

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังจากสื่อ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการหางานและสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังจากสื่อ

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, น. 92) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) อันเป็นกรอบแนวคิดสำคัญประการหนึ่งที่ใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) โดยทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสารด้วยหลักการเดียวกันกับ แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses & Gratifications) ด้วย คือเน้นการศึกษาการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและมีเหตุผล ตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากมนุษย์ก่อนจะลงมือทำอะไรจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยอย่างเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

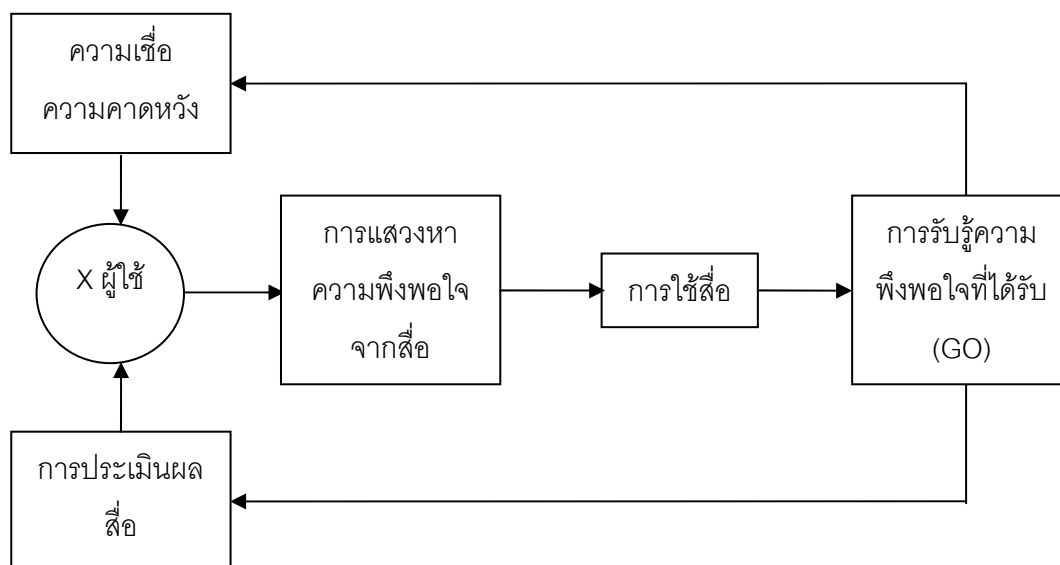
1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น ๆ
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้ คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้าง ในอนาคต ด้วยเหตุนี้ คำว่าความคาดหวัง (Expectancy) จึงถูกนำมาใช้กับทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสาร

กาญจนา แก้วเทพ (2547, น. 384-385) ได้กล่าวถึงแนวความคิดนี้ว่า แรงจูงใจในการใช้สื่อนั้น เกิดจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัล/ผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง เช่น ดูข่าวก็ได้รางวัลเป็น “ข้อมูล” ดูหนัง/ละคร ก็ได้รางวัลเป็นความสนุกสนานบันเทิง รางวัลที่เกิดขึ้นตามมาจากการใช้/เปิดรับสื่อนั้น จะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่า (Value หรือเรียกเป็นภาษาธรรมดาว่า “ความชอบ เป็นส่วนตัว”) แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบ ความเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร ดังนั้นเมื่อซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่านจึงเปิดหน้าละครก่อนจะอ่านข่าว หรือในกรณีโทรทัศน์ อาจจะกดรีโมทคอนโทรลเปลี่ยนจากช่องที่กำลังมีข่าวไปสู่ช่องที่มีละคร เป็นต้น ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratification) ซึ่งความพึงพอใจนี้ ผู้ใช้จะเก็บสะสมไว้ในความทรงจำ และกลายมาเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับการคาดการณ์ที่จะเลือกสื่อต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต

จะเห็นได้ว่า ความคาดหวังในการใช้สื่อสอดคล้องกับความพึงพอใจที่ได้จากการใช้สื่อ ดังที่แสดงไว้ในแบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Value Paradigm) ของ พาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn, อ้างถึงใน ญาดา มะลิทอง, 2551, น. 27) ซึ่งมีรูปแบบดังนี้

ภาพที่ 2.1
แสดงแบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ



ที่มา: *McQuail's Communication Theory* (5th ed., p. 428), by D. McQuail, 2005, London: Sage.

