

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
กรกฎาคม 2558

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
กรกฎาคม 2558
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
กรกฎาคม 2558

กุลิสรา ตั้งวณิชกุล. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ คนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยสมัครงานประจำผ่านเว็บไซต์รับสมัครงาน จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีสถานภาพสมรสโสด สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ มีงานทำในปัจจุบัน โดยประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท

2. ด้านความคิดเห็นโดยรวมต่อคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ด้านความมั่นใจในการใช้บริการ และภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน อยู่ในระดับดีมาก

3. ความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน อยู่ในระดับมาก

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า

4.1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

4.2 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ได้แก่ ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ และภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

FACTORS AFFECTING USERS' SATISFACTION TOWARD JOB RECRUITMENT
WEBSITES



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
July 2015

Kulisara Tangwanidgoon. (2014). *Factors Affecting User's Satisfaction Toward Job Recruitment Websites*. Master Project M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School. Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Tanapoom Ativetin.

The purpose of this was to study the factors affecting users' satisfaction toward job recruitment websites. The sample used in this research were 400 Thai people using Job recruitment website. Questionnaires were used as research tools. Various statistical techniques were utilized including percentage, mean score, standard deviation, Independent Sample t-test, One-Way analysis of Variance and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The results were revealed as followed:

1. Most respondent were female, aged between 18-25 years old, single, held bachelor's degree, worked as private company staffs and earned average monthly income between 15,001-25,000

2. Overall opinions toward the good feature of the job recruitment website including the completion of the clear information, the speed of communications, the user's convenience, the thriftiness and the expense for this service, the confidence for using the service and the appearance of the job recruitment website were at excellent level.

3. The overall satisfaction for using the service of the job recruitment website's users was at good level.

4. The hypothesis testing results at statistically significant level of 0.05 were shown as followed:

- 4.1 Website users with different personal characteristic including sex, age, education level, work status, occupation, average monthly income had different in terms of satisfaction for using the job recruitment website.

- 4.2 The good characteristics of the job recruitment website including the completion of the clear information, the speed of the variety communications to use the website, the convenience for using the website, the thriftiness and the expense for using the service, the confidence for using the service have correlated with satisfaction for using the job recruitment website.

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ
ของ
กุลิสรา ตั้งวณิชกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย สันติวัฒนกุล)
วันที่ เดือน พ.ศ. 2558

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ที่ปรึกษา ประธาน
(อาจารย์ ดร. ธนภูมิ อติเวทิน) (อาจารย์ ดร. ธนภูมิ อติเวทิน)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ไพบูรณ์ อาชารุ่งโรจน์)

..... กรรมการ
(อาจารย์ จิตอุษา ชันทอง)

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากความกรุณา และความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่ดีในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ และอาจารย์จิตอุษา ชันทอง ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์และเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย พร้อมทั้งให้ความเมตตา ช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวกต่างๆ

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกท่านที่ให้มีมิตรภาพ ความช่วยเหลือ ประสบการณ์และความทรงจำที่ดีต่างๆ ในการเรียนและทำกิจกรรมร่วมกันมา

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดาและทุกคนในครอบครัวที่ให้ความเมตตาและสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาเป็นอย่างดี มาโดยตลอดรวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อันเป็นพื้นฐานตลอดจนครอบครัวของผู้วิจัยเองที่สนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย อันก่อให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้

กุลิสรา ตั้งวณิชกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมติฐานในการวิจัย	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	7
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	8
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ	10
ความรู้เรื่องเว็บไซต์รับสมัครงาน	14
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	27
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	27
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	32
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	40
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์	40
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	41
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	74
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และการดำเนินการศึกษาวิจัย.....	74
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
อภิปรายผลการวิจัย.....	81
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัย.....	84
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	86
บรรณานุกรม.....	87
ภาคผนวก.....	91
ภาคผนวก ก.....	92
ภาคผนวก ข.....	99
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	101

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและคำร้อยละ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
2 แสดงจำนวนและคำร้อยละ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจัดกลุ่มใหม่.....	43
3 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานโดยรวมและเป็นรายด้าน.....	45
4 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจน ของข้อมูล.....	45
5 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการ ติดต่อสื่อสาร.....	46
6 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลาย ในการใช้บริการ.....	47
7 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้.....	48
8 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่าย ในการใช้บริการ.....	48
9 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการ..	49
10 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ สมัครงาน.....	50
11 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ.....	50
12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง.....	52
13 แสดงผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจ ในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงอายุต่าง ๆ	53
14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวม ในการใช้บริการเว็บไซต์สมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงอายุต่าง ๆ	54
15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการบริการ เว็บไซต์สมัครระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงอายุต่าง ๆ โดยใช้วิธี LSD.....	55
16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการระหว่างสถานภาพสมรส คือ โสด และสมรส/อื่น ๆ	56
17 แสดงผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการ ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาสูงสุดต่าง ๆ ...	57

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ....	58
19	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่าง ๆ โดยใช้วิธี LSD	58
20	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ให้บริการ ระหว่างสภาวะการทำงานปัจจุบัน คือ ว่างานและมีงานทำ.....	60
21	แสดงผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างๆ	61
22	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการอาชีพต่างๆ	61
23	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการกลุ่มอาชีพต่างๆ โดยใช้วิธี LSD	62
24	แสดงผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ให้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ	64
25	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่าง ๆ	64
26	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการกลุ่มอาชีพต่างๆ โดยใช้วิธี Dunnett's T3.....	65
27	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ให้บริการ.....	66
28	แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน.....	72
29	แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา.....	76

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

บุคคลที่ว่างงานหรือบุคคลที่มีประสบการณ์หางาน ต้องคำนึงถึงการสมัครงานยุคที่มีการแข่งขันสูงเช่นนี้ ไม่ใช่เรื่องง่าย โดยการสมัครงานนั้นต้องเริ่มต้นจากการค้นหาหางานตามแหล่งงานต่างๆ ซึ่งสามารถทำได้หลากหลายวิธี แต่วิธีการที่คนส่วนใหญ่นิยมกัน คือ การหางานจากประกาศในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารที่เกี่ยวกับการสมัครงาน รวมทั้งติดตามจากสื่ออื่นๆ เช่น วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้การสมัครงานผ่านนายหน้าจัดหางานก็ยังคงได้รับความนิยมอยู่ไม่น้อย แต่วิธีการต่างๆ ที่กล่าวมาล้วนขาดประสิทธิภาพด้วยข้อจำกัดต่างๆ ของสื่อเหล่านั้นเอง ด้วยข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้ในปัจจุบันมีแหล่งงานแหล่งใหม่เกิดขึ้นและกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือ แหล่งงานที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตซึ่งมีเว็บไซต์จำนวนมาก ในเดือนพฤษภาคม 2558 สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สบทร.) ได้มีการสำรวจจำนวนเว็บไซต์ที่ให้บริการรับสมัครงาน พบว่ามีจำนวนเว็บไซต์ที่ให้บริการรับสมัครงานจำนวน 52 เว็บไซต์ (<http://www.truehits.net//2557>) ที่ได้รวบรวมข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับงานเอาไว้แล้วให้ผู้ที่ต้องการสมัครงานเข้ามาค้นหาได้ด้วยตัวเอง ผ่านการใช้บริการ เว็บไซต์รับสมัครงาน

ทั้งนี้เว็บไซต์รับสมัครงานทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างบริษัทนายจ้างกับผู้สมัครงาน หลังจากนั้นจะเป็นเรื่องที่นายจ้างและผู้สมัครงานต้องตกลงตามกระบวนการและเงื่อนไขการทำงานที่ทั้งสองฝ่ายต้องการ โดยผู้สมัครงานสามารถเข้าไปค้นหาตำแหน่งงานที่ต้องการได้จากเว็บไซต์รับสมัครงานต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย นอกจากจะได้ปริมาณตำแหน่งงานที่หลากหลายแล้ว เว็บไซต์เหล่านี้ยังให้ประโยชน์ในเรื่องอื่นๆ อีก เช่น มีความเกี่ยวข้องกับเทคนิคการสมัครงาน มีคำแนะนำเกี่ยวกับการเขียนใบสมัครและประวัติส่วนบุคคลโดยย่อ (Resume) สามารถส่งใบสมัครและประวัติส่วนบุคคลโดยย่อ (Resume) ไปให้กับองค์กรทางอีเมลได้ทันที ในส่วนบริษัทนายจ้างสามารถคัดสรรบุคคลได้ตรงตามคุณลักษณะที่ต้องการได้ นับว่าเป็นสิ่งที่สร้างความสะดวกให้กับทั้งสองฝ่ายให้เกิดความพึงพอใจได้

ในปัจจุบันจะพบว่าการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในประเทศไทยมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ปริมาณของผู้ที่สนใจเข้าไปเยี่ยมชมและสมัครงานผ่านเว็บไซต์รับสมัครงานมีจำนวนมากขึ้น สภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแต่ละรายนำเสนอรูปแบบของการให้บริการที่ดีให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สมัครงานได้ ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานจึงต้องมองในเรื่องของคุณลักษณะที่ดีในการบริการเว็บไซต์รับสมัครงานให้มากขึ้น ทั้งในเรื่องความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจใน

การใช้บริการ และภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน เพื่อให้ผู้สมัครงานมีความประทับใจและมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานนั้นอีก เมื่อผู้สมัครงานมีความประสงค์จะแสวงหางานใหม่ๆ ทั้งนี้ จำนวน ผู้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน แสดงให้เห็นถึงควมมีประสิทธิภาพและศักยภาพของการให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานนั้นๆ ดังนั้น ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานต้องพยายามศึกษาหาข้อบกพร่องของการให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานตลอดเวลาเพื่อหาทางแก้ไขจุดด้อยในเรื่องต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สมัครงานได้อย่างตรงเป้าหมายให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ เพื่อสำรวจความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน และนำผลการศึกษามาวางแผน กำหนดรูปแบบกลยุทธ์การดำเนินงาน ทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มผู้ให้บริการได้มากยิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วย ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของเว็บไซต์รับสมัครงานให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้บริการและเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ให้กับเว็บไซต์รับสมัครงาน
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจที่ต้องการศึกษาการดำเนินงานของเว็บไซต์รับสมัครงาน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการศึกษาค้นคว้าและเป็นข้อมูลอ้างอิงต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในการสมัครงานประจำ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในการสมัครงานประจำ และซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยการหาตัวอย่างแบบ Non-Probability เนื่องจากยังไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 74) โดยให้ค่าผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง และได้เพิ่มขนาดตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีดังนี้

1. Purposive sampling เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง หรือแบบใช้วิจารณญาณ เก็บข้อมูลจากคนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในการสมัครงานประจำ
2. Convenience sampling เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก ในการเก็บแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากการแจกแบบสอบถามที่ตลาดนัดพบแรงงานร่วมกับแบบสอบถามออนไลน์

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพล ได้แก่

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 18 - 25 ปี

1.1.2.2 26 – 33 ปี

1.1.2.3 34 – 41 ปี

1.1.2.4 42 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพสมรส

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส

1.1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 สถานะการทำงานปัจจุบัน

1.1.5.1 ว่างาน

1.1.5.2 มีงานทำ

1.1.6 อาชีพ

1.1.6.1 นักศึกษา

1.1.6.2 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.6.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.6.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.1.6.5 อื่นๆ

1.1.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.7.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท

1.1.7.2 25,001-35,000 บาท

1.1.7.3 35,001-45,000 บาท

1.1.7.4 45,001 บาทขึ้นไป

1.2 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน

1.2.1 ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล

1.2.2 ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร

1.2.3 ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ

1.2.4 ความสะดวกในการใช้

1.2.5 ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

1.2.6 ความมั่นใจในการใช้บริการ

1.2.7 ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน

2. ตัวแปรตาม (Dependent variables)

2.1 ความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เว็บไซต์รับสมัครงาน หมายถึง เว็บไซต์ที่ให้บริการหางานและสมัครงานออนไลน์ โดยมีการรวบรวมข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับงาน มีการหาข้อมูลของตำแหน่งงานที่ต้องการสมัคร ข้อมูลบริษัทหรือ ข้อมูลคุณสมบัติที่บริษัทต้องการ โดยผู้สมัครงานสามารถทำการฝาก Resume ไว้ในเว็บไซต์ที่ผู้สมัครงานได้ เพื่อทำการยื่น Resume ไปยังบริษัทที่ผู้สมัครงานต้องการสมัครเพื่อหางานในประเทศไทย เช่น www.jobthai.com , www.jobsDB.com

2. คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน หมายถึง เว็บไซต์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้สมัครงานได้ครบถ้วน ซึ่งประกอบด้วย 7 ประการ คือ

2.1 ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล หมายถึง ข้อมูลหรือบริการต่างๆ ของเว็บไซต์ มีความละเอียด ถูกต้อง ชัดเจน เช่น คุณสมบัติของผู้สมัคร ที่อยู่บริษัท การอัปเดตข้อมูลตำแหน่งงาน ภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ เป็นต้น

2.2 ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร หมายถึง การค้นหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานของผู้สมัครงาน กระบวนการติดต่อระหว่างผู้สมัครงานและบริษัทนายจ้าง ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เช่น การค้นหาตำแหน่งงาน การกรอกใบสมัคร การเรียกตัวสอบสัมภาษณ์ เป็นต้น

2.3 ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ หมายถึง เว็บไซต์รับสมัครงาน มีการบริการข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งงานที่หลากหลายสาขาอาชีพ หลากหลายบริษัท สามารถเข้าถึงข้อมูลได้หลายช่องทาง เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

2.4 ความสะดวกในการใช้ หมายถึง เว็บไซต์มีการใช้งานได้ง่ายและสะดวก สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

2.5 ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ หมายถึง ต้นทุนในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน เช่น ลดเวลาการค้นหงาน ลดการสูญหายของเอกสาร และค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ

2.6 ความมั่นใจในการใช้บริการ หมายถึง ความไว้วางใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน เช่น การเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครงานเป็นความลับ การป้องกันข้อมูลสูญหาย รวมถึงการส่งข้อมูลที่ครบถ้วนไปยังบริษัทนายจ้าง

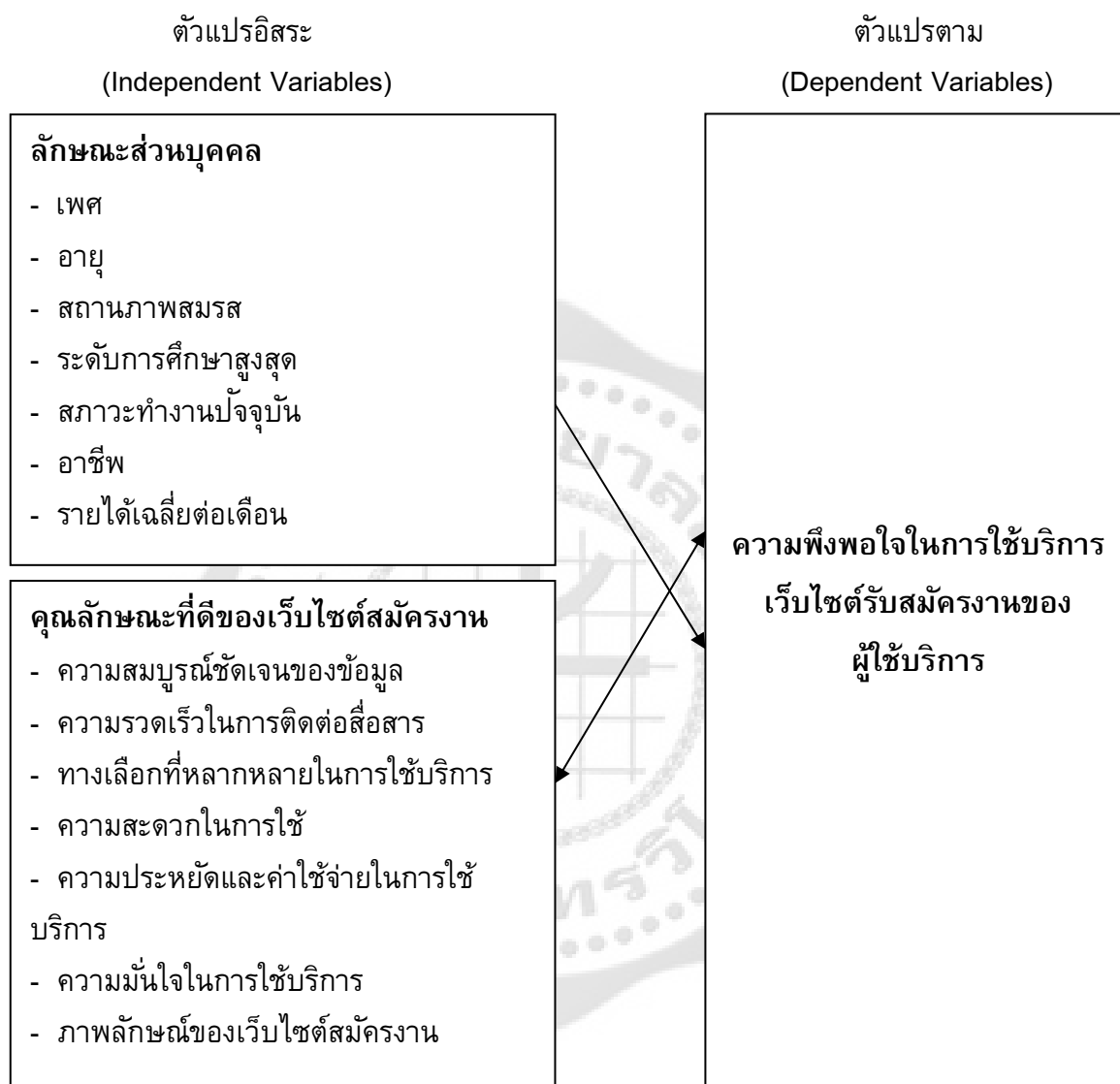
2.7 ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน หมายถึง ความรู้สึกในแง่บวก หรือแง่ลบต่อการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

3. ความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน หมายถึง ระดับความรู้สึกที่แสดงถึงความยินดีและพอใจจากการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่เกิดจากการประเมินบริการของเว็บไซต์รับสมัครงานที่ตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล

4. ผู้ใช้บริการ หมายถึง คนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในการสมัครงานประจำ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ” ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

2. คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วย ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัย โดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของวิจัย เพื่อใช้ประกอบการทำงานช่วยนี้ในแนวทางในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ ตามหัวข้อดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ
4. ความรู้เรื่องเว็บไซต์รับสมัครงาน
5. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายการบริการ

Gronroos (1990: 99) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่อาจจับต้องได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการและหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้ เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

Kotler (1997: 473) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่งซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

Verma (Suchitra. 1986: 45; อ้างอิงจาก Verma. 1986. 50-72) ได้กล่าวไว้ว่า การให้บริการที่ดีส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงบริการซึ่งได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการไว้ดังนี้

1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับการต้องการของการรับบริการ
2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทาง
3. ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่าให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ
5. การยอมรับคุณภาพของบริการ (Acceptability) ซึ่งในการนี้จะรวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

ราชบัณฑิตยสถาน (2525) ให้ความหมาย บริการ หมายถึง การปฏิบัติ รับผิดชอบต่อความสะดวกต่าง ๆ ในบริการ มีความหมายถึงกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการนั้นๆ

วีรพงษ์ เจริญจิรรัตน์ (2543: 14-15) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการให้บริการ คือ ความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 66) ได้ให้ความหมาย คุณภาพการให้บริการไว้ดังนี้ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เองเป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

พรณี ชุตินันธธาตา (2544: ออนไลน์) มีแนวความคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะการให้บริการที่ดีไว้ดังนี้ การบริการ (service) หมายถึง “กระบวนการของการปฏิบัติเพื่อให้ผู้อื่นได้รับความสุข ความสะดวก หรือความสบายอันเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี ให้ความเป็นธรรมและเสมอภาค “การให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ ถ้าเป็นการบริการที่ดี ผู้รับจะเกิดความประทับใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1 ความหมายความพึงพอใจ

Shelly, M.W. (1975: 252-268) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพอใจ

Chaplin (1994: 437) ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นความรู้สึกของผู้มารับบริการต่อสถานการณ์ตามประสบการณ์ ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้นๆ

Davis (1968: 81) มีความเห็นว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือ ความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียดหรือความกระวนกระวายหรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพในร่างกายเมื่อนมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่างๆ ดังกล่าวได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ

Tiffin; & Mc Cormic (1965: 349) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ(incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

Wallerstain (1971: 256) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย และอธิบายให้เห็นว่าความพึงพอใจ เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนแต่สามารถคาดคะเนว่ามีหรือไม่มีจากการสังเกตพฤติกรรมของคนเท่านั้น การที่จะทำให้คนเกิดความพึงพอใจจะต้องอาศัยปัจจัยและองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุแห่งความพึงพอใจนั้น

Wolman (1973: 384) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (wants) หรือแรงจูงใจ (motivation)

Vroom (1971: 99) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเกิดจากการที่บุคคลนั้นๆ เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือเข้าไปรับรู้เห็นแล้วพอใจ โดยความหมายของความพึงพอใจสามารถแทนความหมายของทัศนคติได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง บางทีเรียกว่า V.I.E. เนื่องจากมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ

V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือ

E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ

เนื่องจากบุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องกระทำด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหวังสิ่งที่คาดเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้แล้วนั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจและในขณะเดียวกันก็จะเป็นการคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

2.2 การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจนั้น บุญเรียง ขจรศิลป์ (2529) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า ทัศนคติหรือเจตคติเป็นนามธรรม เป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถที่จะวัดทัศนคติได้โดยอ้อมโดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้น การวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นถ้าบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้น่าจะเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่วไป

ภณิดา ชัยปัญญา (2541: 11) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะ กำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นการแสดงความรู้สึกดีใจยินดีของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางร่างกายและจิตใจได้เหมาะสม และเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่จะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ

3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

3.1 ความหมายความพึงพอใจในการบริการ

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (บทเรียนออนไลน์: http://cyberclass.msu.ac.th/cyberclass/cyberclass-uploads/libs/html/30813/unit09_1.html) ได้ให้ความหมายและความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการไว้ในบทเรียนวิชาจิตวิทยาบริการ ว่าคำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Consumer Satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการ

3.2 ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548: 172) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายสำคัญที่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการทั้งหลายต่างคิดค้นหา กลยุทธ์ทางการจัดการและยุทธศาสตร์ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะทำให้ผู้รับบริการ เกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่

1. ผู้ให้บริการ กล่าวคือ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการควรจะต้องคำนึงถึงในการจัดให้เกิด การบริการแก่ผู้รับบริการโดยยึดถือสิ่งต่อไปนี้

1.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ รูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการบริการที่น่าประทับใจแก่ผู้มารับบริการได้

1.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปองค์กรธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลายๆ ด้าน เช่น อาคาร สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการ บริการด้วยความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ และบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ เป็นต้น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานจะมีคุณภาพนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในงานของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงานและเป็นสิ่งนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2. ผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการมุ่งหวังต้องการจะได้จากการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวัง ความสะดวกสบาย ความรวดเร็วและคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการนั่นเอง ซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้รับบริการดังนี้

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการเอง ผู้รับบริการซึ่งมุ่งหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีจากการที่ได้ไปใช้บริการยังที่ต่างๆ ความพึงพอใจของผู้รับบริการนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มีอย่างเพียงพอ ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อที่จะนำเสนอสิ่งที่ดีกว่าแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการ และอาชีพบริการเนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงาน จะทำงานด้วยความเต็มใจ ทุ่มเท สร้างสรรค์และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้นและงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้น มีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ ส่งผลต่อลักษณะการบริการ ทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นต่อไป

3.3 ลักษณะและองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548: 173) ได้ให้กล่าวว่า เมื่อความพึงพอใจมีความสำคัญสูงมากต่อการบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการบริการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบของความพึงพอใจอย่างถี่ถ้วน อันได้แก่

1. ความพึงพอใจ เป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในการรับบริการ บุคคลจะรับรู้แบบการบริการและคุณภาพของการบริการโดยใช้ประสบการณ์ที่ได้รับด้วยตนเอง หรือจากอ้างอิงใดๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อนโฆษณา เป็นต้น ในการประเมินสิ่งที่ได้รับจากการบริการ หากการรับบริการเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการนั้น

2. ความพึงพอใจ เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในการใช้บริการบุคคลย่อมมีข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่างๆ (reference) เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว ความรู้จากการเรียนรู้ คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน ข้อมูลที่ได้จากธุรกิจบริการแบบเดียวกัน เป็นต้น เกิดเป็นความคาดหวังต่อสิ่งที่ควรจะได้รับจากการบริการ (expectation) ซึ่งมีอิทธิพลแก่ผู้รับบริการในการที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการ หากการบริการเป็นไปตามความคาดหวังย่อมเกิดการยืนยันที่ถูกต้องต่อการบริการ และเกิดความพึงพอใจต่อการบริการแต่หากไม่ได้รับการบริการที่เป็นไปตามคาดหวังก็จะเกิดเป็นการยืนยันความไม่ถูกต้อง (disconfirmation) และเกิดเป็นความไม่พึงพอใจได้

3. ความพึงพอใจ เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากในแต่ละช่วงเวลา บุคคลย่อมมีความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ ความรู้สึก ประสบการณ์ที่ได้มาระหว่างเวลานั้น ทำให้เกณฑ์ประเมินประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังเปลี่ยนแปลงตามไป

สรุปได้ว่า ลักษณะความพึงพอใจในการบริการ มี 3 ลักษณะ คือ ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่าง ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

3.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการมีปัจจัยสำคัญ ๆ ดังนี้

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2548: 176) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ การนำเสนอการบริการจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยประกอบการบริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่และจริงใจต่อการสร้างคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพของงานบริการเทียบกับ ราคาที่จะต้องจ่ายไป โดยผู้ประกอบการบริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ค่าบริการจะถูกหรือแพง ขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการอีกด้วย

3. สถานที่บริการ ผู้ประกอบธุรกิจบริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้โดยสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอและต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน

4. การส่งเสริมแนะบริการ ผู้ประกอบธุรกิจบริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของการบริการ ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านั้นไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการ

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบกิจการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วย จิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ประกอบกิจการบริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัว สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านั้นไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ประกอบกิจการบริการต่างก็มุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากร เทคโนโลยีเข้ามาร่วมกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

Millett, John D (1954: 347) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในการบริการหรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้

1. ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ
2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้ นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันและเสมอภาคกัน
3. ความสามารถในการจัดบริการอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการ
4. ความสามารถในการจัดบริการได้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลาตามลักษณะของความจำเป็นเร่งด่วนในการบริหารและความต้องการของลูกค้าในการบริการนั้นๆ
5. ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าตามลักษณะของบริการนั้นๆ เรื่อยไป

3.5 ระดับของความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ศิริพร ตันติพลวินัย (2538: 5) ผู้รับบริการย่อมมีความต้องการและคาดหวังในการบริการทุกครั้ง เมื่อไปรับบริการได้ประสบการณ์สถานการณ์ที่แท้จริง เปรียบเทียบกับความต้องการก่อนไปรับบริการและแสดงออกเป็นระดับความพึงพอใจ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปรับประทานอาหารที่ห้องอาหารแห่งหนึ่ง และไม่ผิดหวังที่อาหารอร่อยและบริการรวดเร็ว

2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการเมื่อได้รับบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานบริการแห่งหนึ่งพร้อมได้รับบริการตรวจ เครื่องยนต์และเติมลมฟรี หรือลูกค้าไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งและได้รับรางวัลพิเศษโดยไม่คิดมาก่อนเพราะเป็นลูกค้าที่กำหนดให้รับรางวัล

4. ความรู้เรื่องเว็บไซต์รับสมัครงาน

4.1 ประเภทของการใช้บริการสมัครงาน

Turban Mclean; & Wetherbe (1999: 232) ได้กล่าวถึง การหางานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ได้นำเสนอสิ่งที่สมบูรณ์แบบให้แก่ที่กำลังหางานและบริษัทที่กำลังมองหาพนักงานที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้มีเว็บไซต์จำนวนมากที่ทำหน้าที่เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานในตำแหน่งต่างๆ เอาไว้แล้วให้คนที่ต้องการสมัครงานเข้ามาค้นหาประเภทของการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานออนไลน์ โดยสามารถจำแนกการให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานได้เป็น 3 ลักษณะใหญ่ๆ ดังนี้

1. คนหางาน (Employee Seek Employer) หรือเรียกอีกอย่างว่า Job Seekers การให้บริการลักษณะนี้ ผู้หางานจะเป็นฝ่ายรุกและบริษัทผู้รับสมัครงานเป็นฝ่ายรับ กล่าวคือ บริษัทผู้รับสมัครงานจะต้องลงประกาศการรับสมัครของตนในเว็บไซต์รับสมัครงานต่างๆ แล้วผู้หางานจะต้องใช้บริการหางานภายในเว็บไซต์เหล่านั้น ซึ่งบางเว็บไซต์อาจจะมีบริการหลากหลายรูปแบบ เช่น ค้นหาตามตำแหน่งงาน ค้นหาตามชื่อบริษัท หรือค้นหาตามเงื่อนไขที่ต้องการ เป็นต้น เมื่อค้นพบงานที่น่าสนใจและผู้หางานมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานนั้นๆ แล้วก็สามารถติดต่อบริษัทที่รับสมัครงานในตำแหน่งนั้นๆ ได้ตามวิธีการติดต่อที่บริษัทได้ประกาศไว้

2. งานหาคน (Employer Seek Employee) หรือเรียกอีกอย่างว่า Job offers การหางานลักษณะนี้จะตรงกันข้ามกับลักษณะแรก เพราะผู้รับสมัครงานจะเป็นฝ่ายรุก และผู้หางานจะเป็นฝ่ายรับ กล่าวคือ ผู้หางานจะต้องลงประกาศความประสงค์ของตนที่จะทำงาน รวมทั้งลงทะเบียนแจ้งข้อมูลประวัติ (Resume) ของตนลงในเว็บไซต์รับสมัครงานต่างๆ แล้วบริษัทที่ต้องการรับสมัครก็จะค้นหาบุคคลที่เหมาะสมกับตำแหน่งเอง จากเว็บไซต์รับสมัครงานโดยอาจจะดูจากประวัติ (Resume) ที่ผู้สมัครได้ลงทะเบียนไว้ที่เว็บไซต์รับสมัครงาน เมื่อค้นพบบุคคลที่เหมาะสมแล้วบริษัทก็จะติดต่อไปยังบุคคลนั้น ตามที่อยู่หรือเบอร์โทรที่ได้แจ้งไว้ในประวัติส่วนตัวหรือในประกาศเพื่อเรียกตัวมาทดสอบหรือสอบสัมภาษณ์ต่อไป

3. การคัดเลือกพนักงานผ่านเว็บไซต์นายหน้า (Recruiting firms) เป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้มีการลงประกาศรับสมัครงาน และนำเสนอรูปแบบบริการจัดหาคนไว้ในเว็บไซต์ หรือประชาสัมพันธ์ไว้ในเว็บไซต์อื่นๆ รวมทั้งการสื่อสารผ่านกระดานข่าว (newsgroups) ห้องสนทนา ในต่างประเทศจะมีบริการในรูปแบบนายหน้าเกิดขึ้นมากมาย เช่น www.espan.com ซึ่งให้บริการในรูปแบบซื้อขายใบสมัครบนอินเทอร์เน็ต (Internet commercial resume service) แก่ผู้ประกอบการ เป็นต้น

ข้อได้เปรียบ – เสียเปรียบของการสมัครงานออนไลน์

ข้อได้เปรียบและ เสียเปรียบข้อการสมัครงานออนไลน์ เมื่อเปรียบเทียบการสมัครงานแบบเดิม (หมายถึงการอ่านประกาศรับสมัครงานจากหนังสือพิมพ์ หรือสื่ออื่นๆ แล้วจึงติดต่อ หรือเดินทางไปสมัครงานด้วยตนเอง) สามารถแบ่งออกได้เป็นข้อๆ Turban Mclean; & Wetherbe (1999: 233) ได้ดังนี้

