



พฤติกรรมกรรมกรสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

JOB APPLICATION BEHAVIOR VIA THE INTERNET AFFECTING PEOPLE'S SATISFACTIONS
OF EMPLOYMENT IN BANGKOK AND METROPOLITAN REGION

สุภัทรวีดี เทียนเพิ่มพูล¹ และ ดร.กฤษฎา มุอัมหมัด²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ที่ปรึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา พฤติกรรมกรรมกรสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่อยู่ในวัยทำงาน ที่เคยสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะการทำงานในปัจจุบัน สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา เกรดเฉลี่ย รายได้ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำที่แตกต่างกัน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านพฤติกรรมกรใช้อินเทอร์เน็ต ที่ประกอบด้วย จำนวนชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน และความสม่ำเสมอในการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำที่แตกต่างกัน 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมกรสมัครงาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ ของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี มีงานทำ จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี สำเร็จการศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ, พาณิชยศาสตร์ และการบัญชี, เศรษฐศาสตร์ มีเกรดเฉลี่ย 2.5 - 2.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เดือนละ 15,001 - 20,000 บาท มีประสบการณ์การทำงานรวม 3-5 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะการทำงานในปัจจุบัน สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา เกรดเฉลี่ย รายได้ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำแตกต่างกัน พบว่า อายุ สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมกรใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของใน 1 สัปดาห์ ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของใน 1 วัน และระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้งแตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำแตกต่างกัน พบว่า ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของใน 1 วัน และระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมกรรมกรสมัครงาน ได้แก่ การเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน ผลตอบแทนหรืออาชีพที่สนใจ และช่องทางการรับรู้ข้อมูล ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ พบว่า ด้านการเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน ด้านผลตอบแทนหรือ



อาชีพที่สนใจ และด้านช่องทางในการรับข้อมูล ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต, ความพึงพอใจ, การมีงานทำ

ABSTRACT

This research aimed to study job application behavior via the Internet affecting people's satisfactions of employment in Bangkok and metropolitan region. The sample group was 400 working ages who used to apply for jobs via the Internet and live in Bangkok and metropolitan region. The objectives of this research were 1) to study demographic factors including gender, age, working status, graduated fields, grade point average (GPA), income, and different experience affecting satisfactions of employment differently; 2) to study the Internet using behavior consisting of using hours per day and regularity of using affecting satisfactions of employment differently; and 3) to study job application behaviors affecting people's satisfactions of employment in Bangkok and metropolitan region.

The findings were as followings: most people who answered the questionnaires were female; their ages were between 26 – 30 years old; they were employed; they had a bachelor degree; they graduated in either Business Administration, Commerce, Accounting or Economics; their GPAs were between 2.5 – 2.9; their average incomes were between 15,001 – 20,000 baht per month; and their experience were between 3 – 5 years.

The results of hypothesis testing showed that 1) personal factors consisting of different ages, current working status, graduated fields, GPA, incomes and experiences affected satisfactions of employment differently. It showed that different ages, different graduated fields, and different incomes affected satisfactions of employment differently at the statistically significant level of 0.05. 2) The Internet using behaviors composing of different experiences in using Internet, different frequency of using Internet per week, different frequency of Internet using per day, different durations of using Internet affected satisfactions of employment differently. It showed that different frequency of Internet using per day and different durations of using Internet affected satisfactions of employment differently at the statistically significant level of 0.05. 3) Job application behaviors concerning with job preparation, benefits, interesting job and information channels affected job application behaviors. There were different among these at statistically significant level 0.05.

Keywords: Job Application via the Internet, Internet Affecting, Satisfactions.