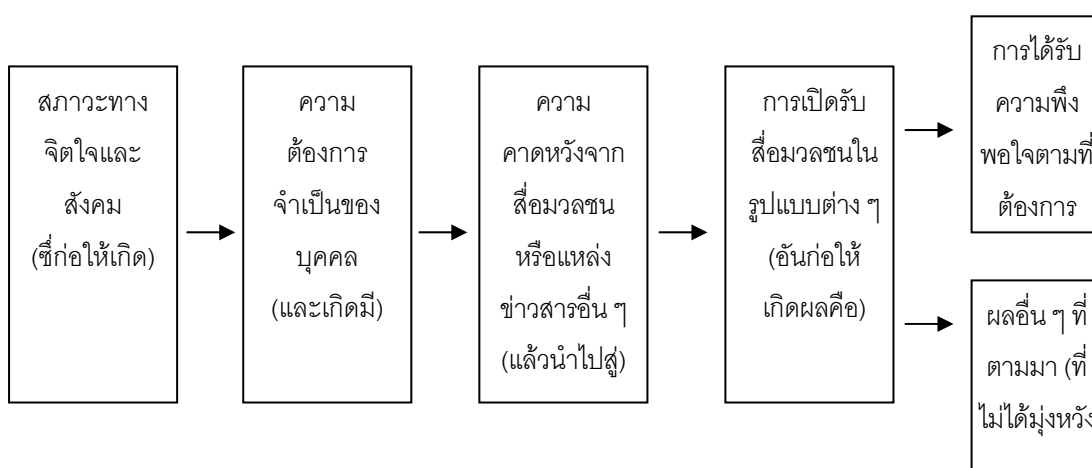
จากแบบจำลอง อธิบายได้ว่า การที่บุคคลจะค้นหาความพึงพอใจจากสื่อหนึ่ง ๆ นั้น มาจากความเชื่อ หรือความคาดหวังว่าสื่อชนิดนั้นมีคุณสมบัติเฉพาะ เมื่อผสมผสานกับการประเมินค่าทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ นั้น ก็จะเกิดเป็นแรงจูงใจที่จะแสวงหาความพึงพอใจ ก่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อนั้น ๆ ทำให้ได้รับความพึงพอใจ และเป็นผลย้อนกลับไปที่ความเชื่ออีกครั้ง

นอกจากนี้ ในแบบจำลอง Palmgreen & Rayburn ได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังว่าจะได้รับความพอใจ หรือการแสวงหาความพึงพอใจ” (Gratification Sought-GS) และ “ความพึงพอใจที่ได้รับจริง” (Gratification Obtained-GO) และยังมีตัวแปรเรื่อง “ความพอใจที่เพิ่มขึ้น” หลังจากได้ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอสมควร (และไม่เคยผิดหวังจากการใช้) ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ ความพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ก็จะมีผลทำให้ผู้รับสารมีความพอใจสื่อในระดับสูงมาก อัตราความซื่อชมและความสนอกสนใจก็จะพลอยเพิ่มด้วย หากเป็นกรณีที่ GS มีค่าน้อยกว่า GO ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกันในทางตรงกันข้าม นั่นคือผู้ใช้สื่อมีความพอใจลดลง และใช้สื่อนั้นน้อยลง หรือหันไปเปิดรับสื่อชนิดอื่น ๆ ทดแทน

แคทซ์ และคณะ (Katz & Blumler, 1993, pp. 133-134) ได้ศึกษาและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการใช้สื่อโดยสร้างเป็นแบบจำลองไว้ดังภาพที่มีรูปแบบคล้ายกัน ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 2.2

แสดงแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการใช้สื่อ



ที่มา: *Communication Models for The Study of Mass Communications* (p. 134),
by D. McQuail, and S. Windahl, 1993, London: Longman.

แบบจำลองดังกล่าวได้อธิบายกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง โดยที่แต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ ความตั้งใจ และความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน โดยสรุปข้อตกลงพื้นฐานของแนวคิดนี้ไว้ 5 ข้อด้วยกัน ได้แก่

1. ผู้สื่อสารจะมีลักษณะเป็นผู้กระทำ การใช้สื่อส่วนใหญ่ทำไปโดยมีจุดมุ่งหมาย แม้ว่าสภาพแวดล้อมหรือโอกาสอาจจะมีส่วนให้เกิดการใช้สื่อ แต่ก็ยังปฏิเสธไม่ได้ว่าการใช้สื่อนั้น มักจะต้องมีการหวังผลเสมอ ซึ่งจะคาดหวังไว้มากหรือน้อยนั้นก็แล้วแต่
2. ยึดถือผู้รับสารเป็นหลัก คือมองว่าผู้รับสารใช้สื่ออย่างไร โดยมีเจตนาอย่างไร ไม่ใช่มองว่าสื่อมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารแต่ฝ่ายเดียว
3. เป็นการมองอย่างเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อกับแหล่งอื่น ๆ ดังนั้น เมื่อศึกษาจึงต้องเปรียบเทียบถึงวิธีอื่น ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ด้วย

4. อาจกล่าวว่าบุคคลสามารถอธิบายความสนใจหรือแรงจูงใจของตนเองในเรื่องต่าง ๆ ได้

5. ต้องพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องและความแตกต่างระหว่างทฤษฎีนี้กับวัฒนธรรมมวลชน (Popular Culture)

สรุปได้ว่า ลักษณะผู้ใช้สื่อที่แตกต่างกัน (ตามสถานะทางจิตใจและสังคม) ทำให้เกิดความต้องการซึ่งนำไปสู่ความคาดหวังอันเป็นจุดมุ่งหมายที่มีอยู่ในใจต่อสื่อที่แตกต่างกัน และทำให้เกิดการใช้สื่อในรูปแบบที่แตกต่างกัน แม้กระทั่งในสื่อเดียวกัน เช่น อินเทอร์เน็ต โดยในแง่การศึกษาของความต้องการในการใช้สื่อนั้น แม็คคอมบส์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, pp. 51-52) ได้อธิบายว่า บุคคลจะใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการของตนเอง ดังนี้