ข้อได้เปรียบ

1. การสมัครงานออนไลน์สามารถทำได้ง่าย และใช้ในการสมัครงานสั้นกว่า
2. สามารถเลือกตำแหน่งหรือเงื่อนไขอื่นๆ ในการสมัครงานที่ตนเองต้องการได้ดีกว่า
3. การสมัครงานได้หลายๆ บริษัทในเวลาเดียวกัน
4. มีโอกาสถูกเรียกตัวไปทดสอบ หรือสัมภาษณ์ได้เร็วกว่า
5. มีโอกาสเลือกทำงานในต่างประเทศได้มากขึ้น เนื่องจากสามารถระบุทำเลที่ตั้งของตำแหน่งงานตาม
6. ภูมิศาสตร์ของผู้สมัครงานและผู้รับสมัครงานได้
7. สะดวกในการจัดเตรียมเอกสาร เช่น สะดวกในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลในการสมัครงาน การปรับปรุงข้อมูล การระบุชื่อบริษัทในการสมัครงาน

ข้อเสียเปรียบ

1. เนื่องจากสามารถสมัครงานงานได้ง่าย และรวดเร็ว จึงมีผู้ส่งใบสมัครมายังบริษัทที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานเป็นจำนวนมาก
2. งานส่วนใหญ่ที่มีการประกาศรับสมัครออนไลน์จะอยู่ในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล
3. งานสำหรับผู้ทุพพลภาพยังมีอยู่จำนวนน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับงานส่วนใหญ่ที่ประกาศรับสมัคร

4.2 บริการส่วนใหญ่ที่มีอยู่ในเว็บไซต์รับสมัครงาน

นราวุธ พลับประสิทธิ์ (2544) ได้สรุปบริการในรูปแบบต่างๆ ที่มีอยู่ในเว็บไซต์รับสมัครงานไว้ 4 ประเภทดังนี้

1. บริการ Job Search

เป็นการบริการค้นหาตำแหน่งงานที่ผู้หางานสนใจ โดยระบุเงื่อนไขในการค้น เช่น เลือกงานที่เกี่ยวกับตำแหน่งวิศวกร เจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรการ หรือเลือกงานที่อยู่ในต่างจังหวัด หรือ กรุงเทพฯ หรือ เลือกงานที่ให้อัตราเงินเดือนอยู่ระหว่าง 15,000-25,000 บาท เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นกับนโยบายของแต่ละเว็บไซต์ที่ให้บริการรับสมัครงานว่าจะอนุญาตให้ผู้หางานระบุเงื่อนไขอะไรได้

2. บริการ Job Alert

เป็นการบริการแจ้งเตือนเมื่อมีงานที่ผู้หางานสนใจ ซึ่งบริการนี้อาจจะมีเฉพาะบางเว็บไซต์เท่านั้นที่ให้บริการ แต่ก็ถือว่าเป็นการบริการที่ได้รับความนิยมอย่างมากเนื่องจากผู้หางานจะไม่ต้องเสียเวลาไปค้นหางานที่ตนเองต้องการบ่อยๆ เพียงแต่ลงทะเบียนขอรับบริการนี้เท่านั้น โดยระบุเงื่อนไขต่างๆ เช่น ตำแหน่งงานที่ตนเองสนใจ จังหวัดที่สามารถไปทำงานได้ ฯลฯ หากมีงานตรงกับคุณสมบัติหรือเงื่อนไขที่แจ้งไว้ทางเว็บไซต์ก็จะส่งอีเมลมาบอกให้ผู้สมัครงานทันที ดังนั้นผู้หางานที่ใช้บริการนี้จึงต้องมีอีเมล แอดเดรสเป็นของตนเอง

3. บริการ Post Resume

เป็นบริการที่เว็บไซต์รับสมัครงาน อนุญาตให้ผู้หางานบันทึกข้อมูลส่วนตัวของตนไว้ในฐานข้อมูล(Database) ของทางเว็บไซต์ ซึ่งข้อมูลนั้นจะเปิดเผยใช้บริษัทที่ต้องการรับสมัครงานสามารถเรียกดูได้ ถ้าผู้หางานมีคุณสมบัติตรงตามที่บริษัทต้องการก็จะได้รับการติดต่อกลับเพื่อนัดหมายให้ไปทดสอบความสามารถหรือสอบสัมภาษณ์ต่อไป โดยปกติบริการนี้จะกำหนดเวลาหรือกำหนดอายุการจัดเก็บข้อมูลซึ่งอาจจะเป็น 3 เดือน 6 เดือนหรือ 1 ปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละเว็บไซต์เป็นหลัก หากพ้นกำหนดแล้วข้อมูลก็จะถูกลบออกจากฐานข้อมูลของทางเว็บไซต์

4. บริการข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการสมัครงาน

เป็นบริการที่เว็บไซต์สมัครงานส่วนใหญ่มีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารการรับสมัครงาน เทคนิคการสมัครงาน เทคนิคการสอบสัมภาษณ์ บทสัมภาษณ์ หรือข้อเสนอแนะของผู้ที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานเกี่ยวกับการสมัครงาน กฎหมายแรงงาน ฯลฯ

4.3 เว็บไซต์ที่ให้บริการรับสมัครงานในประเทศไทย

ในภาวะปัจจุบันนี้การหางานนั้นนับว่าเป็นเรื่องยากขึ้นทุกที ตำแหน่งงานที่ว่างอยู่ก็เริ่มมีปริมาณลดลง หลังจากประเทศไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้มีการว่างงานเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ (ทบทวนมหาวิทยาลัย. 2543: ออนไลน์) การหางานนอกเหนือจากการหางานทางหนังสือพิมพ์นั้น ยังสามารถหางานได้จากอินเทอร์เน็ต ซึ่งภายในเว็บไซต์จะมีงานให้เลือกมากมาย เว็บไซต์รับสมัครงานในประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. บริษัทที่สร้างเว็บไซต์ที่ให้บริการในการเป็นสื่อกลางจัดหางานโดยตรง โดยมีการปรับปรุงข้อมูลในเว็บไซต์เป็นรายวัน ซึ่งผู้ให้บริการได้ลงทะเบียนและเข้ารับการจัดอันดับเว็บไซต์ กับสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (NECTEC) การจัดอันดับเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีผู้เข้ามาใช้บริการมากที่สุดจำนวน 10 อันดับแรก ประกอบด้วย (อ้างอิงข้อมูล ณ วันที่ 14 พฤษภาคม 2558 http://business.truehits.net/jobs_and_recruitment/index.php)

1. www.jobthai.com
2. www.jobth.com
3. www.m2fjob.com
4. www.jobthaiweb.com
5. www.jobbkk.com
6. www.buddyjob.com

7. www.nationejobs.com

8. www.TARADjob.com

9. sobrajakan.com

10. www.hoteljob.in.th

ตัวอย่างรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ให้บริการจัดหางานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในแต่ละเว็บไซต์ มีดังนี้

ตัวอย่างที่ 1 www.jobthai.com

Jobthai.com เป็นเว็บไซต์ของบริษัท ทิงค์เน็ต จำกัด คือผู้เชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการข้อมูล และเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ก่อตั้งโดยคุณภูษิต ศรีตุลยกุลย์ในปี พ.ศ. 2543 Jobthai.com เป็นองค์กรชั้นนำในการคัดสรรคน มุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการเป็นสื่อกลางในการหาคน และหางานออนไลน์อย่างไม่หยุดยั้ง ตั้งแต่ปี 2000 จนถึงวันนี้ให้สมดังสโลแกน “หาคนตรงงาน หางานตรงใจ” โดย Jobthai.com มีผู้เข้าใช้บริการสูงสุดถึงกว่า 120,000 คน/วัน เป็นแหล่งฐานข้อมูลผู้สมัครงานที่มีคุณภาพ โดยอัปเดตล่าสุดภายใน 1 ปี กว่า 1,000,000 คน ซึ่งครอบคลุมทุกตำแหน่งงาน ครอบคลุมทุกพื้นที่ ครอบคลุมทุกระดับการศึกษา ครอบคลุมทุกประสบการณ์ทำงาน และครอบคลุมทุกช่วงอายุ มีงานจากบริษัทชั้นนำกว่า 70,000 อัตรา ตำแหน่งงานกว่า 130 อาชีพทั้งในและต่างประเทศ

ตัวอย่างที่ 2 www.jobth.com

JobTH.com เป็นเว็บไซต์รับสมัครงานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผู้นิยมมากที่สุด ซึ่งในแต่ละวันมีผู้เข้ามาใช้บริการมากกว่า 60,000 คน/วัน และมีการใช้งานมากกว่า 690,000 hit/วัน และมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะในปัจจุบันการสมัครงานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางจากผู้ประกอบการหลากหลายธุรกิจ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึง ผู้ที่ต้องการเปลี่ยนงาน และกำลังมองหาหางานจากหลากหลายสถาบัน ทั่วทุกจังหวัดของประเทศ ซึ่งทำให้ท่านสามารถมั่นใจได้ว่า การได้เว็บไซต์นี้มีประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเนื่องด้วยคุณภาพที่ดีของเว็บไซต์ ทำให้มีการแนะนำบอกต่อกัน ทำให้เราเป็นเว็บไซต์ที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

ตัวอย่างที่ 3 www.m2fjob.com

M2Fjob เป็นธุรกิจสื่อดิจิทัลเพื่อการหางาน อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) (www.postpublishing.co.th) ผู้นำการโฆษณาคลาสสิก ฟายด์บนหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ที่ดำเนินการมากกว่า 60 ปี

M2FJob ได้รับการพัฒนา ต่อยอดจากหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์ในเครือโพสต์ โพสต์ชิ่ง ที่มียอดแจกฟรีทั่วกรุงเทพมหานคร 400,000 ฉบับ ร่วมกับการรีแบรนด์เว็บไซต์หางานเดิมคือ jobjob.co.th มาผนวกกับแนวความคิดการหลอมรวมสื่อดิจิทัล (Digital Platform Convergence) บนเว็บไซต์ แอปพลิเคชันบนมือถือและอุปกรณ์อื่นๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ M2Fjob เปิดให้บริการผ่านเว็บไซต์เป็นอันดับแรกตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2555 และมีขยายการให้บริการต่อเนื่องบนสื่อต่างๆ โดยมุ่งหวังให้เป็นสื่อสำหรับหางานเพื่อคนรุ่นใหม่

M2Fjob มุ่งพัฒนาบริการอย่างพิถีพิถันเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของ "คนหางาน" และ "บริษัทที่ต้องการหาคน" ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเติบโตของผู้ที่จบการศึกษาที่มีจำนวนมากขึ้นทุกปี และตอบสนองการขยายตัวของธุรกิจในประเทศทั้งในปัจจุบันและอนาคต

เทคโนโลยีใน M2Fjob ประกอบไปด้วยระบบ Matching ตำแหน่งงานและผู้หางาน ที่จะแนะนำตำแหน่งงานให้กับผู้หางาน และแนะนำผู้หางานให้กับบริษัท ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมระบบการค้นหาตำแหน่งงานและค้นหา Resume ที่รวดเร็วตรงกับทุกความต้องการ เพิ่มความน่าสนใจด้วยการสร้างหน้าโปรไฟล์ของตัวเอง นอกจากนี้ยังเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับ resume ด้วยฟังก์ชัน "เขียนคำอ้างอิง" ที่ให้เพื่อนมาเขียนอ้างอิงและประเมินความสามารถได้ อีกทั้งยังมีระบบ "ติดตามบริษัท" ที่บริษัทลงประกาศเมื่อไหร่ผู้หางานก็รับรู้ก่อนใครทันที เพื่อให้สมาชิกผู้หางานได้งานที่ชอบ และสมาชิกบริษัทที่หาคน ก็ได้คนที่ถูกใจ ง่ายๆ แค่นี้เลย นวัตกรรมนี้ทั้งหมดนี้เพื่อให้ผู้ใช้งานทุกท่านได้ "คลิกง่าย...ได้งาน" อันเป็นคำมั่นสัญญาของเราต่อผู้ใช้บริการทุกคน

รายชื่อเว็บไซต์รับสมัครงานในประเทศไทย กับสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (NECTEC) มีจำนวน 52 เว็บไซต์ (ข้อมูล ณ วันที่ 14 พฤษภาคม 2558 http://business.truehits.net/jobs_and_recruitment/index.php)

1. www.jobthai.com
2. www.jobth.com
3. www.m2fjob.com
4. www.jobthaiweb.com
5. www.jobbkk.com
6. www.buddyjob.com
7. www.nationejobs.com
8. www.TARADjob.com
9. sobrajakan.com
10. www.hoteljob.in.th
11. www.thaieasyjob.com
12. www.adecco.co.th
13. www.jobant.com
14. www.siamhrm.com
15. thaijob.co
16. www.ejobonline.com
17. www.jobtou.com
18. www.plazajob.com

19. www.job-hot.net
20. www.thaijobportal.com
21. www.thaihoteljob.com
22. www.archeep.com
23. happy2jobs.com
24. www.jobsiam.com
25. www.jobduzy.com
26. www.appjob.com
27. www.jobbyyou.com
28. www.thaifreelancebid.com
29. www.thaicareer.com
30. www.bellissy.com
31. www.traveljobonline.com
32. www.jobisp.com
33. www.chaiyojobs.com
34. www.thailabor.com
35. www.thai.com
36. www.hadujob.com
37. www.etechnology.co.th
38. job.ocsc.go.th
39. www.harngan.com
40. www.jobbangkok.com
41. www.jobiam.com
42. www.wsjob.com
43. friendjob.com
44. www.ithaijob.com
45. www.mrthaijob.com
46. th.jobsdb.com/th
47. www.jobtopgun.com
48. www.thaijobsgov.com
49. www.clickjob.co.th
50. www.job1hit.com
51. jobssearch.co
52. www.jobsugoi.com

5. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน

ความหมายคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน

รูปนี้ สินธุพงษ์ (2543: 3) พบว่า องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ภาพรวมทั้งหมดของเว็บไซต์ โดยเฉพาะโฮมเพจคือป้ายโฆษณา หรือหน้าร้านที่จะสร้างความประทับใจต่อผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมควรจะน่าสนใจ สะอาด ไม่รุงรัง และน่าเชื่อถือ
2. เนื้อหาหรือข้อมูลที่กำลังอยู่ในความสนใจข้อมูลข่าวสารควรมีทิศทางที่แน่นอน ไม่ซับซ้อนเพื่อไม่ให้ผู้ใช้เกิดความสับสนและก่อนที่จะส่งข้อมูลไปบนเว็บไซต์ที่กำลังออนไลน์ (Online) อยู่ควรตรวจทานและทดสอบสิ่งที่เพิ่มเติมลงไปทุกครั้ง
3. ความเร็ว ในการเปิดเข้าเว็บไซต์ เมื่อมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ควรจะพบกับข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอและภาพต่างๆ ที่นำเสนอประกอบไม่ควรนำเสนอภาพที่ใหญ่เกินไป
4. การนำเสนอภาพต่างๆ และการจัดวาง ควรมีขนาดพอเหมาะ ส่วนสีที่จะนำมาใช้ควรเลือกสีที่เหมาะสม และถูกกาลเทศะ ดังนั้นภาพต่างๆ ที่จะนำเสนอควรจะมีการจัดวางที่ไม่ซับซ้อนเกินไป ภาพที่นำเสนอควรอยู่ตรงจุดกึ่งกลางของเว็บไซต์นั้น
5. การนำเทคโนโลยีด้านสื่อประสม และเทคโนโลยีการสื่อสารสองทางมาประยุกต์ใช้เว็บไซต์ควรมีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เหล่านี้มาใช้เพราะจะทำให้ผู้ใช้สนใจ ตื่นเต้น และไม่น่าเบื่อ
6. แบบอักษรที่นำเสนอบนเว็บ ควรเลือกตัวอักษรเพียงแบบเดียวเพื่อจะทำให้ง่ายต่อผู้ใช้
7. HTML ที่ใช้ต้องมีการตรวจสอบทุกครั้งก่อนที่จะมีการอัปโหลดข้อมูลลงบนเว็บไซต์
8. ข้อมูลที่นำเสนอบนเว็บไซต์ควรมีการนำเสนอข้อมูลใหม่ๆ และทันสมัยเพิ่มเติมอยู่เสมอ
9. การสำรวจความคิดเห็น การเปิดรับความคิดเห็นจากผู้เข้ามาเยี่ยมชม หรือสอบถามว่าอะไรเป็นอะไร สิ่งที่ชอบ หรือไม่ชอบ
10. Search Engine ควรจะมีการตรวจสอบเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งค้นหาข้อมูลหลักทุกเว็บไซต์อยู่เสมอ ซึ่งอาจจะใช้การทดสอบการค้นหาจากคำค้น(Keyword) ว่ายังใช้งานได้โดยการลองพิมพ์คำค้นต่างๆ ลงไปใน Search Engine นั้นๆ

