

การประชุมวิชาการ งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ทางนิเทศศาสตร์ ครั้งที่ ๘

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
และเครือข่ายนิเทศศาสตร์ “ยินดีต้อนรับ”
อาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา
ผู้เข้าร่วมวิชาการงานวิจัยและงาน
สร้างสรรค์ทางนิเทศศาสตร์ครั้งที่ ๘

“ขอขอบพระคุณ”

ผู้ทรงคุณวุฒิอภิปรายงานวิจัย

- รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์
- รองศาสตราจารย์ อวยพร พาณิช
- รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงค์
- รองศาสตราจารย์ เมตตา วิวัฒนานุกูล
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลปิกภัย
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพรรณ บิลมาโนชญ์
- รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัดนา ทิมเมือง
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ
- คุณจักรพันธ์ ฐ สงขลา
- คุณนิธิวัฒน์ ธราธร



The Proceedings of the 8th Academic Conference
on Communication Research and Creative Works

วันศุกร์ที่ ๑๓ กรกฎาคม ๒๕๖๑

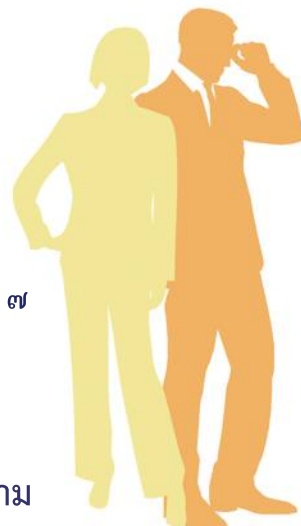
เวลา ๐๘.๓๐ น. - ๑๖.๓๐ น.

สถานที่

- ห้องประชุมมิลลิเนียม ชั้น ๑๙
- ห้องออডিทอเรียม ชั้น ๑๙

- ห้องประชุมคณะนิเทศศาสตร์ ชั้น ๗
- ห้อง ๑๙-๗๐๒/๑ ชั้น ๗
- ห้อง ๑๙-๗๐๒/๒ ชั้น ๗

อาคารเฉลิมพระเกียรติ ๑๙ มหาวิทยาลัยสยาม



รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุมงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 8	5
รายชื่อคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 8	6
รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการ“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 8	7
กำหนดการการจัดงานประชุมวิชาการ “งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 8	9



กลุ่ม 1: ห้องประชุม มิถลิเนียม อาคารเฉลิมพระเกียรติชั้น 19

การเปลี่ยนผ่านทางสื่อสารของสัญญาณบุคคลสู่อัตลักษณ์บุคคลในสื่อสังคม	
• กฤษณ์ ทองเลิศ และณชรัต อิมณะรัฐ	21
การถ่ายภาพภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน : กรณีศึกษา นครวัด – นครธม ประเทศกัมพูชา	
• รัฐพล ไชยรัตน์	27
กระบวนการสร้างสรรค์โดยการตัดแปลงเรื่องเล่าข้ามสื่อจากบทพระราชานิพนธ์สู่ภาพยนตร์สั้นเรื่องสายไปเสียแล้ว	
• มนฤดี ธาดาอำนวยการชัย, ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และธนาพล ธนสถิตย์	28
ทัศนวิธีวิทยาชาติพันธุ์วรรณนาในโรมานี	
• เวทีต ทองจันทร์	40
การใช้นวัตกรรมสื่อใหม่ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนายุคไทยแลนด์ 4.0	
• วโรชา สุทธิรักษ์	54
เทคโนโลยีวีเออาร์กับการสื่อสารที่เปลี่ยนไป: กรณีศึกษาฟุตบอลโลก ครั้งที่ 21 (รัสเซีย 2018)	
• ดิษฐา จำปาแขก	64
การสร้างสรรค์ผลงานสตอปโมชัน ‘Meta’ สำหรับคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม	
• ศักรา ไพบูลย์	73
การรับแนวความคิด “Responsive Design” มาใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการไทย	
• ประเมศวร์ รัมย์ยากร	80
การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	
• ภัทราพร เจริญรัตน์	89
การสื่อความหมายผ่านยุคสมัยด้วยรูปสัญลักษณ์สถาปัตยกรรม ตลาดหนองมน	
• กิตติธัช ศรีฟ้า	97
พรีเซนเตอร์ : บทบาทสำรองของนักกีฬาไทยในยุคดิจิทัล	
• พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์	102
ที่เล่าเรื่อง: อนุสรณ์สถานแห่งความรักของคุณหญิงกิริติ และบ้านแอนน์ แฟรงค์ในฐานะพื้นที่แห่งการมีส่วนร่วมผ่านการเล่าเรื่อง	
• ยุทธนา สุวรรณรัตน์	109

จินตนาการเกี่ยวกับกรุงศรีอยุธยาครั้ง ‘บ้านเมืองยังดี’ ในละครโทรทัศน์เรื่อง ‘บุพเพสันนิวาส’	
• สรรตน์ จีรวรรณวิสุทธิ์	114
การรู้ในการสื่อสาร	
• อรรถเดช สรสุชาติ	124