1. ความต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้ทันสมัยและรับรู้ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2. ความต้องการตัวช่วยในการตัดสินใจ (Decision Making) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การใช้สื่อมวลชนจะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้

3. ความต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการพูดคุยสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussion) การใช้สื่อมวลชนช่วยให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้

4. ความต้องการการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. ความต้องการสื่อสารเพื่อเสริมความคิดเห็นหรือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment) เช่น ใช้สื่อมวลชนเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำกรอบแนวคิดทฤษฎีเรื่องความหวังจากสื่อ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากทฤษฎีดังกล่าวมุ่งเน้นที่การศึกษาผู้รับสารเป็นหลัก และมองว่าผู้รับสารเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกที่จะเปิดรับสื่อต่าง ๆ ตามความคาดหวังและความพอใจของตน นอกจากนี้ การใช้เว็บไซต์หางานยังนับเป็นสื่อที่มีลักษณะการใช้อย่างมีเป้าหมายชัดเจน นั่นคือการหาตำแหน่งงานที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้แต่ละคน และผู้ใช้สามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล โดยความคาดหวังจากสื่อของผู้ใช้จะสะท้อนออกมาในรูปแบบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน กล่าวคือ ปัจจัยข้อใดที่ผู้ใช้เห็นว่ามามีอิทธิพลในระดับมาก ก็แสดงว่าปัจจัยข้อนั้นคือ

ตัวแทนของความคาดหวังที่ผู้ใช้มีต่อการใช้เว็บไซต์หางาน โดยความคาดหวังนี้จะเป็นผลมาจากความต้องการในการใช้สื่อของผู้ใช้เอง ดังนี้

1. ความคาดหวังต่อการบริการต่าง ๆ ที่เว็บไซต์หางานมีให้ ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการในการใช้ประโยชน์แก่ตน (Utilization)
2. ความคาดหวังต่อการใช้เว็บไซต์หางาน ในแง่ความสะดวก รวดเร็ว และการใช้งานง่าย ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการในการหางาน ระยะเวลาในการใช้ และระดับความชำนาญของผู้ใช้
3. ความคาดหวังต่อเนื้อหาของเว็บไซต์หางาน ทั้งในส่วนที่เป็นการรับสมัครงาน ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการในการตัดสินใจ และส่วนเนื้อหาทั่วไป ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการในการรับรู้ข่าวสารความเป็นไปต่าง ๆ
4. ความคาดหวังต่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์หางาน ทั้งนี้เนื่องจากเว็บไซต์รับสมัครงานเป็นสื่อที่มีลักษณะพิเศษ คือต้องให้ข้อมูลส่วนตัวในการใช้ จึงจำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือสูง
5. ความคาดหวังในด้านอื่น ๆ เช่น การจัดกิจกรรมนัดพบแรงงาน กิจกรรมหรือเกมชิงรางวัล และการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่น ๆ รวมถึงเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Network) ซึ่งจะตอบสนองความต้องการในการมีส่วนร่วมกับการเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมถึงความต้องการด้านความบันเทิงของผู้ใช้

เนื่องจากความคาดหวังการใช้สื่อนั้นจะแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ (สภาวะทางสังคม) และพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้ ด้วยเหตุนี้ การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และศึกษาความสัมพันธ์ที่มีต่อความคาดหวังที่มีต่อเว็บไซต์หางาน หรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเว็บไซต์หางานของผู้ใช้แต่ละคนนั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการหางานและสมัครงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ในอดีตการหางานและสมัครงานผ่านสื่อมวลชนที่นิยมกันมากที่สุดคือสื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสารรับสมัครงานต่าง ๆ ที่เป็นพื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีเยี่ยมให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ต้องการรับสมัครบุคลากรเข้าทำงานในองค์กรของตน เนื่องจากสื่อดังกล่าวมีผู้อ่านส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานและเป็นผู้มีการศึกษาค่อนข้างสูง หรือมีประสบการณ์ในการทำงาน

ในสายอาชีพใดอาชีพหนึ่งโดยเฉพาะ รวมไปถึงเป็นแหล่งพบปะของนักธุรกิจและผู้ประกอบการต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของผู้ลงโฆษณารับสมัครงาน ทำให้หน้าโฆษณารับสมัครงานเป็นเสมือนตลาดนัดพบแรงงานที่องค์กร บริษัท และผู้ต้องการหางานได้มาพบปะกัน

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในแวดวงธุรกิจและสื่อสารมวลชนมากขึ้น ตลาดแรงงานในสื่อสิ่งพิมพ์จึงมีการขยายตัวไปครอบคลุมสื่อใหม่ด้วย โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือที่มีความรวดเร็วและทันสมัยมากกว่าหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ทั้งในแง่ของการบริการและความสดใหม่ของข้อมูล จึงเกิดมีเว็บไซต์เพื่อการหางานและรับสมัครงานเกิดขึ้นมากมาย แต่กระนั้นก็ยังมีความกังวลว่าผู้ใช้บริการหางานและสมัครงานผ่านทางเว็บไซต์แล้วยังคงได้ผลไม่เป็นที่น่าพอใจ เช่น พบปัญหาความไม่สะดวกและความซับซ้อนในการใช้งาน บริการที่ไม่ให้ไม่ตอบสนองความต้องการผู้ใช้ เนื้อหาหรือรายละเอียดต่าง ๆ ไม่ทันสมัยหรือครอบคลุม หรือเมื่อฝากประวัติส่วนตัวหรือใบสมัครงานบนเว็บไซต์แล้วยังไม่ได้รับการตอบรับเข้าทำงาน อีกทั้งข้อมูลส่วนตัวยังเสี่ยงต่อการถูกเปิดเผยในลักษณะที่เจ้าของข้อมูลไม่พึงประสงค์ ด้วยเหตุนี้ ทำให้เว็บไซต์หางานต้องมีการปรับปรุงตัวเองในทุก ๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พัฒนาการของเว็บไซต์หางาน