1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุค 4.0 คือยุคเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” ได้แก่ 1. เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม 2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ 3. เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้น ภาคบริการมากขึ้น (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) ทำให้มีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการบริหารงาน ขององค์กรต่าง ๆ มากขึ้น มีการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และการ



ทำงานในองค์กร โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รวมไปถึงการค้นหาคณาครที่จะมาร่วมงานในองค์กร มีวิธีการเลือกสรร ได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น การค้นหางานในปัจจุบัน นอกจากการค้นหาคณาครจากสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือรับสมัครงาน หนังสือพิมพ์ และการเข้าสมัครด้วยตนเองตามบริษัทต่าง ๆ แล้ว อีกช่องทางหนึ่งที่เป็นที่นิยม และแพร่หลายมากขึ้นตามสังคมที่เปลี่ยนไปจากการที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น นั่นคือการค้นหาและสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต การใช้ช่องทางทางอินเทอร์เน็ตมีหลากหลาย ทั้งผ่านทางเว็บไซต์หางาน โปรแกรมค้นหาข้อมูล (Search Engine) ต่าง ๆ เช่น google, yahoo เป็นต้น หรือผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทต่าง ๆ ที่นำมาลงประกาศไว้เอง และผ่านทางเว็บไซต์ค้นหางาน เช่น jobdb.com, jobkk.com เป็นต้น ทำให้ผู้สมัครงาน หรือผู้ที่ต้องการหางานมีความสะดวกสบายเพิ่มขึ้น ผู้สมัครงานสามารถตรวจสอบตำแหน่งงานที่ว่าง หรือตรวจสอบรายละเอียดของงานที่ตนเองสนใจ และสามารถฝากประวัติของผู้สมัคร ส่งใบสมัคร ส่งประวัติของผู้สมัครไปตามจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ไปยังบริษัท หรือทางเว็บไซต์หางานจะทำการส่งใบสมัครและประวัติผู้สมัคร ไปยังบริษัทต่าง ๆ ผู้สมัครสามารถส่งใบสมัคร ไปถึงบริษัทได้โดยตรง และหากบริษัทหรือหน่วยงานต่าง ๆ สนใจ ก็จะโทรศัพท์หรือส่งอีเมล มาทำการเรียกตัวผู้สมัครไปสัมภาษณ์ ทำให้การรับสมัครงานและการสมัครงาน เป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกรวดเร็ว เหมาะสมกับสภาพของสังคมที่เปลี่ยนไป ที่ปัจจุบันถือได้ว่าระบบอินเทอร์เน็ตนั้น มีส่วนสำคัญมากในการติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูล และการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งการรับสมัครงานผ่านทางอินเทอร์เน็ตนี้ นอกจากจะเป็นการอำนวยความสะดวก ให้กับทั้งทางนายจ้าง และผู้สมัครแล้ว ยังทำให้ช่วยลดปัญหาของคณาครว่างงานได้เป็นอย่างดี ในส่วนของพฤติกรรมการใช้ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการสมัครงาน ทั้งทางด้านการเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมความพร้อม หรือเอกสาร การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับตำแหน่งงาน ช่องทางการรับรู้ข้อมูล ตำแหน่งงาน จำนวนชั่วโมงที่เข้าใช้อินเทอร์เน็ต ความสม่ำเสมอในการเข้าใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสมัครงาน ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ ล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำของผู้ที่สมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต (นราวุธ พลับประสิทธิ์, 2544)ความพึงพอใจในการมีงานทำนั้น เป็นความรู้สึกที่บุคคลมีความพอใจ เป็นความรู้สึกทางบวก และเต็มใจที่จะปฏิบัติงานในตำแหน่งนั้น ๆ ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร เมื่อเกิดความพึงพอใจในการมีงานทำแล้ว ก็จะส่งผลให้เกิดความกระตือรือร้น ในการทำงาน มีความตั้งใจมุ่งมั่นที่จะทำงานให้เต็มความสามารถ เกิดขวัญและกำลังใจ ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพในการทำงานดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อทราบว่าพฤติกรรมหางานและสมัครงานผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีลักษณะใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ โดยใช้กรณีศึกษาจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยคาดว่าข้อมูลที่จะได้รับจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ที่กำลังหางาน บริษัทที่ต้องการรับสมัครงาน และเว็บไซต์ค้นหางานต่าง ๆ ที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนพัฒนาระบบในการค้นหางาน หรือการรับสมัครงานในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะการทำงานในปัจจุบัน สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา เกรดเฉลี่ย รายได้ และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำที่แตกต่างกัน