กลุ่ม 2 : ห้องประชุมคณะนิเทศศาสตร์ อาคารเฉลิมพระเกียรติ ชั้น 7

รูปแบบการพัฒนาครูโดยการผลิตสื่อบนโทรศัพท์มือถือ และ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่งเสริมศักยภาพในการสอน	
• ประกิจ อาษา และสุธาวลัย ธรรมสังวาลย์	131
การเสริมสร้างกีฬาศิลปะบังคับม้าประกอบดนตรีในประเทศไทย	
• อภิภู พรหมโยธี และจุฑา มนต์ไพบุลย์	142
พฤติกรรมกรรมการซื้อเสื้อโมสรของแฟนคลับสโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟซี	
• ธีร์ คันทอง	157
การสร้างสรรค์สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อแสดงถึงความปลอดภัยของเฟอร์นิเจอร์สำหรับเด็ก	
• วรฐ จินตนาวัฒน์ และมนฤดี ธาดาอานวยชัย	165
ปัจจัยเชิงสาเหตุพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์แบบสื่อออนไลน์ของผู้ชม LINE TV ในเขตกรุงเทพมหานคร	
• จักรพล เจริญกิจ, ประภัสสร วงษ์ดี และสมศักดิ์ จัตตพรพงษ์	177
ความขัดแย้งและความรุนแรงในมิวสิควิดีโอเพลงไทยร่วมสมัยกรณีศึกษา: เพลง ปาน ธนพร แวกประยูร	
• มนทริธา ธาดาอานวยชัย และธีระศักดิ์ พรหมดิเรก	186
ปัจจัยความสำเร็จของแฟนเพจเฟซบุ๊ก Wongnai ที่มีผลต่อความสนใจใช้บริการร้านอาหาร	
• มนทริธา ธาดาอานวยชัย, ณิชฐณิชา ณ นคร และณัฐพันธ์ุ เจนสกุล	195
การบริหารประสบการณ์ลูกค้าในธุรกิจร้านกาแฟ กรณีศึกษา แบรินด์ The First Espresso	
• วุฒิพัชญ์ พุกษ์ปาริชาติ และบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ุ	208
การรับรู้ภาพลักษณ์แบรนด์ Made of Fabricของผู้บริโภค	
• พิชาภรณ์ กิตต์ธันท์ทิรัญ และพิชญ์พฐุ ไวยโชติ	221
การเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจและความต้องการข้อมูลข่าวสารจากองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านควนของประชาชนในพื้นที่ตำบลบ้านควน	
• ธิดารัตน์ ภิรามร, สันทัต ทองรินทร์ และไพบูรณ์ คเชนทรพรรค	227
การสื่อความหมายของสติ๊กเกอร์ไลน์ที่ประกอบสร้างจากอัตลักษณ์เฉพาะบุคคล	
• สมเกียรติ ศรีเพ็ชร	231
การพัฒนาารูปแบบจดหมายข่าวนิเทศศาสตร์ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม	
• สุทธิ เรื่องรัตนสุนทร, ชุติภา สิงห์ศักดิ์เสวี และจารุณี วรรณศิริกุล	242



กลุ่ม 3 : ห้อง 19-702/1 อาคารเฉลิมพระเกียรติ ชั้น 7

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการบริหารที่มีผลต่อภาพลักษณ์เชิงกลยุทธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ : กรณีศึกษา สายการบิน บางกอกแอร์เวย์ส

• กฤดิทัช เตชะพงค์ธนา และกาญจนา มีศิลปวิกัย _____ 252

การพัฒนาสื่อแอปพลิเคชัน แบบโมชันกราฟิก ร่วมกับกลยุทธ์การเรียนรู้เกมมิฟิเคชันเรื่อง ภาษาฝรั่งเศสที่ใช้ในการสื่อสารเกี่ยวกับการเดินทางในชีวิตประจำวัน

• อาริษา อารยะกุลม, สรัญญา เชื้อทอง และประภัสสร วงษ์ดี _____ 258

Punctuation in Television Soap Opera “Love Destiny”

• เจตน์จันทร์ เกิดสุข _____ 267

กระแสนิยมของผู้ฟังที่มีต่อธุรกิจเพลงในยุคดิจิทัล

• ไกรเทพ จิตตวรากุล, มานิชต์ ชญาชัยวิวัฒน์ และจักรีรัตน์ แสงวารีย์ _____ 270

พฤติกรรมกรรมการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ว่างงาน

• นิพนธ์ สังกลม, สุขุมวิทย์ เหมแดง และจักรีรัตน์ แสงวารีย์ _____ 277

การพัฒนาของเกมออนไลน์สู่วงการอีสปอร์ต (E-Sport)

• เมธัส รักษาชาติ และจักรีรัตน์ แสงวารีย์ _____ 283

ภัยคุกคามที่มาจากภาพฝังใจของชาวต่างชาติที่มีต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยสยาม พ.ศ. 2560-2561

• ศิริชัย ศิริภายะ, เจตน์จันทร์ เกิดสุข และสมเกียรติ ศรีเพชร _____ 290

กระบวนการสร้างสรรค์ลีลาท่าทางในมิวสิควิดีโอเพลง “ปีศาจ” ของ ณัฐวุฒิ (แม็กซ์) เจนมานะ

• ชโลธร จันทะวงศ์ _____ 296

เอกลักษณ์ในการสร้างสรรค์ละครเวทีแนวเอ็กซ์เพรสชันนิสม์ของออสต์ สตรินเบิร์ก

• จุฑารัตน์ การระเกตุ _____ 304

‘JOYLADA’ แอปพลิเคชันนิยายแซทออนไลน์โฉมหน้าใหม่ของวรรณกรรมไทย

• ชญาณี ฉลาดธัญญกิจ _____ 313

การสื่อสารความเชื่อเรื่องชีวิตหลังความตายผ่านศิลปะปั้นเทินเกาหลี่

• อนรรฆอร บุรณันานนท์ _____ 319

การสร้างกรอบความคิดในงานนาฏศิลป์โดยอาศัยแนวคิดการสื่อสารเชิงสุนทรียะ : กรณีศึกษา การแสดงชุด

In the Spirit

• วณิชชา ภราดรสุธรรม _____ 325



กลุ่ม 4 : ห้อง 19-702/2 อาคารเฉลิมพระเกียรติ ชั้น 7

คุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬาอีสปอร์ต

• ภควัต เจริญลาภ, มนทิรา ธาดาอานวยชัย และปีเตอร์ กัน _____ 331

การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารออนไลน์

• สุนทรา เฟ็งคุ้ม และกิตติมา ชาญวิชัย _____ 342

การสื่อสารของ “พริตตี้” ผ่านการรีวิวสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมความงามบนเฟซบุ๊ก

• ชลารัตน์ เพ็ญสุภา และกิตติมา ชาญวิชัย _____ 351

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ผ่านมุมมองที่ปรึกษากลยุทธ์ กรณีศึกษา : ธุรกิจประเภทสุขภาพและความงาม

• กุลชา ตั้งมหาศุภร์ และบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์..... 358

ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อธุรกิจห้างและพิมพ์ฟิล์มภาพยนตร์ในประเทศไทย

• อิงฟ้า นิมิบุตร..... 367

เทคนิคการสร้างสรรคงานโฆษณาอดนียมทางยูทูปปี พ.ศ. 2560 ในประเทศไทย

• เปรมินทร์ หงษ์ไต้ และณัฐพงศ์ แยมเจริญ..... 373

ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของภาครัฐในยุคการตลาด 4.0

• นิพนธ์ สังกลม, จามร สมศักดิ์ และจักรีรัตน์ แสงวารี..... 383

กลยุทธ์การตลาดของกลุ่มธุรกิจบันเทิง

• ไกรเทพ จิตตวรากล, กันตพงศ์ บำรุงรักษ์ และจักรีรัตน์ แสงวารี..... 391

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Joox Music Thailand ของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ปี 2561

• เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์, ปวรรศ จันทร์เพ็ญ และฐานทัศน์ ชมภูพลี..... 400

‘ทวิตซ์’ สื่อใหม่ของบริษัทไลฟ์สตรีมมิง

• กัญฉกาจ ตระการบุญชัย..... 404

การแต่งหน้าเจ้าสาวเพื่อสื่อความหมายในงานมงคลสมรส

• กฤษณ์ คำนนท์..... 409

การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้รถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

• พงศ์อิศเรศ ไทยสะเทือน..... 417

พัฒนาการ การปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของนิตยสารไทยในยุคดิจิทัล

• ศศิธร สมอินทร์..... 424



กลุ่ม 5 : ห้องประชุม ออดิทอเรียม อาคารเฉลิมพระเกียรติชั้น 19

การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในการบริโภคข้าวกล้องเพื่อสุขภาพ

• พัฒนพงศ์ ประภาศรี, พนิดา วงศ์สง่า และธนัท สมณคุปต์..... 431

พันเรื่องราวจาก Pantip สู่หนึ่งแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งานภาพยนตร์สั้นเรื่อง The Room Story

• นราวิชญ์ ภิญญอุทธิ, ศุภกฤษณ์ นราพิสุทธิ์, ศุภกฤษ น้อยพจนา และปริญญา ภูณะ..... 438

จากส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในชีวิตสู่แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งานภาพยนตร์สั้นเรื่อง “ Sorry Bro (น้องรัก) ”

• ศุภชัย บุญเทพ, อภิชาติ ศรีปิ่นแก้ว, สิทธิชัย นาคชื้อตรง, ศรีณย์ อนุสรณ์ และศิริชัย สมนาม..... 446

กระบวนการสร้างสรรค์สร้างสรรค์อินโฟกราฟิกเรื่องสงครามโลก War never changes

• อธิเบศ เกตุแพ่ง, กิตติคุณ เริ่มตระกูล และธรรพงศ์ สะอิ่งทอง..... 452

กระบวนการสร้างสรรค์สร้างสรรค์อินโฟกราฟิกแนะนำการศึกษา Guide Ga

• พุทธิพจน์ ปรีชา, ณัฐพล วงษ์โท และกัมปนาถ สุวรรณรัตน์..... 453

ภาพยนตร์สั้นเรื่อง เครื่องรางแห่งความสุข (Pace Maker)

- วัชรกร สดสว่าง, จิรายุ โสภณ, ธนากร ภาทัญญู, วาทีตย์ เรือนก้อน, ปริญญาภัทร มะปาโท, ศุภสิน อิมสุขสันต์ และกัมปนาท ไชยกุล _____ 454

ภาพยนตร์สั้นเรื่อง เช็ดแล้วคราวนี้ (No More Bet)

- ฉัตรมงคล กุลกิติโกวิทย์, วรากร กำเนิดรัตน์, ฤทธิพงษ์ ฤทธิกันโต, ณิชชญา โพธิรัตน์, และสุพิชฌาย์ พาผล _____ 455

ภาพยนตร์สั้นเรื่อง รัก ผีน ร็อค (Hope)

- ศุภกิจ แผลงภู, สรายุทธ พะกะยะ, วรพล สกฤษณี, ธนธรรณ ภัทจารีสกุล, ปรุฬห์ วุฒิพุทธางกูร, อภิสรา อนุสี เกียรติศักดิ์ พิรุณกาญจน์, ศักดิ์ศิริ ไวยประเสริฐ, กิตติภา มงคลการ และสุทธิศักดิ์ การิม _____ 456

กระบวนการสร้างสรรค์งานภาพถ่ายนักษขนาดเล็ก

- ณิชวุฒิ สิงห์หนองสง _____ 457

การผลิตสื่อด้านสุขภาพเพื่อสร้างความเข้าใจในระบบการเผาผลาญของร่างกายก่อนการลดน้ำหนัก และการลดน้ำหนักแบบ Low carb Hi Fat หรือ Ketogenic Diet ในรูปแบบของสื่อภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ

- ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข, ท้ายภัทร รัตนมงคลพร และณิชมน เกิดศรีเล็ก _____ 463

การสร้างสรรค์จิตรกรรมดิจิทัลชุด “วัดเซนโซจิ 2018”

- สุริยะ ฉายะเจริญ _____ 469

เทคนิคในการกำกับภาพยนตร์สั้นของนักศึกษาโครงการภาพยนตร์ ปีการศึกษา 2560 : กรณีศึกษา ภาพยนตร์สั้นเรื่องเช็ดแล้วคราวนี้

- มนต์ศักดิ์ เกษศิริรินทร์เทพ และสมคเน วรวิวัฒน์ _____ 475

การผลิตตัวอย่างภาพยนตร์เรื่อง “ NINGURU FORET ”