เริ่มแรกนั้นการหางานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นไปในรูปแบบที่ผู้หางานจะสร้างเว็บไซต์ส่วนตัวที่บรรจุรายละเอียดส่วนตัวของตนเองไว้ แล้วนำเว็บไซต์นั้นไปฝากไว้ในเว็บไซต์สืบค้นข้อมูล (Search Engine) โดยหวังว่าผู้ว่าจ้างจะบังเอิญสะดุดตาเว็บไซต์หรือค้นหาเว็บไซต์ของตนเจอ ซึ่งวิธีนี้ล่าช้าและได้ผลลัพธ์ที่ไม่ดี ต่อมาวิธีการหางานผ่านอินเทอร์เน็ตจึงเปลี่ยนมาเป็นการฝากประวัติส่วนตัว (Resume) ไว้กับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือไอเอสพี (Internet Service Provider) เก็บไว้ในเครื่องแม่ข่ายของบริษัท เพื่อให้ผู้ว่าจ้างจะสามารถเรียกดูได้จากเครื่องแม่ข่ายตัวนั้น หรืออีกวิธีหนึ่งคือผู้หางานค้นหาเว็บไซต์ของบริษัทผู้ว่าจ้างแล้วติดต่อกับบริษัทเองโดยตรง จะเห็นได้ว่าในยุคเริ่มแรกการหางานและสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตยังไม่มีการใช้เว็บไซต์หางานอย่างเป็นทางการ และมีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นเพียงสื่อกลางในการรับ-ส่ง หรือเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการเท่านั้น

ต่อมาเมื่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมมากขึ้นโดยเฉพาะในภาคธุรกิจ เพราะมีความรวดเร็วและช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จึงได้มีธุรกิจชนิดใหม่คือการสร้างเว็บไซต์สื่อกลางที่เปิดรับฝากประวัติส่วนตัวของผู้สมัคร เพื่อประกาศให้ผู้ว่าจ้างได้เลือก และปิดประกาศ

ตำแหน่งงานที่ว่างให้ผู้สมัครได้เข้ามาเลือก เรียกเว็บไซต์ชนิดนี้ว่า “เว็บไซต์หางาน” โดยส่วนใหญ่จะเก็บค่าบริการจากบริษัทหรือนายจ้างที่ต้องการลงประกาศรับสมัครงาน แต่ไม่เก็บค่าบริการจากผู้หางานหรือผู้ฝากประวัติส่วนตัว

เว็บไซต์หางานในปัจจุบันได้เพิ่มเติมบริการเสริมอื่น ๆ นอกเหนือไปจากการลงประกาศรับสมัครงานและรับฝากประวัติส่วนตัว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้เฉพาะด้านมากขึ้น เช่น บริการค้นหาตำแหน่งงานเฉพาะด้าน บริการสมัครงานผ่านเว็บไซต์หางานโดยตรงโดยผู้ใช้ไม่ต้องติดต่อกับบริษัทผู้รับสมัคร บริการสมัครงานครั้งเดียวได้หลายบริษัท ซึ่งมักอยู่คู่กันกับบริการหาตำแหน่งงานที่ตรงกับคุณสมบัติของผู้ใช้โดยอัตโนมัติ นอกจากนี้ยังมีการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือกิจกรรมอื่น ๆ เช่น บริการแจ้งตำแหน่งงานใหม่ ๆ และผลการสมัครงานผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือโทรศัพท์มือถือ บริการเชื่อมโยงเนื้อหาและตำแหน่งงานกับสื่อสิ่งพิมพ์หรือนิตยสาร และการจัดกิจกรรมนอกระบบอินเทอร์เน็ตที่ช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์เว็บไซต์หางาน เช่น กิจกรรมนัดพบแรงงาน กิจกรรมสาธิตวิธีหางานผ่านเว็บไซต์ตามสถานศึกษาให้กับนักศึกษาจบใหม่ เป็นต้น

ในปัจจุบันไทยมีเว็บไซต์หางาน 63 แห่ง โดยในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 พบว่าเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ www.siamhrm.com www.jobkk.com และ www.jobth.com ทั้งนี้อันดับผู้เข้าชมเว็บไซต์มีความผันแปรสูงในแต่ละเดือน ทำให้อันดับของเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อย่างไรก็ตามแล้วเว็บไซต์ที่ก่อตั้งมานานและเป็นที่ยอมรับจะถูกจัดอยู่ในอันดับแรก ๆ เสมอ