2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ที่ประกอบด้วย จำนวนชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน และความสม่ำเสมอในการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำที่แตกต่างกัน

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมกรสมัครงาน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. การดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่อยู่ในวัยทำงาน ที่เคยสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชขันธ์บัญชา) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .05

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)

d แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(0.05)(1-.5)(1.96)^2}{(.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยแต่ละชุดจะประกอบด้วย 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสมัครงาน

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมกรรมกรสมัครงานโดยกำหนดการให้คะแนนเป็น 5 ระดับดังนี้



ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน โดยกำหนดการให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามให้เขียนข้อเสนอแนะ

4. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	F	Sig.
20-25 ปี	99	3.64	0.63	3.419	.009*
26-30 ปี	173	3.80	0.59		
31-35 ปี	86	3.60	0.63		
36-40 ปี	23	3.67	0.67		
มากกว่า 40 ปี	19	4.05	0.27		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน
ทำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา

สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	F	Sig.
บริหารธุรกิจ, พาณิชยศาสตร์ และการบัญชี, เศรษฐศาสตร์ แพทยศาสตร์, ทันต แพทยศาสตร์, พยาบาล ศาสตร์, เกษตรศาสตร์	204	3.80	0.61		
นิติศาสตร์, รัฐศาสตร์	3	3.33	0.33		
นิเทศศาสตร์	42	3.86	0.69		
วิทยาศาสตร์	18	3.88	0.43	3.563	.001*
วิศวกรรมศาสตร์, สถาปัตยกรรมศาสตร์, ศิลปกรรมศาสตร์	41	3.40	0.67		
อักษรศาสตร์, ศิลปศาสตร์, ครุศาสตร์	51	3.66	0.54		
มนุษยศาสตร์, สังคมศาสตร์	4	4.13	0.08		
อื่น ๆ	30	3.56	0.60		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาพบว่า สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	F	Sig.
น้อยกว่า 10,000 บาท	23	3.5217	.55347	2.478	.017*
10,001 - 15,000 บาท	53	3.5597	.58388		
15,001 - 20,000 บาท	85	3.7373	.55598		
20,001 - 25,000 บาท	56	3.9375	.60098		



รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	F	Sig.
25,001 - 30,000 บาท	61	3.6940	.61100		
30,001 - 35,000 บาท	32	3.8906	.49116		
35,001 - 40,000 บาท	21	3.5794	.70832		
40,000 บาทขึ้นไป	69	3.7005	.70048		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานทำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานของพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต ด้านความถี่ในการใช้ อินเทอร์เน็ตใน 1 วัน

ความถี่ในการใช้ อินเทอร์เน็ตใน 1 วัน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	F	Sig.
1-2 ครั้งต่อวัน	6	3.1389	.87189	3.464	.016*
3-4 ครั้งต่อวัน	51	3.5588	.52156		
5-6 ครั้งต่อวัน	48	3.7188	.70556		
มากกว่า 6 ครั้งต่อวัน	295	3.7605	.59845		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานของพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตใน 1 วัน พบว่า ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตใน 1 วันที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานทำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ในแต่ละครั้ง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	F	Sig.
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	103	3.6553	.58961	8.797	.000*
1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง	130	3.6436	.57276		
3-4 ชั่วโมงต่อครั้ง	72	3.5787	.51425		
5-6 ชั่วโมงต่อครั้ง	40	3.8333	.66986		
มากกว่า 6 ชั่วโมงต่อครั้ง	55	4.1273	.66122		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง พบว่าระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบพฤติกรรมกรมการสมัครงาน

ตารางที่ 6 พฤติกรรมกรมการสมัครงาน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ

ความพึงพอใจในการมี งานทำ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	2.082	0.209		9.980	.000*		
การเตรียมตัวเพื่อ สมัครงาน (X1)	.129	.047	.132	2.723	.007*	.806	1.240
ผลตอบแทนหรือ อาชีพที่สนใจ (X2)	.436	.069	.421	6.346	.000*	.430	2.325
ช่องทางในการรับรู้ ข้อมูล(X3)	.128	.054	.154	2.379	.018*	.451	2.219