- ณิชฐพล อมรทัต _____ 484

กระบวนการผลิตวีดิโอไวรัส “โครงการสถานีตำรวจลำปาง” สำหรับสถานีตำรวจภาษีเจริญ

- ธนัช นนท์ขุนทด _____ 488



รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุม “งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 8

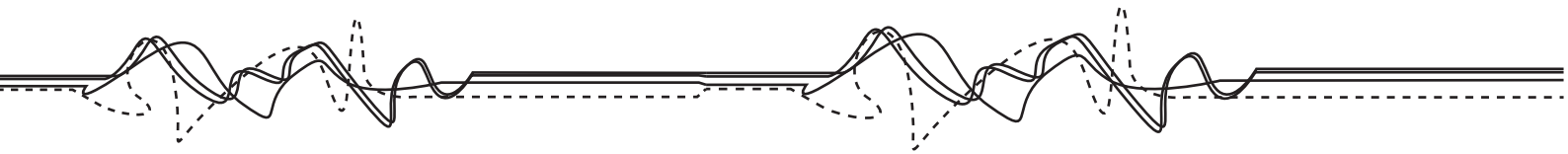


- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- มหาวิทยาลัยรังสิต
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- มหาวิทยาลัยสยาม
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- สถาบันกัณฑ์นา



รายชื่อคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ

“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 8



ที่ปรึกษา	รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ
อำนวยการ	ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์
การเงิน	ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสวง
ประสานงานผู้ทรงคุณวุฒิ	ชญานิ ฉลาดัญญกิจ
ประสานงานผู้ส่งบทความ	เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์
ศิลปกรรม	สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์
สถานที่	สุทธิ เรืองรัตนสุนทร
ประเมินผล	ธีรวันท์ โอภาสบุตร
ฝ่ายอาหาร-เครื่องดื่ม	พลอยชนก วงศ์ภัทรไพศาล ฐานทัศน์ ชมภูพล
ฝ่ายลงทะเบียน-ต้อนรับ	พลอยชนก วงศ์ภัทรไพศาล ปวรรศ จันท์เพ็ญ
ฝ่ายประสานงาน (ห้องมิลลิเนียม)	ประกิจ อาษา ยุทธนา สุวรรณรัตน์
ฝ่ายประสานงาน (ห้องประชุมคณะนิเทศศาสตร์)	สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์ สมเกียรติ ศรีเพ็ชร
ฝ่ายประสานงาน (ห้อง 19-702/1)	ชโลธร จันทะวงศ์ จุฑารัตน์ การะเกตุ
ฝ่ายประสานงาน (ห้อง 19-702/2)	จารุณี วรรณศิริกุล ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข
ฝ่ายประสานงาน (ห้องออডিทอเรียน)	ผศ. เวทิต ทองจันทร์ มนต์ศักดิ์ เกษศิริรินทร์เทพ

รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการ “งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 8

- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- มหาวิทยาลัยนเรศวร
- มหาวิทยาลัยเนชั่น
- มหาวิทยาลัยพะเยา
- มหาวิทยาลัยรังสิต
- มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- มหาวิทยาลัยสยาม
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- สถาบันกันตนา
- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



พฤติกรรมกรรมการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ว่างงาน

Job Vacancy through the online media of the unemployed

นิพนธ์ สักกลม* สุขุมวิทย์ เหมแดง* และจักรีรัตน์ แสงวาริ **

บทคัดย่อ

ปัจจุบันสื่อ ออนไลน์ มีบทบาทสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์เพื่อสื่อสารระหว่างกัน การศึกษา หรือแม้กระทั่งการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในแง่ของธุรกิจและองค์กร ในด้านการบริหารจัดการภายในองค์กร และภายนอกองค์กร การบริหารจัดการทรัพยากรในการประกอบธุรกิจ อันได้แก่ การเงิน เครื่องมือเครื่องใช้ กระบวนการทำงาน และการบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งในปัจจุบันนับว่าทรัพยากรมนุษย์นั้นมีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของการประกอบธุรกิจ ที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจ ดังนั้น ขั้นตอนของการสรรหาคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญเช่นเดียวกันที่จะทำให้ได้คนเก่ง คนดี เข้ามาร่วมงาน โดยเฉพาะตลาดแรงงานปัจจุบันเข้าสู่ยุคของการหางานของกลุ่มคน Gen Y และ Gen Z ซึ่งมีพฤติกรรมกรรมการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ ตลอดจนคนกลุ่มนี้จะไม่สนใจเพียงแค่บริษัทที่ยื่นข้อเสนอในเรื่องของข้อตอบแทนอย่างเดียวนั้น ผู้ประกอบการจะต้องนำเสนอถึงการให้พื้นที่และโอกาสในการแสดงความคิดเห็น ตลอดจนแสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิต เช่น การออกแบบสำนักงาน ทำเลที่ตั้ง ระยะเวลาในการเดินทาง รวมถึงเวลาการทำงานที่ยืดหยุ่น เป็นต้น และเพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมกรรมการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์ของผู้หางาน ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงได้รวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่มีการเก็บข้อมูลทางด้านพฤติกรรมกรรมการสมัครงานของผู้หางาน จากเว็บไซต์ต่างๆ มานำเสนอ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์ ตลอดจนเหตุผลที่จูงใจผู้หางานเลือกที่จะสมัครงานกับผู้ประกอบการ เพื่อนำมาเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจในการพัฒนากระบวนการในการสรรหาคัดเลือกพนักงานของทั้งภาครัฐ และเอกชน

คำสำคัญ : พฤติกรรมกรรมการสมัครงาน / สื่อออนไลน์ / ผู้ว่างงาน

Abstract

Online media plays an important and vital role in human daily life for communicating with each other, studying or even utilizing business and organizational benefits. In the field of internal management. And outside the organization. Management of business resources such as finance, tools and equipment. work process And human resources management. At present, human resources are at the top. Of the business. The entrepreneur is so interested in the process of recruiting human resources is an important step to get the good people to join the event. In particular, the labor market is now entering the age of job search for Gen Y and Gen Z, with the majority of online job-seekers. This group of people is not interested in just companies that offer only compensation. Entrepreneurs must offer space and opportunity to comment. It also shows the lifestyle, such as office design, location, travel time. Including flexible work times, etc., and to explain job seekers' online behavior through online media. Make it clearer. It has collected information from various agencies. The job seeker's job information is collected. From websites to present to know the job application through online media

* นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

As well as motivating reasons, job seekers choose to apply for employment with an entrepreneur. To be useful for those interested in developing the recruitment process for recruiting employees from both the public and private sectors.