ข้อดีและข้อเสียของการหางานผ่านทางอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการหางานที่ทำให้สามารถหางานได้กว้างขึ้น รวดเร็วขึ้น และสะดวกยิ่งกว่าการหางานแบบเดิม แต่อย่างไรก็ตาม การหางานผ่านอินเทอร์เน็ตก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

ข้อดีของการหางานผ่านทางอินเทอร์เน็ต

1. **ไม่มีปัญหาเรื่องระยะทาง** ผู้ที่ต้องการหางานมักมีปัญหาในเรื่องสถานที่ กล่าวคือ ไม่คุ้นเคยกับที่ตั้งของบริษัท ทำให้ไม่รู้ว่าจะเดินทางไปอย่างไร หากจะสมัครงานในต่างจังหวัดหรือต่างประเทศก็ทำได้อย่างสะดวก และไม่ต้องรอการติดต่อทางไปรษณีย์ซึ่งใช้เวลานานกว่า อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัด และลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางสำหรับผู้สมัคร

2. **ไม่ต้องเสียค่าบริการ** เว็บไซต์หางานส่วนใหญ่ไม่คิดค่าบริการกับผู้สมัครหรือผู้หางาน ไม่ว่าจะเป็นบริการค้นหาตำแหน่งงาน การเขียนและรับฝากประวัติส่วนตัว หรือการแนะนำอาชีพ เว็บไซต์บางแห่งเก็บค่าบริการในการลงประกาศรับสมัครงานกับผู้บริการ ในขณะที่อีกหลาย ๆ แห่งก็ไม่เก็บค่าบริการ แต่จะเก็บค่าโฆษณาจากผู้ลงโฆษณาส่วนอื่น ๆ ในเว็บไซต์ เช่น แบนเนอร์ โฆษณา

3. **เป็นการแสดงถึงความสามารถ** เนื่องจากปัจจุบันองค์กรธุรกิจหลายแห่งให้ความสำคัญกับความสามารถในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก ดังนั้นการที่ผู้สมัครส่งเอกสารการสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จึงเป็นการแสดงว่าบุคคลนั้น ๆ มีความคุ้นเคยกับอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี และน่าจะมีศักยภาพที่จะทำงานที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตต่อไปได้

4. **ประหยัดเวลาในการค้นหาข้อมูลและสมัครงาน** เนื่องจากเนื้อหาในเว็บไซต์หางานสามารถจัดแบ่งหมวดหมู่ และค้นหาตำแหน่งที่ต้องการด้วยเครื่องมือค้นหาหรือ Search Tool ได้ง่าย ต่างจากตำแหน่งงานในหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่มักจะจัดแบ่งเนื้อหาตามพื้นที่ในหน้ากระดาษ หรือแบ่งตามวัน เช่น งานเฉพาะสาขาการเงินจะลงประกาศเฉพาะวันพฤหัสบดี หรือสาขาคอมพิวเตอร์ในวันจันทร์ เป็นต้น นอกจากนี้ การส่งใบสมัครทางอินเทอร์เน็ตยังทำได้รวดเร็ว และบางแห่งสามารถทราบผลได้ทันที เพราะระบบอินเทอร์เน็ตสามารถรับส่งข้อมูลดิจิทัลได้อย่างรวดเร็ว

5. **เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการสัมภาษณ์** ระบบอินเทอร์เน็ตช่วยให้ผู้สมัครสามารถค้นหาข้อมูลของบริษัทที่จะไปสมัคร และข่าวสารอื่น ๆ ที่ทันสมัยได้โดยสะดวก และยังช่วยให้คำแนะนำในการสัมภาษณ์ การแต่งกาย และการวางตัวขณะสัมภาษณ์อีกด้วย

6. **เปิดโอกาสให้รู้จักผู้ที่อยู่ในสายงานที่ต้องการสมัคร** ทำให้มีโอกาสได้สร้างความสัมพันธ์และขอความเห็นจากบุคคลหรือกลุ่มนั้น ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์และกระดานสนทนาบนเว็บไซต์

ข้อเสียของการหางานผ่านอินเทอร์เน็ต

1. **มีข้อมูลมากเกินไป** เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ มีเว็บไซต์รับสมัครงานมากมาย ทำให้ผู้ที่ค้นหาได้ไม่ชำนาญอาจหลงอยู่ในเครือข่าย หรือถูกหลอกโดยเว็บไซต์ประเภทอื่น ๆ ที่ใจเสาะตนเองเป็นเว็บไซต์รับสมัครงาน แต่มีจุดประสงค์ในการขายสินค้าหรือบริการอื่น ๆ นอกจากนี้ เนื่องจากข้อมูลดิจิทัลสามารถจัดเก็บไว้ได้จำนวนมาก ทำให้การค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์อาจทำให้ได้สิ่งที่ไม่ต้องการหากผู้ใช้ไม่มีความชำนาญพอ รวมถึงหากทางเว็บไซต์ไม่มีระบบการจัดการข้อมูลที่ดีพอก็อาจทำให้ผู้ใช้สับสนได้ง่าย เช่น เว็บไซต์บางแห่งไม่ค่อยลบข้อมูลเก่า ๆ หรือตำแหน่งงานที่หมดเขตรับสมัครไปแล้ว เป็นต้น