R=0.501 R² = .251 Adj. R² = 0.245 SEE = .53259 F = 44.190 Sig. = 0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พบว่าด้านการเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านผลตอบแทนหรืออาชีพที่สนใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านช่องทางในการรับรู้ข้อมูล ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบความพึงพอใจในการมีงานทำ

ความพึงพอใจในการมีงานทำโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$, S.D. =0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความพึงพอใจต่องานที่ทำในปัจจุบัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.80$, S.D. =0.77) รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่องานที่ได้จากการสมัครงานผ่านทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=3.74$, S.D. =0.77 และน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อค่าตอบแทนที่ได้รับในปัจจุบัน ($\bar{X}=3.62$, S.D. =0.81)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล			
เพศ	t-Test	0.496	ปฏิเสธ
อายุ	F-Test	0.009*	ยอมรับ
สถานะการทำงานในปัจจุบัน	t-Test	0.736	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษา	F-Test	0.055	ปฏิเสธ
สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา	F-Test	0.001*	ยอมรับ
เกรดเฉลี่ย	F-Test	0.873	ปฏิเสธ
รายได้	F-Test	0.017*	ยอมรับ
ประสบการณ์การทำงาน	F-Test	0.064	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต			
ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	F-Test	0.325	ปฏิเสธ
ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของใน 1 สัปดาห์	F-Test	0.128	ปฏิเสธ
ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของใน 1 วัน	F-Test	0.016	ยอมรับ
ระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง	F-Test	0.000	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการสมัครงาน			
พฤติกรรมการสมัครงาน	MRA	.000	ยอมรับ
การเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน (X1)	MRA	.007	ยอมรับ
ผลตอบแทนหรืออาชีพที่สนใจ (X2)	MRA	.000	ยอมรับ
ช่องทางในการรับรู้ข้อมูล (X3)	MRA	.018	ยอมรับ



ตารางที่ 8 พฤติกรรมการสมัครงาน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ

ความพึงพอใจในการมี งานทำ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	2.082	0.209		9.980	.000*		
การเตรียมตัวเพื่อ สมัครงาน (X1)	.129	.047	.132	2.723	.007*	.806	1.240
ผลตอบแทนหรือ อาชีพที่สนใจ (X2)	.436	.069	.421	6.346	.000*	.430	2.325
ช่องทางในการรับรู้ ข้อมูล(X3)	.128	.054	.154	2.379	.018*	.451	2.219

R=0.501 R² = .251 Adj. R² = 0.245 SEE = .53259 F = 44.190 Sig. = 0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พบว่าด้านการเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านผลตอบแทนหรืออาชีพที่สนใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านช่องทางในการรับรู้ข้อมูล ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในระดับปานกลาง (R=0.501) แสดงว่าพฤติกรรมการสมัครงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการมีงานทำในระดับปานกลาง มีอำนาจการพยากรณ์ (ร้อยละ 25.1 (R² = .251)) มีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.53259 (SEE = 0.53259) มีค่า Tolerance เท่ากับ 0.430 – 0.806 และ VIF มีค่าเท่ากับ 1.240 – 2.325 จึงไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำมากที่สุด คือ ด้านผลตอบแทนหรืออาชีพที่สนใจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.421 (β= 0.421) รองลงมา คือ ช่องทางในการรับรู้ข้อมูล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.154 (β=0.154) และการเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.132 (β=0.132)

สามารถเขียนสมการในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ

$$Y=2.082+.129X_1+.436X_2+.128X_3$$

สมการคะแนนมาตรฐาน

$$Zy = .132Zx_1 + .421Zx_2 + .154Zx_3$$



5. การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การอภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่องการสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ จารุวรรณ กิตตินราภรณ์ (2550) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีเวลาในการใช้แต่ละครั้ง 15-30 นาที และมีความพึงพอใจกับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ ยังพบว่าตัวแปรเพศ ชั้นปีที่ศึกษา และรายได้ของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตัวแปรคณะที่ศึกษา และรายได้ของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับในด้านการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่ามีความสัมพันธ์กับเพศ ที่พักอาศัย และคณะที่ศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ โดยผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักมากที่สุดลงไปตามลำดับ ดังนี้

1) ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตใน 1 วัน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความถี่ส่งผลมากที่สุด อาจเป็นเพราะ ความถี่ในการเข้าใช้งาน จะส่งผลให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการสมัครงานเป็นอย่างดี และทำให้มีโอกาสได้งานทำที่ตรงตามความต้องการของผู้ที่หางานทำได้ดีทำให้เกิดความพึงพอใจการมีงานทำสอดคล้องกับงานวิจัยของอุทัยวรรณ ศรีวิชัย, วุฒิพล คล้ายทิพย์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ศึกษาพฤติกรรมกรใช้งานอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ – ชุมพร” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ในหนึ่งสัปดาห์มากที่สุด คือ ใช้งานทุกวัน โดยในแต่ละวัน ใช้งาน 1 – 2 ครั้งต่อวัน และใช้เวลา 1 – 2 ชั่วโมงต่อครั้งในด้านระดับพฤติกรรมการใช้งาน

2) ระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตส่งผลมากที่สุด อาจเป็นระยะเวลาที่เหมาะสม จะส่งผลให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการสมัครงานเป็นอย่างดี และทำให้มีโอกาสได้งานทำที่ตรงตามความต้องการของผู้ที่หางานทำได้ดีทำให้เกิดความพึงพอใจการมีงานทำสอดคล้องกับงานวิจัยของอุทัยวรรณ ศรีวิชัย, วุฒิพล คล้ายทิพย์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ศึกษาพฤติกรรมกรใช้งานอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ – ชุมพร” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ใช้งานอินเทอร์เน็ตมานานกว่า 5 ปีขึ้นไป และใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ คือ สืบค้นข้อมูล รองลงมาคือ ดูทีวี / หนังสื ฟังเพลงออนไลน์ในด้านพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ – ชุมพร กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ในหนึ่งสัปดาห์มากที่สุด คือ ใช้งานทุกวัน โดยในแต่ละวัน ใช้งาน 1 – 2 ครั้งต่อวัน และใช้เวลา 1 – 2 ชั่วโมงต่อครั้งในด้านระดับ



พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้อยู่ในระดับมาก การใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นหาและเรียนรู้ตามความต้องการ และ ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อข้อมูลในด้านการศึกษานอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่าง ยังมีความเห็นว่า มีความจำเป็นเป็นอย่างมากที่ควรจะใช้อินเทอร์เน็ตในด้านการเรียนการสอน และ มีความจำเป็นเป็นอย่างมากที่อาจารย์ควรใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอน ส่งงานและส่งงาน อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นสารสนเทศจากฐานข้อมูล งานวิจัยและฐานข้อมูลอื่น ๆ และ กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อรับทราบ ข้อมูล ข่าวสาร / เหตุการณ์ต่าง ๆ, ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อฟังเพลง ฟังวิทยุ, ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดูหนัง ดูทีวีออนไลน์, ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ Upload/Download ข้อมูล, หนังสื, เพลง หรือ โปรแกรมต่าง ๆ, ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดู Clip VDO ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Youtube), ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาข้อมูลตามความสนใจ เช่น งานอดิเรก, การท่องเที่ยว ฯลฯ และ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาเพื่อนผ่านเว็บไซต์ประเภท Social Network เช่น Hi5, Facebook ฯลฯ

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการสมัครงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ โดยผู้วิจัยขอนำเสนอการอภิปรายผลเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักมากที่สุดลงไปตามลำดับ ดังนี้