Keywords: Job Behavior / Online Media / Unemployed

วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ว่างงาน
- (2) เพื่อศึกษาถึงเหตุผลที่จูงใจของผู้ว่างงานในการเลือกสมัครงานกับผู้ประกอบการ

บทนำ

การเขียนบทความวิชาการ “พฤติกรรมการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ว่างงาน” นั้น อาศัยข้อมูลที่ได้รวบรวมจากหน่วยงานหลายๆ หน่วยงาน ตลอดจนบุคคลที่สำคัญ อาทิ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, อาจารย์กรรณิการ์ สุวรรณศรี, บริษัท จัดหางาน จ๊อบส์ ดีพี (ประเทศไทย) จำกัดโดยสิ่งที่ได้มาจะเป็นในลักษณะตัวเลข และภาพสถิติพฤติกรรมการสมัครงานของผู้หางาน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ตัวเลข และสถิติข้อมูลต่างๆ โดยผู้ที่มีประสบการณ์ในการเขียนบทความอยู่เป็นประจำ เพื่อถ่ายทอดตัวเลขเหล่านั้นมาเป็นตาราง แผนภูมิ และบทความเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อวงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนผู้จัดหางาน ผู้หางาน และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการสรรหาคัดเลือกพนักงาน โดยผู้เขียนได้ถ่ายทอดจากตัวเลขมาเป็นบทความ และรวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจไว้ในบทความนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจทั้งในแง่ของผู้สรรหาคัดเลือก และผู้หางานทำ ผ่านสื่อออนไลน์ อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการ ผู้หางาน และผู้จัดหางาน ตลอดจนผู้สนใจทั้งภาครัฐและเอกชน

ผู้ว่างงานกับการสรรหาบุคลากรของสถานประกอบการ

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management : HRM) เป็นงานที่องค์กรให้

ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของการประกอบธุรกิจ โดยเชื่อว่า การที่องค์กรจะกระทำการกิจหลักให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพนั้น หน่วยงานจำเป็นจะต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพในปริมาณที่เหมาะสมกับงาน ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการในการบริหารงาน เพราะบุคลากรเป็นผู้จัดทำ และใช้ทรัพยากรบริหารอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นเงิน วัสดุอุปกรณ์และการจัดการ ซึ่งถ้าองค์กรเริ่มต้นด้วยการมีบุคลากรที่ดี มีความสามารถ ปัจจัยด้านอื่นๆ ก็จะได้ตามมา ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นการดำเนินการที่เกี่ยวกับบุคคลที่ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กรเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร พร้อมทั้งดำเนินการบำรุงรักษาและพัฒนาให้ทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรมีคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยมีภารกิจหลัก ได้แก่ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การกำหนดงานหรือออกแบบงาน การวิเคราะห์งาน การสรรหา การคัดเลือก การประเมินผลงาน การฝึกอบรมและพัฒนา การบริหารค่าตอบแทน สุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงการพ้นจากงานของพนักงาน

ทั้งนี้เพราะงานเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างบุคคลและองค์กร และเป็นสิ่งที่บ่งบอกลักษณะทรัพยากรบุคคลที่องค์กรต้องการ ในการกำหนดงานจะต้องพิจารณาทั้งระบบ คือการศึกษาองค์ประกอบขององค์กร องค์ประกอบของสภาพแวดล้อม และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม และสร้างงานขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายขั้นสุดท้ายคือการเพิ่มผลผลิตในองค์กรและการที่พนักงานเกิดความพึงพอใจในงาน (การบริหารทรัพยากรมนุษย์, 2561:ออนไลน์)

เห็นได้ว่าการจัดการในเรื่องของทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญ ในการวางตำแหน่งการบริหารงานต่างๆ (Put the right man to the right job) เป็นประการแรก การพิจารณามองหาบุคคล ต้องมองว่าเป็นเรื่องของการลงทุน มองคนให้เป็น Asset เป็นการลงทุนที่ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด การจ้างคนจึงต้องคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงด้วย โดยแนวคิดการบริหารปริมาณคน (Human Capital Idea) มองคนเป็น Asset ไม่ใช่ Liability จึงจะเป็นการลงทุนทำให้เพิ่มมูลค่าได้ ซึ่งแบ่งทรัพยากรมนุษย์ออกเป็น 4 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1 “คนดี คนเก่ง” เป็นคนที่มีจิตคุณธรรมที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี เป็นกลุ่มคนที่หายากที่ทุกๆ องค์กรต่างอยากได้และอยากมีมาก

กลุ่มที่ 2 “คนดี คนไม่เก่ง” เป็นคล้ายกับคนกลุ่มที่ 1 เพียงแต่อาจจะมีความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในระดับปานกลางเรียกว่า เก่งน้อยหน่อย แต่ถ้าได้ประสบการณ์มากขึ้นก็จะสามารถเก่งขึ้นไปได้เรื่อยๆ กลุ่มนี้องค์กรต่างๆ อยากจะหาเข้ามาอย่างน้อยก็เป็นคนดี ความเก่งสามารถฝึกฝนกันได้ ถ้าให้โอกาส