Zusman and Landis (2002) พบว่า คุณภาพเว็บไซต์สมัครงานจะเป็นสิ่งที่สร้างความน่าดึงดูดทำให้เกิดความชื่นชอบแก่ผู้สมัคร เช่น รูปแบบทางเทคโนโลยี (Technical Format) รูปแบบการจัดองค์ประกอบ (Texture Format) โครงร่าง (Layout) และสีสัน (Coloring) กล่าวคือเว็บไซต์สมัครงานต้องมีโครงสร้างหรือโครงร่างที่ชัดเจนในหน้าแรกของเว็บไซต์ ใช้งานง่าย ใช้ภาษาธรรมดากระชับ และมีสีสันสะดุดตา รูปแบบอักษรมีความสร้างสรรค์ และมีรูปภาพสื่อความประกอบ

Tong, Duffy, Cross, Tsung; & Yen (2005) มองว่าคุณภาพเว็บไซต์สมัครงานเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการสมัครงาน มีอยู่ 9 ประเด็นได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ในด้านข้อมูลการจ้างงาน (Reliability)
2. การตอบสนองที่รวดเร็ว (Responsiveness)
3. ความยืดหยุ่น (Flexibility) กล่าวคือเว็บไซต์มีทางเลือกในการใช้บริการสมัครงานที่หลากหลาย

4. ความสะดวกในการเข้าใช้ (Ease of Navigation)
5. ประสิทธิภาพ (Efficiency) กล่าวคือ เว็บไซต์ที่ง่ายต่อการใช้งาน มีความเหมาะสมทางโครงสร้าง

6. ความมั่นใจ (Trust)
7. ความปลอดภัยหรือการเก็บความลับข้อมูลสมัครงาน (Security)
8. การตกแต่งเว็บไซต์ (Site Aesthetics)
9. ความยากง่ายในการใช้ที่เหมาะสมกับผู้สมัครแต่ละคน (Customization)

ซึ่งจากการทบทวนแนวคิดข้างต้นจึงสามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานมีดังนี้

1. ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล เป็นความรู้สึกเชื่อเกี่ยวกับข้อเท็จจริง และข้อมูลภายในเว็บไซต์ ว่ามีความละเอียด ความชัดเจน ความสมบูรณ์ รวมถึงความถูกต้องของข้อมูลเกี่ยวกับการสมัครงาน รวมไปถึงเว็บไซต์มีข้อมูลที่สามารถติดต่อกับผู้ว่าจ้าง และป้องกันการกรอกข้อมูลเท็จทั้งตัวผู้ว่าจ้าง และผู้สมัครด้วย

2. ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร เป็นความรู้สึกของผู้สมัครงานต่อการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับกระบวนการสมัครงาน ระหว่างผู้ว่าจ้าง เว็บไซต์และตัวผู้สมัครงานที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านการค้นหาตำแหน่งงาน การกรอกใบสมัคร การส่งเอกสารสมัครงาน และการเรียกตัวเพื่อสอบสัมภาษณ์

3. ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ เป็นความรู้สึกของผู้สมัครงานต่อช่องทางที่ช่วยให้ผู้สมัคร มีทางเลือกในการใช้บริการสมัครงานภายในเว็บไซต์อย่างหลากหลาย เช่น สามารถทราบเกี่ยวกับข้อมูลตำแหน่งงานทั่วประเทศ หลากหลายบริษัท หลากหลายอาชีพ และมีวิธีค้นหาตามเงื่อนไขที่ต้องการได้

4. ความสะดวกในการใช้ เป็นความรู้สึกของผู้สมัครงานต่อเว็บไซต์สมัครงานที่มีระบบช่วยให้ผู้สมัครงานสามารถใช้บริการของเว็บไซต์ได้อย่างไม่ยุ่งยาก ลำบาก หรือซับซ้อน รวมถึงการเข้าใช้บริการได้อย่างไม่จำกัดเวลา

5. ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ เป็นความรู้สึกของผู้สมัครงานต่อช่องทางซึ่งมีกระบวนการสมัครงานที่ช่วยให้ผู้สมัครลดค่าใช้จ่าย ลดระยะเวลาการสมัครงาน และลดความเหนื่อยในการเดินทาง รวมถึงการสร้างความสะดวกสบายของโอกาสของผู้สมัครงานที่อยู่ในพื้นที่ที่ต่างกัน

6. ความมั่นใจในการใช้บริการ เป็นความรู้สึกมั่นใจของผู้สมัครงานต่อกระบวนการรับสมัครงานทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครที่กรอกไว้ในเว็บไซต์เพื่อสมัครงาน เป็นความลับ และไม่ให้เกิดสูญหาย รวมถึงการส่งข้อมูลการสมัครงานไปยังบริษัทรับสมัครอย่างครบถ้วน สมบูรณ์

7. ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน เป็นความรู้สึกที่มีต่อทัศนคติ และค่านิยมของผู้สมัครงานในการสมัครงานทางอินเทอร์เน็ตว่ามีความแตกต่างจากช่องทางการสมัครงานทางอื่นอย่างไร

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนผลงานที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยได้นำงานวิจัยเหล่านั้นมาเป็นองค์ประกอบในการศึกษาวิจัยดังนี้

ชาญชัย คล้ายสุขพงษ์ (2554: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์ให้บริการหางานและสมัครงานออนไลน์ของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า

1. ผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 25 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพในปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท / ลูกจ้างเอกชน ตำแหน่งงานปัจจุบันคือ พนักงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4 ปี โดยพบว่า ผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติต่อเว็บไซต์ให้บริการหางานและสมัครงานออนไลน์ในด้านศักยภาพ ด้านบริการ และด้านความสะดวกในการใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับดี พฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์ที่ให้บริการของผู้หางานส่วนใหญ่จะเคยบริการเว็บไซต์เป็นจำนวน 1-2 เว็บไซต์ เลือกใช้บริการ www.jobthai.com ต้องการหางานและสมัครงานในตำแหน่ง Account / Banking / Finance สมัครงานผ่านทางเว็บไซต์และส่วนมากจะใช้งานได้จริง ความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์ 1-5 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาในการหางานและสมัครงานต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ชั่วโมง เลือกใช้ Resume ของตนเองในการสมัครงาน เหตุผลที่เลือกใช้บริการเว็บไซต์คือ ลดความเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทาง และช่องทางการทราบชื่อเว็บไซต์นั้นมาจากทางอินเทอร์เน็ต

2. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งงานและรายได้ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการหางานและสมัครงานออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ทัศนคติต่อเว็บไซต์ให้บริการหางานและสมัครงานออนไลน์ในด้านศักยภาพ จะมีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการหางานและสมัครงานออนไลน์ สมัครงานผ่านเว็บไซต์ได้จริง และความถี่ในการบริการเว็บไซต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริญญช วุฒิ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่พยากรณ์การสมัครงานทางอินเทอร์เน็ตของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า

1. ทศนคติต่อการสมัครงานทางอินเทอร์เน็ต บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงและความเชื่อในสมรรถนะแห่งตนด้านอินเทอร์เน็ต กับการสมัครงานทางอินเทอร์เน็ตของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.001$)

2. ทศนคติต่อการสมัครงานทางอินเทอร์เน็ต และความเชื่อในสมรรถนะแห่งตนด้านอินเทอร์เน็ตสามารถพยากรณ์การสมัครงานทางอินเทอร์เน็ตของบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.001$)

เรณู สุขฤกษ์กิจ (2554: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรในบริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน) ใช้กลุ่มตัวอย่าง 377 ตัวอย่าง วิธีการเก็บข้อมูลคือ ใช้แบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 73.7 อายุของพนักงานส่วนใหญ่อายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 45 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.2 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 48.3 ปฏิบัติงานในตำแหน่งลูกจ้างชั่วคราว คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,000-20,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.1 มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.5 ซึ่งการวิเคราะห์ระดับความเห็นปัจจัยด้านจิตใจ พบว่า ด้านที่สนใจมากที่สุด คือด้านลักษณะงาน รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จ และด้านความรับผิดชอบ การวิเคราะห์ระดับความเห็นปัจจัยด้านคำจูง ด้านที่สนใจมากที่สุด คือ ด้านสถานะทางอาชีพ รองลงมาคือ ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว และด้านสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนร่วมงาน การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรแตกต่างกัน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตใจกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานพบว่า ปัจจัยด้านจิตใจมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน โดยปัจจัยด้านลักษณะงานมีความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความสำเร็จ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคำจูงกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานพบว่า ปัจจัยด้านคำจูงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านคำจูงด้านเงินเดือนและสวัสดิการมีความสัมพันธ์ต่อพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานะทางอาชีพ

วัลลภา นิยะสม (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มเคยใช้บริการเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงาน จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

ผลการวิจัยในส่วนความคาดหวังต่อเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังอยู่ในระดับสูงต่อเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงาน ในเรื่องการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากที่สุด

ผลการวิจัยในส่วนความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับสูง ในส่วนของการแยกหมวดหมู่งานให้ชัดเจน และในส่วนข้อเสนอแนะข้อมูลที่ควรบรรจุในเว็บไซต์เป็นอันดับแรกๆ ก็คือ หน้าที่ความรับผิดชอบ ตำแหน่งงาน เงินเดือน จำนวนที่รับสมัคร

ผลการวิจัยในส่วนพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง จะเข้าใช้เว็บไซต์ช่วงเวลา 12.00-17.00 น. มากที่สุด ระยะเวลาในการใช้บริการค้นคว้าข้อมูลในเว็บไซต์โฆษณาสมัครงานในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง และเข้าใช้งาน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ในการใช้งานแต่ละครั้งจะใช้เว็บไซต์ ครั้งละ 2 เว็บไซต์ โดยเว็บไซต์ที่นิยมมากที่สุดคือ www.jobthai.com นอกจากนี้ สื่อบุคคล เพื่อน คนรู้จัก มีอิทธิพลต่อการเข้ามาใช้เว็บไซต์มากที่สุด คุณสมบัติเด่นที่ทำให้คนเลือกเข้ามาใช้เว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงานก็คือ ลดปัญหาการเดินทาง ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการใช้เว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงานคือ ข้อมูลไม่อัปเดต

ศิริกัญญา กรุดลอยมา (2543: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและพัฒนาการของการสรรหาและสมัครงาน และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในการสมัครงาน โดยเก็บข้อมูลจากผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ที่เคยสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 60 คน และสถานประกอบการที่มีการสรรหาบุคลากรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จำนวน 5 แห่ง วิธีการศึกษาจะศึกษาจากเอกสารและศึกษาจากภาคสนามโดยการสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

รูปแบบและพัฒนาการสมัครงาน ได้แก่ การสมัครงานด้วยตนเอง การสมัครงานผ่านหน่วยบริการจัดหางานของรัฐและเอกชน การสมัครผ่านสถาบันการศึกษา สถาบันวิชาชีพ การสมัครงานผ่านสื่อโฆษณา และการสมัครงานผ่านระบบการสื่อสารโทรคมนาคม การสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นวิธีการใหม่กำลังได้รับความนิยมจากผู้สมัครงานและสถานประกอบการ ผู้สมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นชาย อายุระหว่าง 21-25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.70 มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1-4 ปี โดยใช้เดือนละ 26-30 ครั้ง และใช้ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง มีทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และภาษาอังกฤษอยู่ในระดับกลาง ทั้งการพูด การอ่าน การเขียน เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสมัครงาน ค้นคว้า รับ ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ คือ ที่บ้าน และที่ทำงาน ผู้สมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทราบวิธีการนี้จากเพื่อนและคนรู้จักมากกว่าทราบจากการลงโฆษณา ที่เลือกสมัครงานวิธีนี้เพราะสะดวก รวดเร็วและประหยัด เว็บไซต์จัดหางานซึ่งเป็นที่นิยมและมีความน่าเชื่อถือในรายละเอียดของตำแหน่งงาน ลักษณะงาน อัตราค่าตอบแทน ส่วนใหญ่เลือกใช้ www.jobosdb.com ร้อยละ 61.7 www.jobpilot.com ร้อยละ 38.3 นอกนั้นเลือกใช้

www.jobtopgun.com, www.jobbees.com และ www.topjobs.net การใช้งานโดยทั่วไปไม่พบว่ามีปัญหาจากปัญหาเว็บไซต์ขัดข้อง ผลการสำเร็จหลังจากสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตกรณีเรียกสัมภาษณ์และได้งานทำมีเพียงร้อยละ 20.0 ใช้เวลาติดต่อกลับมากกว่า 15 วัน โดยใช้โทรศัพท์แจ้งให้ทราบ หรือทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และที่ไม่ได้รับการติดต่อกลับร้อยละ 48.3

ศิลปกร แสงสินชัย (2553: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ฉบับนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ ประชาชนวัยทำงาน (อายุ 18-35 ปี) ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยคัดเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น ด้วยการคัดเลือกแบบเจาะจงและการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของค่าและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร รวมถึงใช้สถิติของเซฟเฟ่ ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์จัดหางาน
5. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่มีต่อเว็บไซต์หางาน ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 18-21 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 50.3 ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระดับ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 58.0 และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 54.0

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพิ่งเริ่มใช้เว็บไซต์หางานไม่ถึง 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.3 โดยส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์หางาน 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.3 และส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์หางาน 2-3 เว็บไซต์ในการหางานแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.3 โดยส่วนใหญ่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานจากสื่อออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.0 และส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์หางานเพราะความสะดวกรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 59.5

ปัจจัยต่างๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลโดยรวมสูงสุดคือด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ปัจจัยด้านการบริการมีอิทธิพลต่อกกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการบริการค้นหาที่

แม่นยำและครอบคลุมมีอิทธิพลสูงสุด ปัจจัยด้านการใช้งานมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนมีอิทธิพลสูงสุด ปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นการแบ่งหมวดหมู่อาชีพ ระดับของงานประเภทของบริษัท พื้นที่ทำงานอย่างชัดเจนมีอิทธิพลสูงสุด ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของผู้สมัครในฐานะข้อมูล มีอิทธิพลสูงสุด ปัจจัยอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นการมีเครือข่ายพันธมิตรกับเว็บไซต์รับสมัครงานอื่นมีอิทธิพลสูงสุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับที่คาดเดาไว้คือ ด้านเพศ และรายได้ต่อเดือน พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของกลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับที่คาดเดาไว้คือแหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางาน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลของการเลือก ใช้เว็บไซต์หางานทุกด้าน อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่นๆ การศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่นๆ รายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและด้านความเป็นส่วนตัว และด้านอื่นๆ อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและด้านความเป็นส่วนตัว และด้านอื่นๆ

พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานด้านระยะเวลาที่เริ่มใช้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและด้านความเป็นส่วนตัว และด้านอื่นๆ ระยะเวลาที่ใช้แต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านบริการ จำนวนเว็บที่ใช้แต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและด้านความเป็นส่วนตัว และด้านอื่นๆ แหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและด้านความเป็นส่วนตัว เหตุผลในการเลือกใช้เว็บไซต์หางานมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเนื้อหา และด้านอื่นๆ

อริชัย อรรถอุดม (2545: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง ความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการหางานและสมัครงาน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังใช้ประโยชน์ในการใช้บริการหาตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระดับสูง เพศ อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการหาตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ความพึงพอใจในการสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีในระดับสูง คือ พอใจในเรื่องประหยัดค่าใช้จ่ายในการสมัครงานข้อมูลมีความรวดเร็ว และสามารถสมัครงานในตำแหน่งที่แตกต่างจากที่ลงสมัครในสื่ออื่น ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังประโยชน์จากการใช้บริการหางานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมในการหางานและการสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการหางานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตพบว่า ทั้งความถี่และเวลาความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการหางานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในการสมัครงานประจำ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในการสมัครงานประจำ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรคำนวณดังต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 74)

$$n = \frac{Z^2 1-\alpha/2}{4e^2}$$

โดยที่ n	แทน	จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
Z	แทน	ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ Z จะมีค่าเท่ากับ 1.96
e	แทน	ความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 หรือ $e = 0.05$
ในที่นี้จะได้		