1) ด้านผลตอบแทนหรืออาชีพที่สนใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำมากที่สุด เนื่องจากผลตอบแทนหรือรายได้เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการเพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน หากมีผลตอบแทนมากพอ หรือตรงตามความต้องการก็จะส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน ทำให้มีความต้องการที่จะทำงานนั้น ๆ และ ในส่วนของอาชีพที่สนใจเมื่อเป็นอาชีพที่ชอบ ต้องการทำ หรือรัก เราจะมีความสนใจใส่ใจ มากกว่าสิ่งอื่น ๆ และทำให้ดีมากกว่า โดยในด้านของการค้นหาข่าวสารเกี่ยวกับตำแหน่งงานผ่านเว็บไซต์จัดหางาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำมากที่สุดเนื่องจากคนส่วนใหญ่ต้องการค้นหาตำแหน่งงานที่ตนเองต้องการ และมีผลตอบแทนมากกว่าหรือพอ ๆ กับที่ต้องการทำให้ปัจจัยในด้านนี้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธานีธี นุกุลอึ้งอริ(2555) ได้ศึกษาความพึงพอใจในงาน ของพนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กรณีพนักงานบริษัทการบินไทยฯ สำนักงานใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน รายได้ จะมีระดับความพึงพอใจในการทำงานที่แตกต่างกัน ในส่วนของปัจจัยข้างต้น ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงานของบริษัท ด้านการควบคุมบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านความมั่นคงในงาน และด้านสภาพภาพในการทำงาน และในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันนั้น มีระดับความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างกัน

2) ช่องทางในการรับข้อมูล ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีส่วนในชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการสื่อสารหรือการรับข้อมูลต่าง ๆ ที่นิยมใช้การค้นหาข่าวสาร หรือรับรู้ข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีหลายช่องทางให้เลือกรับข้อมูลข่าวสาร ทั้งทาง Search Engine สื่อ Social Media ต่าง ๆ ทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล โดยเฉพาะเกี่ยวกับการสมัครงานผ่านทางอินเทอร์เน็ตซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัญญา นาคนุ่น (2558) ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) และทัศนคติที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์สปูแครอทฟิลิปินส์ที่จำหน่ายทางออนไลน์พบว่า พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติของผู้บริโภคส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสปูแครอทฟิลิปินส์ที่จำหน่ายทางออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความบ่อยที่ปฏิบัติต่อพฤติกรรมในการเปิดรับ



ข่าวสารด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของส누แครอทฟิลิปปินส์ที่จำหน่ายทางออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความบ่อยที่ปฏิบัติมากที่สุดคือ ด้านการเปิดรับประสบการณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นของทัศนคติที่มีต่อส누แครอทฟิลิปปินส์ด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของส누แครอทฟิลิปปินส์ที่จำหน่ายทางออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือทัศนคติที่มีต่อส누แครอทฟิลิปปินส์ด้านความรู้สึ และผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของส누แครอทฟิลิปปินส์ด้านต่าง ๆ ที่จำหน่ายทางออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ภาพลักษณ์ของส누แครอทฟิลิปปินส์ที่จำหน่ายทางออนไลน์ด้านคุณประโยชน์

3) การเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำน้อยที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้เกิดความสะดวกสบายมากขึ้น ทำให้การเตรียมตัวเพื่อการสมัครงาน ต่าง ๆ ง่าย และสะดวกรวดเร็วทำให้การสมัครงานผ่านไปได้อย่างดี ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจน้อยสุดนั้นอาจเกิดจากการเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน ไม่สามารถยืนยันได้ว่า จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ได้งานที่ตนเองต้องการและส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผศ.กรอง เทพวิทย์ (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรมการหางานทำที่ส่งผลต่อการมีงานทำของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา การศึกษานี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีงานทำ อัตราการว่างงาน พฤติกรรมการหางานทำ ตลอดจนปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการเตรียมตัวสมัครงานของบัณฑิต ประชากร คือ บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ที่จบการศึกษาในปีการศึกษา 2550-2554 จำนวน 7,593 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยใช้หน่วยคณะและสาขาเป็นชั้นภูมิ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ 1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีงานทำของบัณฑิตได้แยกเป็น 2 ส่วน คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยพฤติกรรมการหางานทำ โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่พบว่าส่งผลต่อการมีงานทำของบัณฑิต ได้แก่ อาชีพของบิดา รูปร่างหน้าตา ความเป็นผู้นำ ความเชื่อมั่นในตนเอง และความกล้าแสดงออก ประสบการณ์การทำงาน ของบัณฑิต ส่วนปัจจัยด้านพฤติกรรมการหางานทำที่ส่งผลต่อการมีงานทำ ได้แก่ การเตรียมตัวด้านคอมพิวเตอร์การหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตำแหน่งงาน 2. บัณฑิตเพศชายมีงานทำประมาณ 77% ส่วนบัณฑิตเพศหญิงมีงานทำประมาณ 82% ในภาพรวมพบว่าบัณฑิตมีงานทำประมาณ 80% โดยทำงานตรงวุฒิประมาณร้อยละ 68% บัณฑิตที่มีงานทำร้อยละ 50% ได้รับเงินเดือนน้อยกว่าวุฒิ ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ ถือว่าการจบออกไปทำงานโดยยอมรับเงินเดือนที่ต่ำกว่าวุฒิการศึกษาถือว่าการว่างงานแฝง ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าบัณฑิตที่มีงานทำและได้เงินเดือนตรงตามวุฒิประมาณครึ่งหนึ่งของบัณฑิตที่จบออกไปเท่านั้น 3. พฤติกรรมการหางานทำของบัณฑิต พบว่าบัณฑิตส่วนใหญ่หาข่าวสารเกี่ยวกับตำแหน่งงานว่างจากสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์ โดยจำนวนแหล่งงานที่สมัครเฉลี่ยประมาณคนละ 2-3 แหล่ง นอกจากนี้ยังพบว่า มีบัณฑิตเตรียมตัวก่อนการสมัครงาน ด้านภาษาต่างประเทศประมาณ 89% ด้านคอมพิวเตอร์ประมาณ 77% สิ่งที่บัณฑิตคำนึงถึงในการสมัครงานมากที่สุดคือ คุณวุฒิและสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษารองลงมา คือ ชื่อเสียงของบริษัท และการมีคนที่รู้จักทำอยู่ก่อน ตามลำดับ 4. ปัญหาและอุปสรรคในการสมัครงาน เรียงตามลำดับตามจำนวนบัณฑิตที่ประสบปัญหาเหล่านี้จากมากไปน้อย ดังนี้ สอบเข้าทำงานไม่ได้ เงื่อนไขในการจ้างมีมากเกินไป ปัญหาระยะทางระหว่างที่ทำงานและที่พัก ตำแหน่งงานว่างน้อย ขาดคุณสมบัติเฉพาะด้าน มีการใช้ระบบอุปถัมภ์ ต้องลดวุฒิในการสมัครงานจำนวนผู้สมัครสูงเป็นโอกาสของนายจ้างที่จะคัดเลือกลือเลือก ขาดประสบการณ์การทำงานด้านอื่น ๆ เรียนมาไม่ตรงกับงาน อายุมาก ไม่มีงานที่มั่นคงและมีรายได้ดี ไม่มีคนค้ำประกันการเข้าทำงาน ผลการเรียนรู้ไม่ได้



ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมกรรมการสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่าพฤติกรรมกรรมการสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ปัจจัยดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการสมัครงาน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1) ในด้านของปัจจัยส่วนบุคคลที่พบว่า อายุ สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา และรายได้ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ โดยผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 26-30 ปี คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตฯ และรายได้อยู่ในช่วง 15,000 – 20,000 มีจำนวนมากที่สุด ซึ่งเป็นช่วงวัยที่กำลังต้องการความมั่นคงและรายได้ที่เพิ่มขึ้น ส่วนมากอยู่ในช่วงวัยที่กำลังขยายงาน หรือหางานใหม่ที่ทำให้สร้างรายได้มากกว่าเดิม โดยในด้านนี้ เป็นแนวทางให้กับทางผู้ประกอบการ หากผู้ประกอบการ ต้องการคนทำงานที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย หรือวัยกลางคน ที่เริ่มมีประสบการณ์ในการทำงาน และตรงสายงาน โดยอาจจะสร้างแรงจูงใจในการสมัครงาน ด้วยสวัสดิการที่ดีเยี่ยม หรือรายได้ที่ดี ให้เป็นที่สนใจกับผู้ที่ต้องการสมัครงาน และเป็นแรงจูงใจในการสมัครงาน