กลุ่มที่ 3 “คนไม่ดีแต่เป็นคนเก่ง” แม้จะเป็นคนที่มีความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี แต่ความคิดความประพฤติทุจริต คอรัปชั่น เอาดีเข้าใส่ตัว ไม่มีจิตคุณธรรม คนกลุ่มนี้จึงน่ากลัวมากเพราะจะใช้ความเก่งในทางที่ผิด จะสามารถทำให้องค์กรถึงกาลล่มสลายได้

กลุ่มที่ 4 “คนไม่ดี คนไม่เก่ง” เป็นคนไม่ดี มีความคิด ความประพฤติ ทุจริต คอรัปชั่น เอาดีเข้าใส่ตัว ไม่มีจิตคุณธรรมอยู่แล้ว ยังเป็นคนด้วยปัญญา หรือความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาต่างๆ น้อยนิด คิดว่าคงไม่มีองค์กรไหนเอาคนกลุ่มนี้เข้ามาทำงานเป็นแน่ยกเว้น

การเล่นพรรคเล่นพวกเพื่อการทุจริต

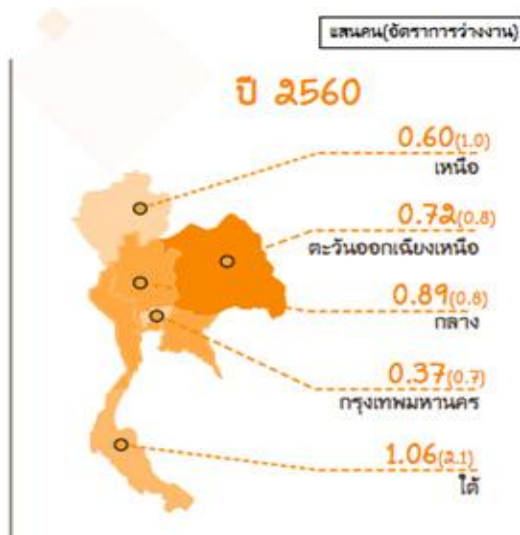
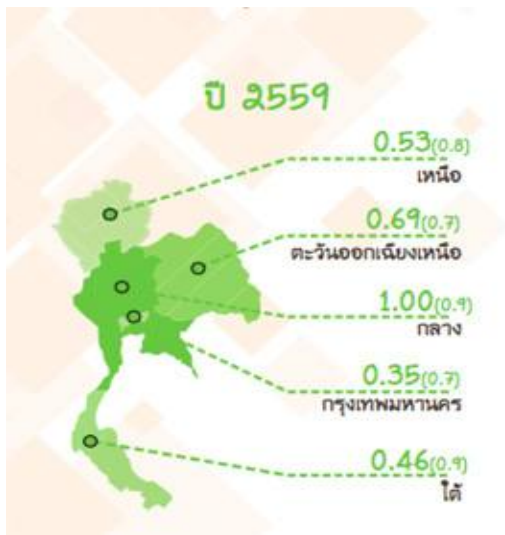
การพิจารณารับสมัครบุคคลเข้ามาทำงาน ต้องเลือกคนดีเป็นประการแรก ความเก่งจึงเป็นรอง เป็นทักษะที่ต้องอาศัยประสบการณ์ การที่จะพิจารณาว่า คนไหนเป็นคนดี หรือคนไหนเป็นคนไม่ดี ดูได้จากพฤติกรรม ผลงานและแนวคิดในการปฏิบัติตน เช่น คนที่มีปัญหาทางการเงิน ใ้ว่าจะเป็นคนไม่ดี ไปทุกคน เพราะเขาอาจจะมีความปัญหาทางการเงินจากการถูกระงับค่าก็ได้ ในทำนองเดียวกัน คนที่มีเงินทอง มีความร่ำรวย ก็ใ้ว่าจะเป็นคนดีไปทุกคน เพราะ ร้าเขาอาจจะร้ารวยมาจากความไม่ซื่อตรง การกินส่วนต่าง การทุจริต หรือการคอรัปชั่นมาก็ได้ ดังนั้นคนจะดีก็อยู่ที่เจตนาของความคิดและการกระทำของแต่ละบุคคล เพราะยังมีความยุติธรรมอยู่ จึงยังมีคำพูดที่ว่า “ทำดีแล้วไม่ได้ดี พุ่มเทการทำงานด้วยจิตวิญญาณแล้ว แต่เจ้านายไม่เห็น” ซึ่งมีให้เห็นอยู่ทั่วไปในสังคมมนุษย์ (กรรณิการ์ สุวรรณศรี : วิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์, 2561: ออนไลน์)

องค์กรส่วนใหญ่ในยุคปัจจุบันจึงหันมาให้ความสำคัญกับการสรรหาคัดเลือกพนักงานเป็นอันดับต้นๆ ของโครงสร้างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพราะเป็นปรากฏการณ์แรกที่จะได้ “คนดี คนเก่ง” หรือ “คนดี” เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในองค์กร ทำให้แต่ละองค์กรมีกระบวนการในการสรรหาคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ ที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามที่ในขณะที่องค์กรต่างๆ ยังต้องการทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กร ในภาคของแรงงานเองก็ต้องการที่จะร่วมงานกับองค์กร ที่มีการจ่ายค่าตอบแทนที่คุ้มค่า ราคาแพง มีสวัสดิการการเป็นอยู่ที่ดี มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เรียกได้ว่า ทำให้มีงาน มีเงิน มีตำแหน่งที่สูงมีหน้าตาในสังคม มีความภาคภูมิใจใน และมีความสุข จากสถานการณ์ที่เรียกว่า “หาคนตรงงาน หางานตรงใจ” จึงทำให้ภาวะตลาดแรงงานปัจจุบันยังมีอัตราการว่างงานของแรงงานในประเทศไทย เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2560 สูงขึ้น เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปี 2559 ดังตารางที่ 1 เปรียบเทียบจำนวนภาวะการทำงานของประชากรไทยทั่วราชอาณาจักร เดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม ใน ปี พ.ศ. 2559 และ ปี พ.ศ. 2560