2. **บริษัทบางแห่งอาจมีทัศนคติเชิงลบ** ต่อใบสมัครที่มาจากที่ไกล ๆ อย่างเช่นต่างจังหวัด หรือต่างประเทศเป็นต้น และยังเป็นการปิดกั้นคนที่มีความสามารถในการทำงาน แต่ไม่มีความชำนาญในการใช้เว็บไซต์หางาน เช่น บริษัทบางแห่งลงประกาศบนเว็บไซต์เพราะต้องการประหยัดงบประมาณ ไม่ใช่เพราะต้องการผู้สมัครที่มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ในกรณีนี้ระบบอินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นอุปสรรคที่ทำให้นายจ้างและผู้สมัครที่เหมาะสมไม่สามารถมาพบกันได้

3. **อินเทอร์เน็ตมีสิ่งที่น่าสนใจอยู่มาก** ผู้กำลังหางานอาจถูกเบี่ยงเบนความสนใจได้ง่าย เช่น ตอนที่กำลังหางานอยู่ก็อาจเข้าห้องสนทนา หรือคุยผ่านโปรแกรมสื่อสารจำพวกส่งข้อความทันที (Instant Messaging) หรือเครือข่ายสังคม (Social Network) ได้

4. **การใช้อินเทอร์เน็ตมีความเสี่ยง** เช่น การเสี่ยงต่อการติดไวรัสคอมพิวเตอร์ทำให้ข้อมูลเสียหาย การถูกหลอกลวงให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เช่น ข้อมูลหมายเลขโทรศัพท์และที่อยู่ อาจตกไปอยู่ในมือของมิจฉาชีพ หรือบริษัทประกันชีวิตหรือบัตรเครดิตซึ่งต้องการขายฐานลูกค้า อาจทำให้ผู้ใช้เกิดความรำคาญได้ นอกจากนี้ เว็บไซต์บางแห่งที่อนุญาตให้นายจ้างลงประกาศได้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายหรือไม่มีการตรวจสอบใด ๆ เช่น ตรวจสอบใบจดทะเบียนบริษัทจากกระทรวงพาณิชย์ว่ามีบริษัทนี้อยู่จริง อาจนำไปสู่การล่อลวงคนไปทำงานในต่างประเทศ หรือหลอกเก็บเงินค่าสมัคร

การเลือกเว็บไซต์หางาน

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งงานที่กว้างและมีข้อมูลบรรจุอยู่มาก ผู้ใช้บางคนนิยมใช้วิธีค้นหาตำแหน่งงานที่ตนเองต้องการจากเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล (Search Engine) แต่การกระทำเช่นนั้นอาจพบปัญหาความไม่น่าเชื่อถือหรือไม่ทันสมัยของข้อมูล รวมถึงอาจได้งานที่ไม่ตรงกับสิ่งที่ค้นหา ดังนั้นการหางานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพ ผู้ใช้ควรใช้บริการของเว็บไซต์หางานโดยเฉพาะ โดยจะต้องรู้จักจำกัดขอบเขตในการหางาน แล้วจึงเลือกเว็บหางานที่ตรงกับสาขาที่ตนเองต้องการ

ผู้หางานควรเลือกเว็บไซต์หางานให้ตรงตามความต้องการไว้ประมาณ 2-3 เว็บ โดยเลือกให้ตรงสาขางานที่ต้องการมากที่สุด และควรหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเว็บไซต์หางานนั้นในแง่ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ บริการที่มีให้ รวมถึงควรเลือกเว็บไซต์ที่ใช้ง่ายและมีการสอนวิธีใช้ มีระบบช่วยเหลือต่าง ๆ เช่น การจับคู่งานให้สอดคล้องกับประวัติของผู้สมัคร เป็นต้น รวมถึงมีการจัดหมวดหมู่และรายละเอียดของงานต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ

ตัวอย่างเว็บไซต์หางาน

1. **จ๊อบส์ ดีบี ดอทคอม** www.jobsdb.com มี นายแซมมวล ชุง เป็นประธาน กรรมการ บริษัท จ๊อบส์ ดีบี อินค์ เจ้าของเครือข่าย จ๊อบส์ ดีบี ดอทคอม จากการจัดอันดับจาก วอลล์ สตรีท เจอร์นอล จัดอันดับให้ จ๊อบส์ ดีบี เป็นอันดับหนึ่งของเว็บไซต์หางาน ในขณะที่ 100hot.com รายงานว่า ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 3 รองจาก Monster.com และ DICE job ส่วนสถิติประเทศไทยจากการสำรวจของจ๊อบส์ ดีบี พบว่าได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 4 (เทียบกับ ทุกเว็บโดยไม่จำแนกประเภท) รองจาก Hotmail, Yahoo และ Sanook

ปัจจุบัน จ๊อบส์ ดีบี มีเครือข่ายเว็บอยู่ใน 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย ฮองกง อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ อินเดีย ไต้หวัน ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา และในอนาคตจะขยาย สาขาเพิ่มในเกาหลี จีน ก่อนที่จะหยุดเพื่อพัฒนาระบบ และบริการในแต่ละประเทศให้เต็มที่ จากนั้นจะขยายไปที่ยุโรป สำหรับเว็บไซต์ที่ดีที่สุดของบริษัทคือที่สิงคโปร์ เพราะตอนนั้นถึงจุดคุ้มทุน และสร้างกำไรได้เนื่องจากทำมาเป็นเวลาหลายปี