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \approx 385$$

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 15 คน รวมเป็น 400 คน

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non - Probability sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 Purposive sampling เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง หรือแบบใช้ วิจารณ์ญาณเก็บข้อมูลจากคนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในการสมัคร งานประจำ

ขั้นตอนที่ 2 Convenience sampling เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่าง แบบสะดวก ในการเก็บแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจาก การแจกแบบสอบถามที่ตลาดนัดพบแรงงานร่วมกับแบบสอบถามออนไลน์

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้าง เครื่องมือ และขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ที่ใช้เก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่างๆ ทฤษฎีแนวความคิด วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้เป็นเครื่องมือวัด สิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่ง ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended response question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple choices) แต่ละข้อคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดย แบ่งออกเป็น 4 ช่วงดังนี้

1. 18 - 25 ปี
2. 26 - 33 ปี
3. 34 - 41 ปี
4. 42 ปีขึ้นไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สภาวะการทำงานปัจจุบัน อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน โดยประกอบด้วยความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน

ข้อ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานจำนวน 2 ข้อ

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สภาวะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วยความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนกำลังสอง (Sum of square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมคะแนนเบี่ยงเบนกำลังสอง (Mean square)
df	แทน	ระดับความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก

H_1	แทน	สมมติฐานรอง
LSD	แทน	Least-Significant Difference
T	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สภาวะการทำงานปัจจุบัน อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนซึ่งสามารถเก็บได้จากผู้ให้บริการจำนวน 400 ตัวอย่างโดยแจกแจงเป็นจำนวนและค่าร้อยละได้ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ			
	ชาย	149	37.25
	หญิง	251	62.75
	รวม	400	100.00
2. อายุ			
	18 - 25 ปี	219	54.75
	26 - 33 ปี	128	32.00
	34 - 41 ปี	37	9.25
	42 ปีขึ้นไป	16	4.00
	รวม	400	100.00
3. สถานภาพสมรส			
	โสด	337	84.25
	สมรส	53	13.25
	อื่นๆ	10	2.50
	รวม	400	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	63	15.75
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี	296	74.00
สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.25
รวม	400	100.00
5. สถานะการทำงานปัจจุบัน		
ว่างงาน	106	26.50
มีงานทำ	294	73.50
รวม	400	100.00
6. อาชีพ		
นักศึกษา	46	11.50
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	37	9.25
พนักงานบริษัทเอกชน	226	56.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	44	11.00
อื่นๆ	47	11.75
รวม	400	100.00
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	130	32.50
15,001 - 25,000 บาท	172	43.00
25,001 - 35,000 บาท	45	11.25
35,001 - 45,000 บาท	43	10.75
45,001 บาทขึ้นไป	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 จะเห็นได้ว่าจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 62.75) มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 18 - 25 ปี (ร้อยละ 54.75) มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ คือ โสด (ร้อยละ 84.25) มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี (ร้อยละ 74.00) มีสถานะการทำงานปัจจุบันส่วนใหญ่ คือ มีงานทำ (ร้อยละ 73.50) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 56.50) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท (ร้อยละ 43.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยสามารถอธิบายได้ดังนี้

พิจารณาตามเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 37.25 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 62.75

พิจารณาตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมาคืออายุ 26-33 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.00 อายุ 34-41 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.25 และอายุ 42 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

พิจารณาตามสถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 84.25 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 13.25 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

พิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.75 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

พิจารณาตามสภาวะการทำงานปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสภาวะการทำงานปัจจุบันมีงานทำ คิดเป็นร้อยละ 73.50 และมีสภาวะการทำงานปัจจุบันว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 26.50

พิจารณาตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมา คือ อาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.75 นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.50 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 11.00 และข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.25 ตามลำดับ

พิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 35,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

เนื่องจากลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างกันจำนวนมาก (ความถี่) ของข้อมูลอยู่มาก และมีจำนวนน้อยกว่า 30 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน (ความถี่)

ตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจัดกลุ่มใหม่

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
18 - 25 ปี	219	54.75
26 - 33 ปี	128	32.00
34 ปีขึ้นไป	53	13.25
รวม	400	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
3. สถานภาพสมรส		
โสด	337	84.25
สมรส / อื่นๆ	63	15.75
รวม	400	100.00
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	130	32.50
15,001 - 25,000 บาท	172	43.00
25,001 - 35,000 บาท	55	13.75
35,001 บาทขึ้นไป	53	10.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลในการแบ่งชั้นความถี่ใหม่ สามารถอธิบายได้ดังนี้

พิจารณาตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา มีอายุ 26-33 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.00 อายุ 34 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ

พิจารณาตามสถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 84.25 และมีสถานภาพสมรส/อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.75

พิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 35,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ข้อที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและผลการแปรผลระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ และภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน สามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง 3 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานโดยรวมและเป็นรายด้าน

คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล	4.24	.610	ดีมาก
ด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร	4.15	.650	ดี
ด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ	4.30	.541	ดีมาก
ด้านความสะดวกในการใช้	4.30	.590	ดีมาก
ด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	4.47	.580	ดีมาก
ด้านความมั่นใจในการใช้บริการ	3.92	.771	ดี
ด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน	4.22	.590	ดีมาก
คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงานโดยรวม	4.22	.493	ดีมาก

จากตาราง 3 พบว่าคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 รองลงมา คือ ด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ด้านความสะดวกในการใช้ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และด้านความมั่นใจในการใช้บริการ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล

คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล			
1. เว็บไซต์รับสมัครงานมีรายละเอียดข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เช่น คุณสมบัติของผู้สมัครงาน ที่อยู่บริษัท	4.26	.664	ดีมาก
2. ภาษาที่ใช้บนเว็บไซต์รับสมัครงานง่ายต่อความเข้าใจ	4.23	.668	ดีมาก
3. เว็บไซต์รับสมัครงานมีการอัพเดทข้อมูลตำแหน่งงานตลอดเวลา	4.24	.773	ดีมาก
คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูลโดยรวม	4.24	.610	ดีมาก

จากตาราง 4 จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการเว็บไซต์สมัครงาน มีระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 และเมื่อพิจารณาปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูลรายข้อ พบว่า ข้อเว็บไซต์รับสมัครงานมีรายละเอียดข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เช่น คุณสมบัติของผู้สมัครงาน ที่อยู่บริษัท มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ เว็บไซต์รับสมัครงานมีการอัปเดตข้อมูลตำแหน่งงานตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ภาษาที่ใช้บนเว็บไซต์รับสมัครงานง่ายต่อความเข้าใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ตาราง 5 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร

คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร			
4. การสมัครงานทางเว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านถูกเรียกตัวไปสัมภาษณ์งานได้อย่างรวดเร็ว	4.08	.808	ดี
5. เว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถอัปโหลดข้อมูลและรับ-ส่งข้อมูล เช่น ไฟล์รูปภาพ ไฟล์เอกสารสมัครงานได้อย่างรวดเร็ว	4.17	.688	ดี
6. เว็บไซต์รับสมัครงานมีการแจ้งเตือนตำแหน่งงานที่ว่างผ่านทาง e-mail address ทำให้ท่านไม่พลาดข่าวสารการรับสมัครงาน	4.21	.761	ดีมาก
คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารโดยรวม	4.15	.650	ดี

จากตาราง 5 จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการเว็บไซต์สมัครงาน มีระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 และเมื่อพิจารณาปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารรายข้อ พบว่า ข้อเว็บไซต์รับสมัครงานมีการแจ้งเตือนตำแหน่งงานที่ว่างผ่านทาง e-mail address ทำให้ท่านไม่พลาดข่าวสารการรับสมัครงาน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาคือ เว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถอัปโหลดข้อมูลและรับ-ส่งข้อมูล เช่น ไฟล์รูปภาพ ไฟล์เอกสารสมัครงานได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การสมัครงานทางเว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านถูกเรียกตัวไปสัมภาษณ์งานได้อย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ตาราง 6 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลาย
ในการใช้บริการ

คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ			
7. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีข้อมูลการประกาศรับสมัครงานในตำแหน่งงานและองค์กรที่มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้สมัครงาน	4.26	.673	ดีมาก
8. เว็บไซต์ที่ท่านใช้รองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ชนิดต่างๆ เช่น PC Notebook Smartphone	4.31	.663	ดีมาก
9. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบริการหลายรูปแบบ เช่น บริการค้นหาตำแหน่งงาน, บริการฝากประวัติ	4.34	.632	ดีมาก
คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการโดยรวม	4.30	.541	ดีมาก

จากตาราง 6 จะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการเว็บไซต์สมัครงาน มีระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 และเมื่อพิจารณาปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการรายข้อ พบว่า ข้อเว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบริการหลายรูปแบบ เช่น บริการค้นหาตำแหน่งงาน, บริการฝากประวัติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ ข้อเว็บไซต์ที่ท่านใช้รองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ชนิดต่างๆ เช่น PC Notebook Smartphone มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีข้อมูลการประกาศรับสมัครงานในตำแหน่งงานและองค์กรที่มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้สมัครงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ตาราง 7 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้

คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความสะดวกในการใช้			
10. การสมัครงานภายในเว็บไซต์ที่ท่านใช้มีความสะดวกและไม่ยุ่งยาก	4.26	.688	ดีมาก
11. ท่านสามารถเข้าใช้งานเว็บไซต์รับสมัครได้ตลอดเวลา	4.39	.631	ดีมาก
12. ขั้นตอนและกระบวนการสมัครงานผ่านเว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว สะดวกและไม่ซับซ้อน	4.25	.704	ดีมาก
คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้โดยรวม	4.30	.590	ดีมาก

จากตาราง 7 จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการเว็บไซต์สมัครงาน มีระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 และเมื่อพิจารณาปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้รายข้อ พบว่า ข้อที่ท่านสามารถเข้าใช้งานเว็บไซต์รับสมัครได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงคือ ข้อการสมัครงานภายในเว็บไซต์ที่ท่านใช้มีความสะดวกและไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อขั้นตอนและกระบวนการสมัครงานผ่านเว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว สะดวกและไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ตาราง 8 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ			
13. เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น ด้านการเดินทางและด้านเอกสาร	4.49	.634	ดีมาก
14. เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านประหยัดเวลาในการค้นหา งานและสมัครงาน	4.46	.604	ดีมาก
คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยรวม	4.47	.580	ดีมาก

จากตาราง 8 จะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการเว็บไซต์สมัครงาน มีระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.47 และเมื่อพิจารณาปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรายข้อ พบว่า ข้อเว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น ด้านการเดินทางและด้านเอกสาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านประหยัดเวลาในการค้นหางานและสมัครงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

ตาราง 9 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการ

คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความมั่นใจในการใช้บริการ			
15. ท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้จะส่งข้อมูลของท่านไปยังบริษัทที่ท่านสนใจ	4.05	.771	ดี
16. ท่านมีความมั่นใจในระบบป้องกันข้อมูลสูญหายจากภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต	3.86	.875	ดี
17. ท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของท่านเป็นความลับ	3.86	.906	ดี
คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการโดยรวม	3.92	.771	ดี

จากตาราง 9 จะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการเว็บไซต์สมัครงาน มีระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.72 และเมื่อพิจารณาปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการรายข้อ พบว่า ข้อท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้จะส่งข้อมูลของท่านไปยังบริษัทที่ท่านสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 คือ ข้อท่านมีความมั่นใจในระบบป้องกันข้อมูลสูญหายจากภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต และข้อท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของท่านเป็นความลับ

ตาราง 10 แสดงระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน

คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน			
18. เว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นสื่อกลางในการจัดหางานที่ได้รับความนิยมและแพร่หลาย	4.25	.655	ดีมาก
19. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบทบาทโดดเด่นด้านสรรหาบุคลากรและมีความสามารถในการให้บริการ	4.16	.710	ดี
20. เว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในด้านจัดหางาน	4.26	.647	ดีมาก
คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานโดยรวม	4.22	.590	ดีมาก

จากตาราง 10 จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการเว็บไซต์สมัครงาน มีระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 และเมื่อพิจารณาปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานรายข้อพบว่า ข้อเว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในด้านจัดหางานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ เว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นสื่อกลางในการจัดหางานที่ได้รับความนิยมและแพร่หลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบทบาทโดดเด่นด้านสรรหาบุคลากรและมีความสามารถในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ข้อ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและผลการแปรผลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งได้ผลดังนี้

ตาราง 11 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เว็บไซต์สมัครงานที่ท่านใช้ตรงกับความต้องการ	3.86	.790	มาก
2. ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์รับสมัครงานที่ท่านใช้บริการ	3.86	.810	มาก
3. ข้อบกพร่องในการให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน	3.56	.948	มาก
ความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวม	3.76	.756	มาก

จากตาราง 11 จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อเว็บไซต์ สมัครงานที่ท่านใช้ตรงกับความคาดหวังและข้อความพึงพอใจต่อเว็บไซต์รับสมัครงานที่ท่านใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมาคือข้อบกพร่อง ในการให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.56

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานซึ่งประกอบด้วยผลการทดสอบสมมติฐาน 2 ข้อ โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามหัวข้อดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานของผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สภาพการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน ประกอบด้วยผลการทดสอบสมมติฐานย่อยตามลักษณะส่วนบุคคลได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการเพศชายที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกับผู้บริการเพศหญิง

H_1 : ผู้ใช้บริการเพศชายที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความพึงพอใจแตกต่างกับผู้บริการเพศหญิง

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในข้อนี้ กระทำโดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติค่า t กรณีกลุ่มประชากรเป็นอิสระแก่กัน (Independent Sample) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Sig. มีค่าต่ำกว่า 0.05 อย่างไรก็ตามเนื่องจากสูตรการคำนวณค่า t มีความแตกต่างกันระหว่างกรณีความแปรปรวนของกลุ่มประชากรทั้งสองเท่ากัน และกรณีความแปรปรวนของกลุ่มประชากรทั้งสองไม่เท่ากัน ดังนั้นในขั้นแรกจึงต้องทำการทดสอบสมมติฐานถึงความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างสองกลุ่มประชากรโดยใช้ค่าสถิติ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทั้งสองกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทั้งสองกลุ่มไม่เท่ากัน

หากผลการทดสอบสมมติฐานความเท่ากันของค่าความแปรปรวนมีค่า Sig. จากการทดสอบน้อยกว่า 0.05 ก็จะยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 และใช้ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มประชากรไม่เท่ากัน แต่หากพบว่าค่า Sig.จากการทดสอบมากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ก็จะยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 และใช้ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มประชากรเท่ากัน ซึ่งผลการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Levene's Test) และผลการทดสอบความเท่ากันของค่าเฉลี่ย(Independent t-test) แสดงได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน
ระหว่างผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง

ความพึงพอใจในการใช้ บริการ		Levene's Test for Equality of Variances			t-test for Equality of Means				
		เพศ		Sig.					
		F	Sig.		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ความ	Equal variances	5.191*	.023	ชาย	3.91	.790			
พึง	assumed								
พอใจ	Equal variances			หญิง	3.66	.720	3.163*	288.553	.002
โดยรวม	not assumed								

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 12 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในภาพรวม ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนรวมพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิงมีค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจดังกล่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงพิจารณาผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความถี่เฉลี่ยระหว่างผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิง โดยใช้ค่า t กรณีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ซึ่งผลการทดสอบพบว่ามีค่า t เท่ากับ 3.163 และมีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าผู้ใช้บริการเพศชายที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความพึงพอใจแตกต่างกับผู้ใช้บริการเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่าง

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่าง

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1.2 นี้ กระทำโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

ขั้นตอนแรก เป็นการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงอายุต่างๆ ด้วยค่าสถิติ Levene's Test

ขั้นตอนสอง เป็นการทดสอบความเท่ากันของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงอายุต่างๆ โดยหากผลการทดสอบในขั้นที่หนึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มช่วงอายุต่างๆ มีค่าความแปรปรวนดังกล่าวเท่ากัน ก็จะมีการทดสอบในขั้นที่สองนี้ด้วยค่าสถิติ F-test แต่หากผลการทดสอบในขั้นที่หนึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มช่วงอายุต่างๆ มีค่าความแปรปรวนดังกล่าวไม่เท่ากัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ก็จะมีการทดสอบในขั้นที่สองนี้ด้วยค่าสถิติ Brown-Forsythe test และหากผลการวิเคราะห์ในขั้นที่สองนี้พบว่า มีผู้ใช้บริการอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มช่วงอายุมีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ก็จะมีการทดสอบความแตกต่างรายคู่เพื่อวิเคราะห์ว่ากลุ่มช่วงอายุคู่ใดบ้างที่มีค่าเฉลี่ยดังกล่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยในขั้นที่สามนี้จะทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ Fisher's Least-Significant Difference (LSD) ในกรณีค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มช่วงอายุมีค่าเท่ากัน หรือค่าสถิติ Dunnett's T3 ในกรณีค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มช่วงอายุมีค่าไม่เท่ากัน