สถานภาพแรงงาน	2559		2560	
	พ.ย.	ธ.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ประชากรอายุ 15 ปี ขึ้นไป	55.74	55.77	56.08	56.11
1. ผู้อยู่ในกำลังแรงงาน	38.11	37.79	38.28	37.72
1.1 ผู้ที่มีงานทำ	37.66	37.36	37.72	37.19
1.2 ผู้ว่างงาน	0.38	0.30	0.44	0.37
1.3 ผู้รอฤดูกาล	0.07	0.13	0.12	0.16
2. ผู้อยู่นอกกำลังแรงงาน	17.63	17.98	17.80	18.39

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (www.nso.go.th)

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาวะการทำงานของประชากรทั่วราชอาณาจักร เดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 พบว่าจำนวนผู้มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป 56.11 ล้านคน เป็นผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานหรือผู้ที่พร้อมจะทำงาน 37.72 ล้านคน ซึ่งประกอบด้วยผู้มีงานทำ 37.19 ล้านคน ผู้ว่างงาน 3.64 แสนคน และผู้ที่รอฤดูกาล 1.62 แสนคน ส่วนผู้ที่ยอยู่นอกกำลังแรงงานหรือผู้ที่ไม่พร้อมทำงาน 18.39 ล้านคน ได้แก่ แม่บ้าน นักเรียน คนชรา เป็นต้น



ภาพประกอบที่ 1 เปรียบเทียบจำนวนภาวการทำงานขอประชากรไทย เดือนธันวาคม ในปี พ.ศ. 2559 และ ปี พ.ศ. 2560 แยกตามภูมิภาค
ที่มา: จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย) จำกัด (www.bltbangkok.com)

จากภาพประกอบที่ 1 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ว่าจ้างทั่วประเทศเพิ่มขึ้น 6.1 หมื่นคน จาก 0.03 แสนคน เป็น 3.64 แสนคน เมื่อพิจารณาเป็นรายภาค พบว่าภาคใต้มีจำนวนผู้ว่าจ้างเพิ่มขึ้น 6.0 หมื่นคน ภาคเหนือมีจำนวนผู้ว่าจ้างเพิ่มขึ้น 3.0 พันคน และภาคกลางมีจำนวนผู้ว่าจ้าง 1.1 หมื่นคน ส่วนกรุงเทพมหานครมีจำนวนผู้ว่าจ้างเพิ่มขึ้น 2.0 พันคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560 :ออนไลน์)

จากสถิติขณะที่มีผู้ว่าจ้างถึง 0.37 ล้านคน ตามภาพประกอบที่ 2 ก็ยังพบว่าตลาดแรงงานยังมีแรงงานที่ขาดแคลนผู้สมัครงานอยู่ สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มบุคคลที่มีโอกาสเข้าสู่สายงานต่างๆ ได้ หรือในทางกลับกัน กลุ่มบุคคลที่มีโอกาสเข้าสู่สายงานก็ยังไม่สามารถเข้าถึงองค์กรที่ต้องการแรงงานได้ ซึ่งปัจจุบันไทยมีปัญหาขาดแคลนแรงงานในสายงาน การตลาดดิจิทัล ไอที บัญชี และวิศวกรรม เป็นอันดับต้นๆ ของภาพรวมตลาดแรงงานไทย

สายงานที่ขาดแคลนผู้สมัครในปัจจุบัน



ภาพประกอบที่ 2 แสดงสายงานที่ขาดแคลนผู้สมัครงาน
ที่มา: จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย) จำกัด
(https://thumbsup.in.th/2017/06/jobdb)

พฤติกรรมกรรมการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์

ปัจจุบันมีช่องทางการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์มากมายหลายช่องทาง ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน ซึ่งแต่ละช่องทางได้ชูจุดเด่นของความสามารถของสื่อที่แตกต่างกันไป แต่ก็ยังมีผู้สมัครงานบางส่วนไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีหรือสื่อออนไลน์ และหรือยังไม่มั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลที่เป็นส่วนตัวที่ต้องกรอกลงไป ตลอดจนยังมีผู้สมัครงานบางส่วนยังมีความเชื่อที่ว่า การติดต่อสมัครงานเองที่สำนักงานนั้น มีโอกาสที่จะได้รับการเรียกตัวหรือสัมภาษณ์งานทราบผลได้ไฉไลทันที ซึ่งอาจเพิ่มโอกาสให้ตนนั้นได้งานเร็วกว่าการสมัครผ่านสื่อออนไลน์ และอย่างน้อย การที่ตนเข้าไปติดต่อสมัครงานด้วยตนเองนั้นสามารถที่จะพิจารณาเลือกสถานประกอบการที่มีสภาพแวดล้อมที่ตนเองนั้นอยากจะทำงานด้วยได้ ซึ่งสามารถสรุปสัดส่วนของพฤติกรรมกรรมการสมัครงานของผู้ว่าจ้างหรือผู้สมัครงานได้ตามภาพประกอบที่ 3



ภาพประกอบที่ 3 แนวโน้มการหางานในปัจจุบัน ที่มา: จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย) จำกัด (<https://thumbsup.in.th/2017/06/jobdb>)



ภาพประกอบที่ 4 แนวโน้มการหางานปัจจุบัน ที่มา: จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย) จำกัด (<https://thumbsup.in.th/2017/06/jobdb>)



ภาพประกอบที่ 5 แนวโน้มการหางานปัจจุบัน ที่มา: จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย) จำกัด (<https://thumbsup.in.th/2017/06/jobdb>)



ภาพประกอบที่ 6 สิ่งที่จะดึงดูดผู้หางาน Gen Y และ Gen Z ให้เข้าร่วมงาน ที่มา: จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย) จำกัด (<https://thumbsup.in.th/2017/06/jobdb>)

จากภาพประกอบที่ 3 พบว่า ร้อยละ 65 ของผู้ประกอบการใช้เว็บไซต์หางานเป็นช่องทางหลักในการค้นหาผู้สมัคร ร้อยละ 74 ของผู้หางานและสมัครงานผ่านเว็บไซต์หางาน โดย 3 ช่องทางสมัครงานที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ สื่อออนไลน์ ร้อยละ 74 ติดต่อผู้ประกอบการโดยตรง ร้อยละ 34 และการบอกต่อ ร้อยละ 26