2. **จ๊อบส์ ท็อปกัน ดอทคอม** www.jobtopgun.com เป็นอีกเว็บไซต์ที่มีบริการหางานออนไลน์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ประกอบด้วย Job เป็นส่วนที่เกี่ยวกับการหางาน ซึ่งทางเว็บไซต์เลือกใช้ภาษาอังกฤษ เนื่องจากบริษัทและงานที่น่าเสนอต้องได้มาตรฐาน และสามารถให้บริษัทในระดับสากลสามารถเลือกคลิกได้ตามหัวข้อเรื่อง Job Search, Register, Resume, Job Update, Company Profile และ LIFE เป็นส่วนที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า โดยทางเว็บไซต์เลือกใช้ภาษาไทย เพราะมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์กับคนไทย แบ่งย่อยตามหัวข้อเรื่อง Good Heart, Work Hard, Enjoy Life เป็นส่วนที่น่าเสนอบทความเกี่ยวกับงานและเกร็ดเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการสมัครงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดในการสมัครงาน วิธีการสมัครงาน

3. **เนชั่น อีจ๊อบส์ ดอทคอม** www.nationejobs.com โดยเนชั่น กรุ๊ป เพื่อเป็นทางเลือกใหม่แก่ผู้ที่ต้องการหางาน และองค์กรธุรกิจที่ต้องการรับสมัครบุคลากร มีประสบการณ์ในการเป็นสื่อกลางในการสรรหาบุคลากรของบริษัทและองค์กรต่าง ๆ มากกว่า 10 ปี โดยรวบรวมเนื้อหาจากหน้าโฆษณาย่อย Workplace ในหนังสือพิมพ์ เดอะ เนชั่น กรุงเทพธุรกิจ และคม ชัด ลึก มาไว้บนเว็บไซต์ด้วย

เว็บไซต์ www.nationejobs.com จัดตั้งขึ้นในปี 2543 ปัจจุบันดำเนินการมาแล้วกว่า 9 ปี มีจำนวน UIP หรือจำนวนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์มากที่สุดในช่วงปี 2549-2550 คือ เพิ่มขึ้นเกือบร้อยละ 110 และมีจำนวน resume หรือประวัติส่วนตัวผู้สมัครอยู่ในฐานข้อมูลกว่า 250,000 ฉบับ

เพราะมีระบบการใช้งานที่ง่าย สามารถค้นหางานได้ภายในระยะเวลาอันสั้น มีจุดเด่นตรงที่สามารถใช้งานได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษนอกจากนี้ ยังเป็นเว็บไซต์ที่ริเริ่มการให้บริการด้านการหางานและรับสมัครงานครบวงจร กล่าวคือ มีบริการแจ้งเตือนและรับสมัครงานผ่านโทรศัพท์มือถือ (Nationejobs on Mobile) สำหรับผู้สมัครและบริษัท การจัดตำแหน่งที่แนะนำประจำวัน การให้คะแนนประวัติส่วนตัวผู้สมัครและจัดลำดับความเกี่ยวข้องกับตำแหน่งที่ต้องการเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาผู้สมัคร และบริการให้คำแนะนำสำหรับการหางานและรับสมัครงานออนไลน์ให้กับทั้งผู้สมัครและบริษัทโดยนักวิชาการและนักบริหารทรัพยากรบุคคลมืออาชีพ รวมถึงมีบทความเรื่องน่ารู้เกี่ยวกับแวดวงแรงงาน ธุรกิจ และสาระบันเทิงทั่วไปที่น่าสนใจอีกด้วย นับว่าเป็นเว็บไซต์จัดหาและรับสมัครงานที่มีอัตราการเติบโตสูง มีบริการครบวงจร และได้รับความไว้วางใจจากทั้งผู้สมัครและผู้ลงประกาศรับสมัครงานมาอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากยอดผู้เข้าชมของเว็บไซต์ในช่วงสามปีหลัง ที่ถึงแม้จะเกิดวิกฤติเศรษฐกิจและภาวะความไม่สงบทางการเมือง แต่ก็ยังมีผู้ให้ความสนใจเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้การให้บริการด้านการรับสมัครงานแล้ว เนชั่นกรุ๊ปการจัดกิจกรรมนัดพบแรงงาน สัมมนาต่าง ๆ โดยร่วมมือกับสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์และสมาคมการบริหารงานบุคคลแห่งประเทศไทย จนเป็นที่นิยมในหมู่ผู้อ่านที่กำลังมองหาหางาน รวมถึงได้รับการยอมรับจากผู้บริหารในแวดวงการบริหารทรัพยากรบุคคลในด้านของสารประโยชน์ และเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง

4. **สยาม เอชอาร์เอ็ม ดอทคอม** www.siamhrm.com เป็นเว็บไซต์ด้านการบริหารงานบุคคลและรับสมัครงานออนไลน์ มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้ทำงานด้านการบริหารงานบุคคล หรือ HR โดยเน้นการแนะนำความรู้และเครื่องมือใหม่ ๆ ในการบริหารงานบุคคล โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการหางานออนไลน์ และมีบริการดี ๆ สำหรับการประกาศตำแหน่งงานว่าง หางานราชการ งานบริษัทชั้นนำ และบริการจัดหางานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งเป็นแหล่งความรู้ต่าง ๆ เช่น บทความเกี่ยวกับการทำงานอย่างครบถ้วน โดยมีการปรับปรุงเนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังมีการจัดชุมชนออนไลน์ภายใต้ชื่อ HR Group ที่เปิดโอกาสให้สมาชิกที่เป็นนักทำงานด้านการบริหารงานบุคคลได้พบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ โดยไม่มีการเก็บค่าใช้จ่ายจากสมาชิกใด ๆ ทั้งสิ้น