ในขั้นแรกเป็นการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงอายุต่างๆ โดยใช้ค่าสถิติ Levene's Test ซึ่งมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มช่วงอายุเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มช่วงอายุไม่เท่ากัน

หากผลการทดสอบสมมติฐานความเท่ากันของค่าความแปรปรวนมีค่า Sig. จากการทดสอบน้อยกว่า 0.05 ก็จะยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ซึ่งมีผลการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงอายุต่างๆ

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	2.000	2	397	.137

จากตาราง 13 จะเห็นได้ว่าค่า Sig. จากการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวนของพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีค่าเท่ากับ 0.137 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีกลุ่มช่วงอายุต่างๆ มีความแปรปรวนของค่าความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ระหว่างผู้ให้บริการที่มีกลุ่มช่วงอายุต่างๆ โดยหากผลการทดสอบมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานรองที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมีต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานต่างกัน และต้องทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยสถิติ LSD ต่อไป ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ ด้วยค่าสถิติ F-test เป็นดังตาราง 14

ตาราง 14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์สมัคร ระหว่างผู้ให้บริการกลุ่มช่วงอายุต่างๆ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.463	2	1.731	3.064*	.048
	ภายในกลุ่ม	224.357	397	.565		
	รวม	227.820	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 14 จะเห็นได้ว่าค่า Sig. จากการทดสอบความเท่ากันค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการที่มีช่วงอายุต่างๆ มีค่าเท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงอายุต่างๆ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานวิจัย ดังนั้นจึงทำการทดสอบต่อด้วยด้วยสถิติ LSD เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ระหว่างผู้ให้บริการกลุ่มช่วงอายุต่างๆ โดยผลการทดสอบเป็นดังตาราง 15

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงอายุต่างๆ โดยใช้วิธี LSD

กลุ่มช่วงอายุต่างๆ	Mean	18 - 25 ปี	26 - 33 ปี	34 ปีขึ้นไป
		3.68	3.80	3.95
18 - 25 ปี	3.68		.120 (.151)	-.268 * (.020)
26 - 33 ปี	3.80			-.148 (.230)
34 ปีขึ้นไป	3.95			-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ เว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีกลุ่มช่วงอายุต่างกัน เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ 18 - 25 ปี จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครแตกต่าง กับ ผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ 34 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.020 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ 18 - 25 ปี จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุ 34 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.268 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่าง

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่าง

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในข้อนี้ กระทำโดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติค่า t กรณีกลุ่มประชากรเป็นอิสระแก่กัน (Independent Sample) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Sig. มีค่าต่ำกว่า 0.05 อย่างไรก็ตามเนื่องจากสูตรการคำนวณค่า t มีความแตกต่างกันระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มประชากรทั้งสองเท่ากัน และกรณีความแปรปรวนของกลุ่มประชากรทั้งสองไม่เท่ากัน ดังนั้นในขั้นแรกจึงต้องทำการทดสอบสมมติฐานถึงความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างสองกลุ่มประชากรโดยใช้ค่าสถิติ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทั้งสองกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทั้งสองกลุ่มไม่เท่ากัน

หากผลการทดสอบสมมติฐานความเท่ากันของค่าความแปรปรวนมีค่า Sig. จากการทดสอบน้อยกว่า 0.05 ก็จะยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 และใช้ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มประชากรไม่เท่ากัน แต่หากพบว่าค่า Sig. จากการทดสอบมากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ก็จะยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 และใช้ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มประชากรเท่ากัน ซึ่งผลการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Levene's Test) และผลการทดสอบความเท่ากันของค่าเฉลี่ย (Independent t-test) แสดงได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ระหว่างผู้ใช้บริการ ระหว่างสถานภาพสมรสคือ โสด และ สมรส/อื่นๆ

ความพึงพอใจในการใช้ บริการ		Levene's Test for Equality of Variances		สถาน ภาพ สมรส	t-test for Equality of Means				
		F	Sig.		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึง พอใจ โดยรวม	Equal variances assumed	4.453*	.035	โสด	3.73	0.739			
	Equal variances not assumed			สมรส / อื่น	3.88	0.837	-1.288	81.064	.201

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 16 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนรวมพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสคือ โสดและสมรส/อื่นๆ มีค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจดังกล่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงพิจารณาผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความเฉลี่ยระหว่างผู้ใช้บริการโสดและสมรส/อื่นๆ โดยใช้ค่า t กรณีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ซึ่งผลการทดสอบพบว่ามีค่า t เท่ากับ -1.288 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.201 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสคือ โสด มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกับสมรส/อื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1.4 นี้ กระทำโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

ในขั้นแรกเป็นการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ โดยใช้ค่าสถิติ Levene's Test ซึ่งมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงสุดเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงสุดไม่เท่ากัน

หากผลการทดสอบสมมติฐานความเท่ากันของค่าความแปรปรวนมีค่า Sig. จากการทดสอบน้อยกว่า 0.05 ก็ยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ซึ่งมีผลการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	1.331	2	397	.265

จากตาราง 17 จะเห็นได้ว่าค่า Sig. จากการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีค่าเท่ากับ 0.265 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ มีความแปรปรวนของค่าความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ โดยหากผลการทดสอบมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานรองที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานต่างกัน และต้องทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยสถิติ LSD ต่อไป ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ ด้วยค่าสถิติ F-test เป็นดังตาราง 18

ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.595	2	1.797	3.182*	.043
	ภายในกลุ่ม	224.225	397	.565		
	รวม	227.820	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 18 จะเห็นได้ว่าค่า Sig. จากการทดสอบความเท่ากันค่าเฉลี่ยของความพึงใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ มีค่าเท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์สมัครงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานวิจัย ดังนั้นจึงทำการทดสอบต่อด้วยด้วยสถิติ LSD เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ โดยผลการทดสอบเป็นดังตาราง 19

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างๆ โดยใช้วิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	Mean	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.94	3.58	3.63
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.97		.263 * (.021)	.226 (.375)
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี	3.71			-.037 (.990)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.75			-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่าง ๆ กัน เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครแตกต่างกับ ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.021 กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร สูงกว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.263 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้ให้บริการที่มีสภาวะการทำงานปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์สมัครงานแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ให้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์สมัครงานที่มีสภาวะการทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่าง

H_1 : ผู้ให้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์สมัครงานที่มีสภาวะการทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่าง

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในข้อนี้ กระทำโดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติค่า t กรณีกลุ่มประชากรเป็นอิสระแก่กัน (Independent Sample) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Sig. มีค่าต่ำกว่า 0.05 อย่างไรก็ตามเนื่องจากสูตรการคำนวณค่า t มีความแตกต่างกันระหว่างกรณีความแปรปรวนของกลุ่มประชากรทั้งสองเท่ากัน และกรณีความแปรปรวนของกลุ่มประชากรทั้งสองไม่เท่ากัน ดังนั้นในขั้นแรกจึงต้องทำการทดสอบสมมติฐานถึงความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างสองกลุ่มประชากรโดยใช้ค่าสถิติ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทั้งสองกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทั้งสองกลุ่มไม่เท่ากัน

หากผลการทดสอบสมมติฐานความเท่ากันของค่าความแปรปรวนมีค่า Sig. จากการทดสอบน้อยกว่า 0.05 ก็จะยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 และใช้ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มประชากรไม่เท่ากัน แต่หากพบว่าค่า Sig. จากการทดสอบมากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ก็ จะยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 และใช้ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มประชากรเท่ากัน ซึ่งผลการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Levene's Test) และผลการทดสอบความเท่ากันของค่าเฉลี่ย (Independent t-test) แสดงได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ให้บริการ ระหว่างสภาวะการทำงานปัจจุบัน คือ ว่างงาน และ มีงานทำ

ความพึงพอใจในการ ใช้บริการ		Levene's Test for Equality of Variances		สภาวะการ ทำงาน ปัจจุบัน	t-test for Equality of Means				
		F	Sig.		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึง พอใจ โดยรวม	Equal								
	variances	3.691	0.055	ว่างงาน	3.61	.699	-2.279*	398	.023
	assumed								
	Equal								
	variances			มีงานทำ	3.81	.770			
	not								
	assumed								

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 20 จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในภาพรวม ผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนรวมพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.055 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีสภาวะการทำงานปัจจุบันคือ ว่างงาน และ มีงานทำ มีค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจดังกล่าวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงพิจารณาผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความถี่เฉลี่ยระหว่างว่างงาน และ มีงานทำ โดยใช้ค่า t กรณีความแปรปรวนเท่ากัน ซึ่งผลการทดสอบพบว่ามีค่า t เท่ากับ -2.279 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าผู้ให้บริการที่มีสภาวะการทำงานปัจจุบันคือ ว่างงาน มีความพึงพอใจแตกต่างกับ มีงานทำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ให้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่าง

H_1 : ผู้ให้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่าง

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1.6 นี้ กระทำโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

ในขั้นแรกเป็นการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างๆ โดยใช้ค่าสถิติ Levene's Test ซึ่งมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มอาชีพเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มอาชีพไม่เท่ากัน

หากผลการทดสอบสมมติฐานความเท่ากันของค่าความแปรปรวนมีค่า Sig. จากการทดสอบน้อยกว่า 0.05 ก็จะสามารถรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ซึ่งมีผลการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างๆ

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	1.914	4	395	.107

จากตาราง 21 จะเห็นได้ว่าค่า Sig. จากการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีค่าเท่ากับ 0.107 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างๆ มีความแปรปรวนของค่าความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ระหว่างผู้ใช้บริการอาชีพต่างๆ โดยหากผลการทดสอบมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานรองที่ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานต่างกัน และต้องทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยสถิติ LSD ต่อไป ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการอาชีพต่างๆ ด้วยค่าสถิติ F-test เป็นดังตาราง 22

ตาราง 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการอาชีพต่างๆ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	11.013	4	2.753	5.016*	.001
	ภายในกลุ่ม	216.806	395	.549		
	รวม	227.820	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 22 จะเห็นได้ว่าค่า Sig. จากการทดสอบความเท่ากันค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มอาชีพต่างๆ มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างๆ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานวิจัย ดังนั้นจึงทำการทดสอบต่อด้วยด้วยสถิติ LSD เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการอาชีพต่างๆ โดยผลการทดสอบเป็นดังตาราง 23

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มอาชีพต่างๆ โดยใช้วิธี LSD

อาชีพต่างๆ	Mean	ข้าราชการ / นักศึกษา รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	
		3.54	3.46	3.73	3.47	3.62
นักศึกษา	3.54		.084 (.608)	-.352 * (.004)	-.108 (.490)	-.081 (.600)
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.46			-.436 * (.001)	-.192 (.244)	-.165 (.313)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.90			-	.244 * (.047)	.271 * (.023)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.65					.027 (.860)
อื่นๆ	3.62					-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีช่วงอาชีพต่างๆกัน เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร แตกต่างกับ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.352

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครแตกต่างกับ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.436

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครแตกต่างกับ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.047 กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร สูงกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.244

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครแตกต่างกับ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.023 กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร สูงกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพอื่นๆ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.271 ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.7 ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้ให้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่าง

H_1 : ผู้ให้บริการที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่าง

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1.7 นี้ กระทำโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

ในขั้นแรกเป็นการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆ โดยใช้ค่าสถิติ Levene's Test ซึ่งมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจของทุกกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เท่ากัน

หากผลการทดสอบสมมติฐานความเท่ากันของค่าความแปรปรวนมีค่า Sig. จากการทดสอบน้อยกว่า 0.05 ก็จะสามารถรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 ซึ่งมีผลการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานระหว่างผู้ใช้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆ

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	3.670	3	396	.012*

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 24 จะเห็นได้ว่าค่า Sig. จากการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวนของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีค่าเท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแปรปรวนของค่าความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงต้องใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างๆ โดยหากผลการทดสอบมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานรองที่ว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานต่างกัน และต้องทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยสถิติ Dunnett's T3 ต่อไป ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆ ด้วยค่าสถิติ Brown-Forsythe test เป็นดังตาราง 25

ตาราง 25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆ

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	Brown-Forsythe	Statistic	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.496	3	229.900	.000*

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 25 จะเห็นได้ว่าค่า Sig. จากการทดสอบความเท่ากันค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆ มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงต้องทำการทดสอบต่อดัวยด้วยสถิติ Dunnett's T3 เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆ โดยผลการทดสอบเป็นดังตาราง 26

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มอาชีพต่างๆ โดยใช้วิธี Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	25,001 - 35,000 บาท	35,001 บาท ขึ้นไป
		3.68	3.49	3.87	3.87
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.68		-.057 (.985)	.216 (.367)	-.462 * (.004)
15,001 - 25,000 บาท	3.49			-.274 (.103)	-.520 * (.001)
25,001 - 35,000 บาท	3.87				.246 (.489)
35,001 บาทขึ้นไป	3.87				-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร ระหว่างผู้ใช้บริการกลุ่มช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างๆกัน เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทจะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครแตกต่างกับ ผู้ใช้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทจะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.462 นอกจากนี้ผู้ใช้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครแตกต่างกับ ผู้ใช้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัคร น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.520 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วย ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

H_0 : คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

H_1 : คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในข้อนี้ กระทำโดยการวิเคราะห์ทางสถิติ ค่าสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Sig. มีค่าต่ำกว่า 0.05 โดยผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติดังกล่าวเป็นดังนี้

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ

คุณลักษณะที่ดีของ เว็บไซต์สมัครงาน	ความพึงพอใจในการใช้บริการ			
	r	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง ความสัมพันธ์
ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล				
1. เว็บไซต์รับสมัครงานมีรายละเอียดข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เช่น คุณสมบัติของผู้สมัครงาน ที่อยู่บริษัท	0.359 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล				
2. ภาษาที่ใช้บนเว็บไซต์รับสมัครงานง่ายต่อความเข้าใจ	0.368 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
3. เว็บไซต์รับสมัครงานมีการอัปเดตข้อมูลตำแหน่งงานตลอดเวลา	0.390 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูลโดยรวม	0.430 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

ตาราง 27 (ต่อ)

คุณลักษณะที่ดีของ เว็บไซต์สมัครงาน	ความพึงพอใจในการใช้บริการ			
	r	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง ความสัมพันธ์
ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร				
4. การสมัครงานทางเว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านถูกเรียกตัวไปสัมภาษณ์งานได้อย่างรวดเร็ว	0.356 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
5. เว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถอัปโหลดข้อมูลและรับ-ส่งข้อมูล เช่น ไฟล์รูปภาพ ไฟล์เอกสารสมัครงานได้อย่างรวดเร็ว	0.372 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
6. เว็บไซต์รับสมัครงานมีการแจ้งเตือนตำแหน่งงานที่ว่างผ่านทาง e-mail address ทำให้ท่านไม่พลาดข่าวสารการรับสมัครงาน	0.366 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารโดยรวม	0.422 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ				
7. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีข้อมูลการประกาศรับสมัครงานในตำแหน่งงานและองค์กรที่มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้สมัครงาน	0.408 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
8. เว็บไซต์ที่ท่านใช้รองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ชนิดต่างๆ เช่น PC Notebook Smartphone	0.304 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
9. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบริการหลายรูปแบบ เช่น บริการค้นหาตำแหน่งงาน, บริการฝากประวัติ	0.337 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการโดยรวม	0.425 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ความสะดวกในการใช้				
10. การสมัครงานภายในเว็บไซต์ที่ท่านใช้มีความสะดวกและไม่ยุ่งยาก	0.339 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
11. ท่านสามารถเข้าใช้งานเว็บไซต์รับสมัครได้ตลอดเวลา	0.329 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
12. ขั้นตอนและกระบวนการสมัครงานผ่านเว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถทำได้อย่างรวดเร็วสะดวกและไม่ซับซ้อน	0.371 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ความสะดวกในการใช้โดยรวม	0.396 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน

ตาราง 27 (ต่อ)

คุณลักษณะที่ดีของ เว็บไซต์สมัครงาน	ความพึงพอใจในการใช้บริการ			
	r	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง ความสัมพันธ์
ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ				
13. เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านประหยัด ค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการเดินทางและ ด้านเอกสาร	0.285 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
14. เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านประหยัดเวลา ในการค้นหางานและสมัครงาน	0.281 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยรวม	0.305 **	0.000	ต่ำ	เดียวกัน
ความมั่นใจในการใช้บริการ				
15. ท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้จะส่ง ข้อมูลของท่านไปยังบริษัทที่ท่านสนใจ	0.436 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
16. ท่านมีความมั่นใจในระบบป้องกันข้อมูลสูญ หายจากภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต	0.452 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
17. ท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้จะเก็บ รักษาข้อมูลส่วนตัวของท่านเป็นความลับ	0.498 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ความมั่นใจในการใช้บริการโดยรวม	0.511 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน				
18. เว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นสื่อกลางในการจัดหา งานที่ได้รับความนิยมและแพร่หลาย	0.431 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน				
19. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบทบาทโดดเด่นด้านสร หาบุคลากรและมีความสามารถในการให้บริการ	0.495 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
20. เว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง เป็น ที่รู้จักอย่างกว้างขวางในด้านจัดหางาน	0.482 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานโดยรวม	0.534 **	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วยความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ในการทดสอบพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วยความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูลกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.430 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูลมากขึ้น จะทำให้มีผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูลในข้อ เว็บไซต์รับสมัครงานมีการอัปเดตข้อมูลตำแหน่งงานตลอดเวลา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานมากที่สุด โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.390

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อ สื่อสารกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะ ที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อ สื่อสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.422 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อ สื่อสารมากขึ้น จะทำให้มีผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อ สื่อสารในข้อ เว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถอัปโหลดข้อมูลและรับ-ส่งข้อมูล เช่น ไฟล์รูปภาพ ไฟล์เอกสารสมัครงานได้อย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานมากที่สุด โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.372

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ 0.425 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์ สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการมากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ ในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานเพิ่มขึ้นระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการในข้อเว็บไซต์ที่ท่านใช้มีข้อมูลการประกาศรับสมัครงานในตำแหน่งงานและองค์กรที่มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานมากที่สุด โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.408

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณลักษณะ ที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.396 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้มากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานเพิ่มขึ้นระดับต่ำ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้ ในข้อ ขั้นตอนและกระบวนการสมัครงานผ่านเว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว สะดวก และไม่ซับซ้อน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานมากที่สุด โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.371

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.305 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมากขึ้น

จะทำให้มีผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานเพิ่มขึ้นระดับต่ำ เมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่าย ในการใช้บริการในข้อ เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น ด้านการเดินทางและด้านเอกสาร มีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มากที่สุด โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.285

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.511 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการมากขึ้น จะทำให้มีผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานเพิ่มขึ้นระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการในข้อ ท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของท่านเป็นความลับ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานมากที่สุด โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.498

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ สมัครงานกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.534 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน จะทำให้มีผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานเพิ่มขึ้นระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานในข้อ เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบทบาทโดดเด่นด้านสรรหาบุคลากรและมีความสามารถในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานมากที่สุด โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.495

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานข้อ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สูงสุด สภาวะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน	
เพศ	ยอมรับสมมติฐาน
อายุ	ยอมรับสมมติฐาน
สถานภาพสมรส	ปฏิเสธสมมติฐาน
ระดับการศึกษาสูงสุด	ยอมรับสมมติฐาน
สภาวะการทำงานปัจจุบัน	ยอมรับสมมติฐาน
อาชีพ	ยอมรับสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วยความสมบูรณ์ชัดเจนของ ข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการ ใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน	
ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล	ยอมรับสมมติฐาน
ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร	ยอมรับสมมติฐาน
ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ	ยอมรับสมมติฐาน
ความสะดวกในการใช้	ยอมรับสมมติฐาน
ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	ยอมรับสมมติฐาน
ความมั่นใจในการใช้บริการ	ยอมรับสมมติฐาน
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของเว็บไซต์รับสมัครงานให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้ให้บริการและเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ที่ให้กับเว็บไซต์รับสมัครงาน

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วยความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน
2. คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วยความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการเว็บไซต์ รับสมัครงานในการสมัครงานประจำ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในการสมัครงานประจำ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยผู้วิจัย ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรคำนวณดังต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2548: 74) โดยให้ค่าผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ด้วยค่าความเชื่อมั่น 95 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 15 คน รวมเป็น 400 คน

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีดังนี้

1. Purposive sampling เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง หรือแบบใช้วิจารณญาณเก็บข้อมูลจากคนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานในการสมัครงานประจำ
2. Convenience sampling เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก ในการเก็บแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากการแจกแบบสอบถามที่ตลาดนัดพบแรงงานร่วมกับแบบสอบถามออนไลน์

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ และขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลที่ใช้เก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ทฤษฎีแนวความคิดวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้เป็นเครื่องมือวัดสิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended response question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple choices)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานของผู้ใช้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วน (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 20 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้านดังนี้

- | | | | |
|----------------------------------|-------|---|-----|
| 1. ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล | จำนวน | 3 | ข้อ |
| 2. ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร | จำนวน | 3 | ข้อ |

3. ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ	จำนวน	3	ข้อ
4. ความสะดวกในการใช้	จำนวน	3	ข้อ
5. ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	จำนวน	2	ข้อ
6. ความมั่นใจในการใช้บริการ	จำนวน	3	ข้อ
7. ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน	จำนวน	3	ข้อ

โดยลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นในส่วนที่ 2 นี้เป็นเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ (Likert) ลักษณะคำถามเป็นแบบสเกลการจัดประเภทที่เลือก Selected category scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541: 166)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็น Semantic Differential Scale รวม 3 ข้อ มีการให้ค่าคะแนนตามระดับแนวโน้มพฤติกรรม 1 คะแนน ไปจนถึง 5 คะแนน

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลจากตำรา แนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเพื่อนำมาใช้ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
2. ปรับปรุงและดัดแปลงเป็นแบบสอบถามที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและเสนอเพิ่มเติม
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจและแก้ไขก่อนนำทดลองใช้

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ซึ่งจะทำให้การทดสอบแบบสอบถามที่มีลักษณะข้อมูลที่เป็นอัตราภาคชั้นได้ผลดังนี้

ตาราง 29 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานของผู้ใช้บริการ	Alpha
ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล	
1. เว็บไซต์รับสมัครงานมีรายละเอียดข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เช่น คุณสมบัติของผู้สมัครงาน ที่อยู่บริษัท	0.901
2. ภาษาที่ใช้นบนเว็บไซต์รับสมัครงานง่ายต่อความเข้าใจ	0.893
3. เว็บไซต์รับสมัครงานมีการอัปเดตข้อมูลตำแหน่งงานตลอดเวลา	0.897
ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร	
4. การสมัครงานทางเว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านถูกเรียกตัวไปสัมภาษณ์งานได้อย่างรวดเร็ว	0.895
5. เว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถอัปโหลดข้อมูลและรับ-ส่งข้อมูล เช่น ไฟล์รูปภาพ ไฟล์เอกสารสมัครงานได้อย่างรวดเร็ว	0.894
6. เว็บไซต์รับสมัครงานมีการแจ้งเตือนตำแหน่งงานที่ว่างผ่านทาง e-mail address ทำให้ท่านไม่พลาดข่าวสารการรับสมัครงาน	0.898
ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ	
7. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีข้อมูลการประกาศรับสมัครงานในตำแหน่งงานและองค์กรที่มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้สมัครงาน	0.893
8. เว็บไซต์ที่ท่านใช้รองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ชนิดต่างๆ เช่น PC Notebook Smartphone	0.903
11. ท่านสามารถเข้าใช้งานเว็บไซต์รับสมัครได้ตลอดเวลา	0.900
12. ขั้นตอนและกระบวนการสมัครงานผ่านเว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว สะดวกและไม่ซับซ้อน	0.895
ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	
13. เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น ด้านการเดินทาง และด้านเอกสาร	0.897
14. เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่านประหยัดเวลาในการค้นหางานและสมัครงาน	0.896
ความมั่นใจในการใช้บริการ	
15. ท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้จะส่งข้อมูลของท่านไปยังบริษัทที่ท่านสนใจ	0.896
16. ท่านมีความมั่นใจในระบบป้องกันข้อมูลสูญหายจากภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต	0.903
17. ท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของท่านเป็นความลับ	0.896

ตาราง 29 (ต่อ)

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานของผู้ให้บริการ	Alpha
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน	
18. เว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นสื่อกลางในการจัดหางานที่ได้รับความนิยมและแพร่หลาย	0.893
19. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบทบาทโดดเด่นด้านสรรหาบุคลากรและมีความสามารถในการให้บริการ	0.894
20. เว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในด้านจัดหางาน	0.899
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ให้บริการ	
1. เว็บไซต์สมัครงานที่ท่านใช้ตรงกับความต้องการของท่านหรือไม่	0.893
2. ท่านมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์รับสมัครงานที่ท่านใช้บริการหรือไม่	0.893
3. การให้บริการท่านคิดว่าเว็บไซต์รับสมัครงานที่ท่านใช้ มีข้อบกพร่องหรือไม่	0.898

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ให้บริการ โดยแบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ หรือมีประสบการณ์การใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ให้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบของการทำวิจัยนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ตำราที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัย วิทยานิพนธ์ ปริญญานิพนธ์ สารนิพนธ์ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางของการทำการศึกษาและวิจัยครั้งนี้

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้นำมาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกเพื่อการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะส่วนบุคคล โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ จะนำข้อมูลที่ได้มานำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ในการวิเคราะห์

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สภาวะการทำงานปัจจุบัน อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.75 มีอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.75 ส่วนใหญ่ โสด คิดเป็นร้อยละ 84.25 สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.00 ส่วนใหญ่มีกงานทำในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 73.50 โดยประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 56.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.00

ข้อที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วยด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ และภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน

จากการรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม พบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานโดยรวม มีระดับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ด้านความสะดวกในการใช้ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และด้านความมั่นใจในการใช้บริการ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ข้อ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและผลการแปรผลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

จากการรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อเว็บไซต์สมัครงานที่ท่านใช้ตรงกับความต้องการและข้อความพึงพอใจต่อเว็บไซต์รับสมัครงานที่ท่านใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และข้อบกพร่องในการให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานของผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการเพศชายที่ใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความพึงพอใจแตกต่างกับผู้ให้บริการเพศหญิง

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีช่วงอายุ 18 - 25 ปี จะมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์สมัครน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีช่วงอายุ 34 ปีขึ้นไป

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์สมัครสูงกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีสถานะการทำงานปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีสถานะการทำงานปัจจุบันคือว่างงาน มีความพึงพอใจแตกต่างกับมีงานทำ

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 คู่ คือ คู่ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ

เว็บไซต์รับสมัครน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักศึกษา คู่ที่ 2 ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คู่ที่ 3 ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครสูงกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และคู่ที่ 4 ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครสูงกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพอื่นๆ

สมมติฐานข้อที่ 1.7 ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์สมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ คือ คู่ที่ 1 ผู้ให้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทจะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป และคู่ที่ 2 ผู้ให้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วย ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีสถานภาพสมรส โสด สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ มีงานทำในปัจจุบัน โดยประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญชัย คล้ายสุขพงษ์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์ให้บริการหางานและสมัครงานออนไลน์ของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพในปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัท / ลูกจ้างเอกชน ตำแหน่งงานปัจจุบันคือ พนักงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วย ด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ และภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน พบว่า

2.1 ด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูลในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภา นิยะสม (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในส่วนของการแยกหมวดหมู่งานให้ชัดเจน และในส่วนข้อเสนอแนะข้อมูลที่ควรบรรจุในเว็บไซต์เป็นอันดับแรกๆ คือ หน้าที่ความรับผิดชอบตำแหน่งงาน เงินเดือน จำนวนที่รับสมัครในระดับสูง

2.2 ด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิลปกร แสงสินชัย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์หางานเพราะความสะดวกรวดเร็ว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริกัญญา กรุดลอยมา (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ผลการศึกษาพบว่า ผู้สมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เลือกสมัครงานเพราะสะดวก รวดเร็วและประหยัด

2.3 ด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริชัย อรรคอุดม (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถสมัครงานในตำแหน่งที่แตกต่างจากที่ลงสมัครในสื่ออื่นในระดับสูง

2.4 ด้านความสะดวกในการใช้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้ในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิลปกร แสงสินชัย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการใช้งานมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในประเด็นการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน

2.5 ด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภา นิยะสม (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาในส่วนความคาดหวังต่อเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงาน ในเรื่อง การประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากที่สุดในระดับสูง

2.6 ด้านความมั่นใจในการใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิลปกร แสงสินชัย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานในระดับมาก

2.7 ด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิลปกร แสงสินชัย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานในระดับมาก

3. การวิเคราะห์สมมติฐาน

3.1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน

จากข้อมูลพบว่า สถานภาพสมรส มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานไม่แตกต่างกัน

ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกัน เนื่องจากเว็บไซต์รับสมัครงานจะมีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการออกเป็นกลุ่มๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายตามหลักการตลาดในกลุ่มนั้น เช่น แบ่งตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะการทำงานปัจจุบัน อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชาญชัย คล้ายสุขพงษ์ (2554) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งงานและรายได้ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการหางานและสมัครงานออนไลน์

สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรณู สุขฤกษ์กิจ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรแตกต่างกัน

3.2 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน ประกอบด้วยความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน

จากผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน เนื่องจากผู้ใช้บริการแต่ละรายเคยมีการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานมาก่อน และรู้สึกว่าการใช้บริการดังกล่าวมีการตอบสนองตรงกับความต้องการของตนเองได้ ในเรื่องความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับและเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Millett, JohnD (1954: 347) ที่กล่าวว่าเราสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการจากองค์ประกอบ 5 ด้าน อันได้แก่ (1) ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ (2) ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม (3) ความสามารถในการจัดบริการอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีการหยุดชะงัก หรือติดขัดในการให้บริการ (4) ความสามารถในการจัดบริการได้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลาตามลักษณะของความจำเป็นเร่งด่วนในการบริหาร และความต้องการของลูกค้าในการบริการนั้นๆ (5) ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า ตามลักษณะของบริการนั้นๆ เรื่อยไป

สอดคล้องกับแนวคิดของ Tong, Duffy, Cross, Tsung and Yen (2005) ที่กล่าวว่า คุณภาพเว็บไซต์สมัครงานเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี ต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ในการสมัครงาน มีอยู่ 9 ประเด็น ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ในด้านข้อมูลการจ้างงาน (2) การตอบสนอง ที่รวดเร็ว (3) ความยืดหยุ่น กล่าวคือ เว็บไซต์มีทางเลือกในการใช้บริการ สมัครงานที่หลากหลาย (4) ความสะดวกในการเข้าใช้ (5) ประสิทธิภาพ กล่าวคือ เว็บไซต์ที่ง่ายต่อการใช้งาน มีความเหมาะสมทางโครงสร้าง (6) ความมั่นใจ (7) ความปลอดภัยหรือการเก็บความลับ ข้อมูลสมัครงาน (8) การตกแต่งเว็บไซต์ (9) ความยากง่ายในการใช้ที่เหมาะสมกับผู้สมัครแต่ละคน

และสอดคล้องกับงานวิจัยของอริชัย อรรคอุดม (2545) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจในการสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีในระดับสูง คือ พึงพอใจในเรื่องประหยัด ค่าใช้จ่ายในการสมัครงาน ข้อมูลมีความรวดเร็ว และสามารถสมัครงานในตำแหน่งที่แตกต่างจากที่ลงสมัครในสื่ออื่น และพฤติกรรมการสมัครงานทางอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการหางานและสมัครงาน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานแตกต่างกันเป็นส่วนใหญ่ ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานควร มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) ของเว็บไซต์ตนเองให้ชัดเจนว่าต้องการกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเล็ก (Niche) หรือต้องการกลุ่มใหญ่ (Mass) เพื่อเสนองานให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น เช่น จากผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานน้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีช่วงอายุ 34 ปีขึ้นไป โดยช่วงอายุ 18-25 ปีสังเกตได้ว่าอยู่ในช่วงเริ่มต้นทำงานส่วนมากเป็นนักศึกษาจบใหม่ ดังนั้น ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานควรเสนอตำแหน่งงานสำหรับผู้ไม่มีประสบการณ์ทำงานและมีการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ตามสถานศึกษาต่างๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจต่อการบริการของเว็บไซต์รับสมัครงานมากยิ่งขึ้น

2. ควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ความสะดวกในการใช้ ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ความมั่นใจในการใช้บริการ และภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน โดยควรมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของเว็บไซต์รับสมัครงานให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการและเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ที่ให้กับเว็บไซต์รับสมัครงาน สามารถสรุปข้อเสนอแนะด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานควรมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก เช่น ทำแบนเนอร์ การทำ Search engine เพื่อให้เว็บไซต์รับสมัครงานเป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในด้านจัดหางาน เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

2.2 ความมั่นใจในการใช้บริการ ควรเน้นความสำคัญในเรื่องระบบป้องกันภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต ควรระบุมাত্রการด้านความปลอดภัยที่ใช้ไว้บนเว็บไซต์ รวมถึงควรมีระบบการตรวจสอบบริษัทนายจ้าง เช่น การกำหนดรหัสผ่าน เพื่อป้องกันการนำข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครงานไปใช้จากบริษัทประกันชีวิตและบัตรเครดิตและเพื่อให้ผู้สมัครงานเกิดความอุ่นใจและมั่นใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความมั่นใจในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

2.3 ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานควรมีการปรับปรุงฐานข้อมูลและอัปเดตตำแหน่งงานใหม่เป็นประจำ รวมถึงลบตำแหน่งงานที่พ้นกำหนดสมัครไปแล้วออกจากฐานข้อมูลเพื่อป้องกันความสับสนของผู้สมัครงาน เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

2.4 ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานควรมีข้อมูลการประกาศรับสมัครงานในตำแหน่งงานและองค์กรที่หลากหลายให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น งานที่อยู่ในต่างจังหวัด งานสำหรับผู้ทุพพลภาพ/คนพิการ งานสำหรับผู้ไม่มีประสบการณ์การทำงาน งานที่แบ่งตามระดับของบริษัท(บริษัทขนาดเล็ก บริษัทขนาดใหญ่ บริษัทมหาชน) รวมถึงงานที่แบ่งตามระดับเป็นระดับฝึกหัด ระดับเจ้าหน้าที่ ระดับผู้จัดการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

2.5 ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานควรให้ความสำคัญเรื่องการตอบกลับของบริษัทนายจ้างในการเรียกตัวสัมภาษณ์งานที่เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว เช่น มีการลงประกาศตำแหน่งงานที่บริษัทต้องการผู้ทำงานโดยด่วน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตอบกลับจากบริษัทบริษัทนายจ้างและเพื่อสร้างข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งอื่น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

2.6 ความสะดวกในการใช้ ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานควรปรับปรุงเว็บไซต์ให้ใช้งานง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น มีการอธิบายขั้นตอนการใช้อย่างชัดเจน ระบุวิธีการใช้เป็นรูปภาพ ระบุเนื้อหาให้มีความกระชับและชัดเจน จัดรูปแบบการนำเสนอบนเว็บไซต์เป็นหมวดหมู่ รวมถึงหลีกเลี่ยงการใส่โฆษณาที่อาจทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรำคาญ โดยเฉพาะพวกป๊อปอัพ (Pop up) ต่างๆ ที่ขึ้นมาบังเนื้อหาบนเว็บไซต์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงานด้านความสะดวกในการใช้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ

นอกจากนั้นจากการเก็บแบบสอบถามในการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้ใช้บริการได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการบริการของเว็บไซต์รับสมัครงานดังต่อไปนี้

1. เว็บไซต์รับสมัครงานมีมาตรการจำกัดการเข้าถึงข้อมูลและควรเก็บรักษาข้อมูลผู้สมัครงานเป็นความลับ ไม่ควรเปิดเผยข้อมูลการสมัครงานต่อบริษัทที่ผู้สมัครงานไม่ได้สมัครงาน เช่น บริษัทประกัน บริษัทขายตรง
2. ควรมีคู่มือในการใช้งาน รวมทั้งควรออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้งานง่าย
3. บางเว็บไซต์รับสมัครงานระบุข้อมูลการสมัครไม่ชัดเจน เช่น ข้อมูลเงินเดือน ข้อมูลบริษัท
4. ส่วนมากมีแต่บริษัทที่รับสมัครงานเฉพาะผู้มีประสบการณ์ และมีแต่บริษัทเดิมๆ ที่เคยประกาศสมัครงาน
5. ควรมีบริการต่างๆ เพิ่มขึ้นมากยิ่งขึ้น เช่น ส่งข้อความผ่านโทรศัพท์ บริการส่งอีเมลตอบกลับเพื่อยืนยันการสมัครงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการของแต่ละเว็บไซต์รับสมัครงานว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อเป็นข้อมูลให้กับเว็บไซต์นำไปปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ของตนเองให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สมัครงานเพิ่มมากขึ้น
2. ควรมีศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อาจจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน เช่น คุณภาพการให้บริการ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยไปเปรียบเทียบและปรับปรุงพัฒนาในด้านต่างๆ ในอนาคตให้ดียิ่งขึ้น
3. ควรทำการศึกษาถึงปัญหาหรืออุปสรรคที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานอื่น เช่น ปัญหาการติดต่อกลับจากบริษัทประกันและบัตรเครดิต ปัญหาเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2545). การวิเคราะห์สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์.
- (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ชาญชัย คล้ายสุขพงษ์. (2554). ทศนคติที่มีต่อเว็บไซต์ให้บริการงานและสมัครงานออนไลน์ของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เนรมิตการพิมพ์.
- ฐปนีย์ สินธุพงษ์. (2543). รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ทบวงมหาวิทยาลัย. (2544). รายงานการศึกษา สรุปภาวะการทำงานของบัณฑิต ปี พ.ศ. 2543.
- นราวุธ พลัประสิทธิ์. (2544). สมัครงานออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: วิตต์ กรุ๊ป.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2529). สถิติวิจัย 2. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เบสท์ กราฟฟิกส์.
- ปริญญ ชูฉ. (2549). ปัจจัยที่พยากรณ์การสมัครงานทางอินเทอร์เน็ตของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- พรณี ชุตติวัฒนธาดา. (2544). การบริการดีเป็นอย่างไร. สืบค้นเมื่อ วัน 13 กรกฎาคม 2557, จาก <http://sabaisabai.20m.com/sabai-goodservice.html>
- ภณิดา ชัยปัญญา. (2541). การวัดความพึงพอใจ. ประเทศไทย: แสงอักษร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- เรณู สุขฤกษ์กิจ. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระ (ธุรกิจระหว่างประเทศ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- วัลลภา นิยะสม. (2549). ความคาดหวังและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการเว็บไซต์โฆษณารับสมัครพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิเชียร เกศสิงห์. (2543). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.
- วีรพงษ์ เณิมจิรัตน์. (2543). คุณภาพในการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2558). รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ วัน 14 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.truehits.net>
- ศิริกัญญา กรุดลอยมา. (2543). พฤติกรรมการสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรีและปริญญาโท. สารนิพนธ์ รศ.ม. (พัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริพร ตันติพลวินัย. (2538). กลยุทธ์การสร้างคุณภาพบริการ. (เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ). กรุงเทพฯ: คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศิลปกร แสงสินชัย. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอล บัคส์.
- โสภารัตน์ สุขภิมย์; และ อายพร โกมลวิจิตรกุล. (2547). สมัครงานทางอินเทอร์เน็ตอย่างไรให้ได้งาน. กรุงเทพฯ: เสริมวิทย์ อินเฟอร์เมชั่น เทคโนโลยี.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต; และ ภาสกร อุดุลพัฒน์กิจ. (2548). จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- อริชัย อรรถอุดม. (2545). ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ในการใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในการหางานและสมัครงาน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- Chaplin, J. P. (1994). *Dictionary of Psychology*. 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Davis, R. C. (1968). *Fundamental to Top Management*. New York: Harper and Row.
- Groonroos, C. (1990). *Service Management and Marketing Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Lexington: Lexington Books.
- Hartung, Joachim. (2001). *Testing for Homogeneity in Combining of two-armed trials with normally distributed responses*. The Indian Journal of Statistics. Sankhya Vol 63.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. 8th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Millett, J.D. (1954). *Management in the Pubic Service*. New York: McGraw-Hill Book Company.

- Shelly, M.W. (1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania: Dowden, Hutchison Press.
- Tiffin, J.; & McCormic, E.J. (1965). *Industrial Psychology*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Tong, J.P.C.; et al. (2005). Evaluating the Industrial Ergonomics of Service Quality for Online Recruitment Websites. *International Journal of Industrial Ergonomics*. 35(8): 697-711.
- Turban, Efraim, Mclean, Ephraim; & Wetherbe Jame. (1999). *Information Technology for Manegement*. 2nd ed. United State of America: Shaw; & Wetherill, Inc.
- Vroom, W.H. (1971). *Working and Motivation*. New York: John Willey and Sons, Inc.
- Wallestein, H. (1971). *A dictionary of Psychology*. Maryland: Penquin Books.
- Wolman, B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. Van Nostrand: Reinhold Company.
- Suchitra Punyarathbandhu–Bhakdi, et al. (1986). *Delivery of public services in Asian Countries: Cases in development administration*. Bangkok: Thammasat University Press.
- Zusman, R. R.; & Landis, R. S. (2002). *Applicant Preferences for Web-Based versus Traditional Job Postings*. *Computers in Human Behavior*. 18: 285-296.





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์ ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานของผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของเว็บไซต์รับสมัครงานให้มีประสิทธิภาพ และเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้ให้บริการเว็บไซต์รับสมัครงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือ จากท่านกรุณากรอกแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านโดยแบบสอบถามนี้จะแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์สมัครงาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ

การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษา ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับ ฉะนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด โดยการเสนอ ผลการวิจัยจะเป็นภาพรวมเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ☒ ลงในข้อที่ท่านว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

2. อายุ

☐

18-25 ปี

☐

26-33 ปี

☐

34-41 ปี

☐

42 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐

โสด

☐

สมรส

☐

อื่นๆ (โปรดระบุ)

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐

ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐

ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี

☐

สูงกว่าปริญญาตรี

5. สถานะการทำงานปัจจุบัน

☐ว่างงาน☐มีงานทำ

6. อาชีพ

☐นักศึกษา☐ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐พนักงานบริษัทเอกชน☐ประกอบธุรกิจส่วนตัว☐อื่นๆ (โปรดระบุ)

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ต่ำกว่า 15,000 บาท☐15,000-25,000 บาท☐25,001-35,000 บาท☐35,001-45,000 บาท☐45,001 บาทขึ้นไปส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงานที่ท่านใช้บ่อยที่สุดคำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ☒ ลงในข้อที่ท่านว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อ คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน ของผู้ให้บริการ	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็น ด้วย	3 เฉยๆ	2 ไม่เห็น ด้วย	1 ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
ความสมบูรณ์ชัดเจนของข้อมูล					
1. เว็บไซต์รับสมัครงานมีรายละเอียด ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เช่น คุณสมบัติของผู้สมัครงาน ที่อยู่บริษัท					
2. ภาษาที่ใช้บนเว็บไซต์รับสมัครงาน ง่ายต่อความเข้าใจ					
3. เว็บไซต์รับสมัครงานมีการอัปเดต ข้อมูลตำแหน่งงานตลอดเวลา					

ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อ คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน ของผู้ให้บริการ	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็น ด้วย	3 เฉยๆ	2 ไม่เห็น ด้วย	1 ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร					
4. การสมัครงานทางเว็บไซต์รับสมัคร งานทำให้ท่านถูกเรียกตัวไปสัมภาษณ์ งานได้อย่างรวดเร็ว					
5. เว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถอัปโหลด ข้อมูลและรับ-ส่งข้อมูล เช่น ไฟล์ รูปภาพ ไฟล์เอกสารสมัครงานได้ อย่างรวดเร็ว					
6. เว็บไซต์รับสมัครงานมีการแจ้งเตือน ตำแหน่งงานที่ว่างผ่านทาง e-mail address ทำให้ท่านไม่พลาดข่าวสาร การรับสมัครงาน					
ทางเลือกที่หลากหลายในการใช้บริการ					
7. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีข้อมูลการประกาศ รับสมัครงานในตำแหน่งงานและ องค์กรที่มีความหลากหลายสอดคล้อง กับความต้องการของผู้สมัครงาน					
8. เว็บไซต์ที่ท่านใช้รองรับการใช้งาน ผ่านอุปกรณ์ชนิดต่างๆ เช่น PC Notebook Smartphone					
9. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบริการหลาย รูปแบบ เช่น บริการค้นหาตำแหน่ง งาน, บริการฝากประวัติ					

ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อ คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน ของผู้ให้บริการ	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็น ด้วย	3 เฉยๆ	2 ไม่เห็น ด้วย	1 ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
ความสะดวกในการใช้					
10. การสมัครงานภายในเว็บไซต์ที่ท่านใช้ มีความสะดวกและไม่ยุ่งยาก					
11. ท่านสามารถเข้าใช้งานเว็บไซต์รับ สมัครได้ตลอดเวลา					
12. ขั้นตอนและกระบวนการสมัครงาน ผ่านเว็บไซต์ที่ท่านใช้สามารถทำได้ อย่างรวดเร็ว สะดวกและไม่ซับซ้อน					
ความประหยัดและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ					
13. เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่าน ประหยัดค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น ด้านการเดินทางและด้านเอกสาร					
14. เว็บไซต์รับสมัครงานทำให้ท่าน ประหยัดเวลาในการค้นหางานและ สมัครงาน					
ความมั่นใจในการใช้บริการ					
15. ท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้ จะส่งข้อมูลของท่านไปยังบริษัทที่ท่าน สนใจ					
16. ท่านมีความมั่นใจในระบบป้องกัน ข้อมูลสูญหายจากภัยคุกคามทาง อินเทอร์เน็ต					
17. ท่านมีความมั่นใจว่าเว็บไซต์ที่ท่านใช้ จะเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของท่าน เป็นความลับ					

ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อ คุณลักษณะของเว็บไซต์สมัครงาน ของผู้ให้บริการ	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4 เห็น ด้วย	3 เฉยๆ	2 ไม่เห็น ด้วย	1 ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์สมัครงาน					
18. เว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นสื่อกลางในการ จัดหางานที่ได้รับความนิยมและ แพร่หลาย					
19. เว็บไซต์ที่ท่านใช้มีบทบาทโดดเด่น ด้านสรรหาบุคลากรและมี ความสามารถในการให้บริการ					
20. เว็บไซต์ที่ท่านใช้เป็นเว็บไซต์ที่มี ชื่อเสียง เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางใน ด้านจัดหางาน					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รับสมัครงานที่ท่านใช้บ่อยที่สุด

คำชี้แจง โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวมของการให้บริการโดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่เห็นว่าใกล้เคียงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- เว็บไซต์สมัครงานที่ท่านใช้ตรงกับความต้องการของท่านหรือไม่
ดีกว่าที่คาดหวังไว้มาก ⑤ ④ ③ ② ① ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้มาก
- ท่านมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์รับสมัครงานที่ท่านใช้บริการหรือไม่
พึงพอใจทุกครั้ง ⑤ ④ ③ ② ① ไม่พึงพอใจเลยสักครั้ง
- การให้บริการท่านคิดว่าเว็บไซต์รับสมัครงานที่ท่านใช้ มีข้อบกพร่องหรือไม่
ไม่มีข้อบกพร่องเลย ⑤ ④ ③ ② ① มีข้อบกพร่องอย่างมาก

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ต่อการบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม





ภาคผนวก ข

หนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญจากบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์	ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์จิตอุษา ชันทอง	ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล

นางสาวกุลิสรา ตั้งวณิชกุล

วันเดือนปีเกิด

21 มิถุนายน 2533

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

381 หมู่ 9 ตำบลเขาสมอคอน

อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี 15180

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2555

ปริญญาตรี (บัญชี)

จาก มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ. 2558

ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