จากภาพประกอบที่ 4 พฤติกรรมการค้นหาของพนักงาน ในปัจจุบันผู้หางานเลือกสมัครงานผ่านโฆษณาประกาศงานมากขึ้น โดย ร้อยละ 67 ของผู้หางานในประเทศไทยใช้โทรศัพท์มือถือค้นหาเป็นหลัก ซึ่งในจำนวนนี้มีผู้สมัครงานผ่านโทรศัพท์มือถือสูงถึง ร้อยละ 51 ในทางกลับกัน ร้อยละ 33 และ ร้อยละ 49 ของผู้หางานค้นหาและสมัครงานผ่านคอมพิวเตอร์

จากข้อมูลที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดจะเห็นได้ว่าปัจจุบันไม่ใช่แค่ความสะดวกสบายในการรับสมัครงานที่แต่ละผู้ประกอบการพยายามหยิบยื่นให้กับผู้สมัครงานเท่านั้น ที่จะได้คนเก่งคนดีมีความสามารถเข้ามาร่วมงานกับองค์กร ผู้ประกอบการต้องศึกษาถึงพฤติกรรมความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบันด้วย ซึ่ง จ๊อบส์ดีบี ได้สรุปเทรนด์เกี่ยวกับการสรรหาคูหาบุคลากรที่สำคัญไว้ตามภาพประกอบที่ 5

จากภาพประกอบที่ 6 พบว่าปัจจัยหลักๆ ในการตัดสินใจเลือกงานที่คนกลุ่ม Gen Y และ Gen Z คำนึงถึง คือ สถานที่ทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวก และสวัสดิการที่มีความยืดหยุ่น รวมถึงวัฒนธรรมองค์กร ขณะที่ผู้บริหารและ HR เอง ต้องปรับรูปแบบวิธีการบริหารคนกลุ่มนี้โดยให้พื้นที่และโอกาสในการแสดงความคิดเห็น คน Gen Y และ Gen Z เป็นคนที่มีความคิดเป็นของตัวเองสูง และมักจะไม่ยอมรับอะไรง่าย ๆ จึงควรให้โอกาสในการให้พวกเขาได้ปล่อย “ของ” อย่างเต็มที่

นอกจากนี้ยังพบว่า คน Gen Y และ Gen Z ชอบให้องค์กรพิจารณาผลงานจากฝีมือจริงๆ ไม่ใช่ตามระบบอาวุโส เรื่องนี้องค์กรต้องมีเกณฑ์การพิจารณาการให้ผลตอบแทน หรือพิจารณาเลื่อนตำแหน่งให้เหมาะสม

บทสรุป

ปัจจุบันแม้ว่าสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาท และสร้างความสะดวกสบาย ทุกที่ ทุกเวลา ในการสมัครงานของผู้ว่างงาน และการรับสมัครงานของผู้ประกอบการก็ตามที่ ยังเห็นได้ว่าตลาดแรงงานไทยยังมีอัตราการว่างงานสูง ในขณะที่ผู้ประกอบการเองก็ยังคงขาดบุคลากรตำแหน่งสำคัญ อยู่ ซึ่งให้เห็นถึงสิ่งจูงใจหรือข้อเสนอของผู้ประกอบการยังไม่เป็นที่น่าสนใจของผู้หางานเท่าที่ควร ซึ่งจากข้อมูลนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องจูงใจในผู้สมัครงานนอกจากอำนวยความสะดวกเรื่องการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์ต่อผู้หางานแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องยื่นข้อเสนอด้วย ปัจจัยอ้างอิงจากวิธีการ

ดำเนินชีวิต เช่น การออกแบบสำนักงาน ทำเลที่ตั้ง ระยะเวลาและระยะเวลาในการเดินทาง รวมถึงการทำงานที่มีความยืดหยุ่น ตลอดจนแสดงให้เห็นผู้หาผู้สมัครเข้ามาร่วมงานกับองค์กรแล้วจะได้แสดงความสามารถหรือปล้อยของที่ตนเองมีอย่างเต็มที่ และสามารถชี้ให้เห็นถึงความเจริญเติบโตทางสายอาชีพของพนักงาน ดังนั้นเนื้อหาที่ผู้ประกอบการจะใช้ในการดึงดูดให้ผู้สมัครงานมาสมัครงานนั้นย่อมเป็นสิ่งสำคัญ ตลอดจนผู้ประกอบการต้องนำเสนอข้อเสนอดังกล่าวผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถรับชม รับฟัง และศึกษาตลอดจนสมัครงาน ผ่านอุปกรณ์ที่ผู้สมัครสนใจนั้นก็คือโทรศัพท์มือถือเป็นส่วนใหญ่

บรรณานุกรม

ระบบออนไลน์

- กรรณิการ์ สุวรรณศรี. (2558). [ออนไลน์].การบริหารทรัพยากรมนุษย์. [สืบค้น วันที่ 17 มกราคม 2561].จาก <http://pws.npru.ac.th/kannika/>
- คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. (2549). [ออนไลน์]. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ [สืบค้น วันที่ 17 มกราคม 2561].จาก <http://pharmacy.hcu.ac.th/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร. [สืบค้น วันที่ 18 มกราคม 2560]. จาก www.nso.go.th
- JobDB. (2560). [ออนไลน์]. JobsDB เผย 10 สายงานที่ตลาดต้องการมากที่สุด พร้อมเคล็ดลับมัดใจคนทำงาน Gen X-Y-Z. [สืบค้น วันที่ 18 มกราคม 2561]. จาก <https://www.brandbuffet.in.t>
- Powervision. (2559). [ออนไลน์]. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. [สืบค้น วันที่ 18 มกราคม 2561].จาก <http://www.powervision.co.th>