers and Support Personnel. **Journal of Business and Psychology**, 1(2), 78-94.
- Herzberg, F. (1966). **Work and the Nature of Man**. World Publishing, New York

- Husainah, N., Hafnidar, S. and Limakrisna, N. (2022). Determinants of Self-Efficacy to Generation Z Job Satisfaction. **Journal of Positive School Psychology**. 6(5), 850 – 860
- Jayathilake, H.D, Daud, D., Eaw, H.C. and Annuar, N. (2021). Employee development and retention of Generation-Z employees in the post-COVID-19 workplace: a conceptual framework. Benchmarking. **Benchmarking: An International Journal**, 28(7), 2343-2364.
- Litwin, G. H. and Stringer, A. (1968). **Motivation and organization climate**. Boston: Harvard University.
- Munn, N.L. (1971). **The evolution of the human mind**. Boston: Houghton Mifflin Harcourt (HMH)
- Mustafa, M.Z.B., Nordin, M.N.B., Razzaq, A.R.B.A. and Ibrabim, B.B. (2020). Vocational College Teachers in Malaysia: Confirmatory Factor Analysis for Job Attitude. **PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology**, 17(9), 5091-5098
- Nunnally, J. C. (1967). **Psychometric Theory**. New York: McGraw-Hill
- Wood, S. (2013). **Generation Z as Consumers: Trends and Innovation**. Institute for Emerging Issues: NC State University. From <https://iei.ncsu.edu/wpcontent/uploads/2013/01/GenZConsumers.pdf>.
- D'souza, Z.F. and Poojary, S. (2018). Employee Attitude towards Organizational Commitment: A Literature Survey. **Journal of Business and Management**, 20(1), 21-27.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). **หลักสถิติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชโลธร มานะเกษม. (2564). การตัดสินใจเลือกทำงานกับสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง. **วารสารรามคำแหง ฉบับรัฐประศาสนศาสตร์**, 4(3), 1-15
- ณัฐนันท์ ช้างพลี. (2564). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดส่วนกลาง สำนักงานศาลยุติธรรม. **วารสารรามคำแหง ฉบับรัฐประศาสนศาสตร์**, 4(1), 1-15
- ไทยโฮเทล แอนด์ ครูซไลน์. (1 ตุลาคม 2565). **8 ข้อดีอยากบอกต่อของคนที่ทำงานโรงแรม**. THCL academy. สืบค้น 27 มีนาคม 2566. จาก <https://www.thclacademy.com/post>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น

- ประหยัด ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา และฉลอมศรี พิมพ์สมพงษ์. (2560). การพัฒนามาตรฐานวิชาชีพสำหรับพนักงานโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 10(2), 1-8
- พัชรีรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภักดิ์ศิริสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบคนเจนเอเรชั่น Y และเจนเอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(3), 1-18
- ไพลิน บรรพโต. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรม ระดับชั้นปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- รวีพัชร งามพัทธวิชัย. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานตำแหน่งผู้ช่วยผู้สอบบัญชีกับบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่ง ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- รัฐบาลไทย. (2563). สถานการณ์โควิด-19 ในไทย. สืบค้น 1 ตุลาคม 2565. จาก <https://www.thaigov.go.th/search?keyword=Covid>.
- วิทย์ สังขทอง. (2560). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน : กรณีศึกษา บริษัท วาโกซังโย (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดชลบุรี. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกริก
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สงวนศักดิ์ จ๊ะสุนา. (2564). การศึกษาโครงสร้างองค์กร บรรยากาศในการทำงาน และเพื่อนร่วมงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของกำลังพลในหน่วยงานแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สายแก้ว จ้าวเจริญ. (2559). การรับรู้ความก้าวหน้าในอาชีพที่มีความสัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของพนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อภิญา พัฒนากิจเจริญชัย. (2554). การตัดสินใจเลือกใช้แรงงานต่างด้าวของนายจ้างในจังหวัดระยอง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อาคนย์ ภาเกิด. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกองค์การในการท างานของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ผ่านบริษัทจัดหางานแห่งหนึ่ง ย่านอโศก ในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้