2) ในด้านของพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เป็นแนวทางให้ ผู้ประกอบการ นายจ้าง สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุง หรือจัดทำช่องทางในการสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อโอกาสที่จะได้บุคลากรที่ตรงตามความต้องการ หรือสนใจ เนื่องจากพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในการค้นหาและสมัครงานมากขึ้น โดยจากผลการวิจัย ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละวันและระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละครั้ง หากผู้ประกอบการหรือเว็บไซต์จัดหางานต่าง ๆ ต้องการให้มีการรับทราบข้อมูลข่าวสารมากขึ้น หรือมีการสมัครงานมากขึ้น อาจมีการอัปเดตตำแหน่งงาน หรือข่าวสารเกี่ยวกับงาน ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ให้บ่อยขึ้นเพื่อให้มีผู้รับข้อมูลของตำแหน่งงาน ได้มากขึ้น

3) ด้านพฤติกรรมกรรมการสมัครงาน ในด้านการเตรียมตัวเพื่อสมัครงาน อาจเพิ่มคำแนะนำลงในเว็บไซต์เพื่อให้ผู้สมัครงานได้มีการเตรียมตัว เตรียมความพร้อมให้ตรงกับงานที่ต้องการมากขึ้น มีการเพิ่มการส่งข้อมูลทั้งเอกสารและรูปภาพอัพโหลดผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับทั้งผู้สมัครและบริษัทที่ต้องการรับสมัคร ในด้านของช่องทางในการรับรู้ข้อมูลสามารถเป็นแนวทางในการ พัฒนา ส่งเสริม และปรับปรุง เพิ่มช่องทางในการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารการสมัครงาน ควรจัดการการพัฒนา หรือแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับ ตำแหน่งงาน อาชีพ รายได้ ผลตอบแทนต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้สมัครงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้องค์กรได้บุคคลที่ตรงตามความต้องการ ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ในด้านของค่าตอบแทน อาจใช้วิธีการแจ้งในวันที่สัมภาษณ์ เพื่อทำความเข้าใจกันให้ชัดเจน เพื่อให้เกิดความพอใจทั้งสองฝ่าย ทำให้ผู้สมัครมีความสนใจและความพึงพอใจในงานที่ต้องการมากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ทำการศึกษาปัจจัยอื่น เช่น สภาพแวดล้อมภายใน หรือภายนอกบริษัท ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมีงานทำ ของบุคคลต่าง ๆ
- 2) ทำการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมมากขึ้น
- 3) ศึกษากลุ่มเป้าหมายในเขตต่างจังหวัดเพิ่มเติม นอกจากภายในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
- 4) ศึกษาเพิ่มเติมว่าในปัจจุบัน บริษัทต่าง ๆ รับพนักงานผ่านทางออนไลน์มากน้อยเท่าไร



เอกสารอ้างอิง

- กันตพล บรรทัดทอง. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุ, การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จาวรวัฒน กิตตินราภรณ์. (2550). พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการ เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, สาขาการจัดการ สื่อภาครัฐและเอกชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นราวุธ พลับประสิทธิ์. (2544). สมัครงานออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ : วิตตี้กรุ๊ป.
- ผลากรอง เทพรักษ์. (2556). พฤติกรรมการหางานทำที่ส่งผลต่อการมีงานทำของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา. วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 8, 154 – 160.
- พัชรี ไชยฤกษ์. (2545). การศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี, ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ัญญา นาคณุ่น. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) และทัศนคติที่ส่งผลต่อ ภาพลักษณ์สบู่นครอทฟิลิปปีนส์ที่จำหน่ายทางออนไลน์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). สืบค้นจาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/theme_2-2-1-def.html
- สุรานันท์ นุกุลอึ้งอารี. (2555). ความพึงพอใจในงาน ของพนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) : กรณีพนักงานบริษัท การบินไทยฯ สำนักงานใหญ่, การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อุทัยวรรณ ศรีวิชัย และวุฒิพล คล้ายทิพย์. (2553). พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ – ชุมพร. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.