เว็บไซต์สยาม เอชอาร์เอ็ม เป็นหนึ่งในเว็บหางานที่มีบริการเกือบจะครบวงจร ทั้งการประกาศรับสมัครงานโดยแบ่งหมวดหมู่งานออกเป็นประเภทต่าง ๆ ชัดเจน การเก็บฐานข้อมูลของผู้สมัครเพื่อให้นายจ้างมาค้นไปใช้ มีแบบฟอร์มจดหมายสมัครงานและประวัติ

ส่วนตัวทั้งแบบปกติและแบบออนไลน์ให้ดาวน์โหลดโดยแบ่งหมวดหมู่ตามอาชีพ การจัดกิจกรรมนัดพบแรงงานและอบรมฝึกอาชีพต่าง ๆ และยังมีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์หางานอื่น ๆ เช่น www.jobsiam.com นอกจากนี้ ยังมีเครื่องมือช่วยเหลือสำหรับผู้ทำงานด้านการบริหารงานบุคคล โดยเฉพาะบนเว็บไซต์ เช่น โปรแกรมคำนวณเวลาทดลองงาน โปรแกรมคำนวณอัตราค่าชดเชยให้กับพนักงาน ซึ่งนับเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเว็บไซต์มากขึ้น จนทำให้ได้รับรางวัล “Truehits Award 2008” เว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมหมวดธุรกิจมากที่สุดในปี 2551

วิธีการและขั้นตอนการหางานผ่านอินเทอร์เน็ต

การหางานผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นไม่ได้แตกต่างไปจากการหางานด้วยวิธีการอื่น ๆ มากนัก ส่วนที่แตกต่างกันก็ตรงที่อินเทอร์เน็ตเป็นตลาดหางานที่กว้างมาก แหล่งหางานซึ่งก็คือเว็บไซต์ต่าง ๆ มีอยู่มากมาย รวมทั้งวิธีการค้นหาและสมัครงานที่ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วย ต่อไปนี้เป็นขั้นตอนที่ควรปฏิบัติในการหางานผ่านอินเทอร์เน็ต

1. **ค้นหาตำแหน่งงาน** ในการค้นหาตำแหน่งงานว่างบนอินเทอร์เน็ต สิ่งสำคัญคือการกำหนดคำค้นหา ผู้สมัครจะต้องใช้คำค้นหาที่อธิบายถึงตำแหน่งที่ต้องการได้อย่างชัดเจน คำค้นหายังเป็นสิ่งที่ผู้ว่าจ้างใช้เพื่อค้นหาผู้สมัครที่เหมาะสมอีกด้วย ดังนั้นผู้สมัครจะต้องคิดคำเพิ่มเติมที่อธิบายถึงงานที่ต้องการ อาทิเช่น งานในบริษัทใหญ่หรือเล็ก เป็นต้น และคำที่อธิบายคุณสมบัติของผู้สมัคร เช่น เป็นคนสร้างสรรค์ ถนัดการทำงานเป็นทีม การอธิบายตนเองนี้ยังรวมถึงการเขียนประวัติส่วนตัวอีกด้วย ซึ่งบนอินเทอร์เน็ตมีเว็บไซต์ต่าง ๆ มากมายที่สอนให้รู้จักการเขียนประวัติส่วนตัวเพื่อสมัครงานในตำแหน่งต่าง ๆ โดยจะมีตัวอย่างประวัติส่วนตัวในแต่ละอาชีพให้ดู เนื่องจากตำแหน่งงานแต่ละตำแหน่งต้องการคุณสมบัติส่วนตัวของผู้สมัครที่ต่างกันไป การเขียนประวัติส่วนตัวเพื่ออธิบายตนเองจึงต้องเน้นลักษณะที่แตกต่างกันไป

2. **เขียนประวัติส่วนตัวและจดหมายแนะนำตัว** เพื่อให้ผู้ว่าจ้างสนใจที่จะจ้างหรือเรียกสัมภาษณ์ ผู้หางานควรปรับปรุงข้อมูลส่วนตัว ทั้งประวัติ จดหมายแนบ หรืออื่น ๆ ที่จำเป็นให้ทันสมัยและมีความน่าสนใจ ดึงดูดใจอยู่เสมอ ที่สำคัญหลังจากได้ปรับปรุงข้อมูลแล้วจะต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อมูลนั้นสามารถเปิดดูได้และน่าสนใจ การตรวจสอบทำได้โดยลองส่งไฟล์ข้อมูลไปให้เพื่อนสัก 2 คนทางอีเมล ให้เพื่อนลองเปิดดูไฟล์และตอบกลับมาว่าเป็นเช่นไรบ้าง

3. **ค้นหาเว็บไซต์ช่วยหางาน** เว็บไซต์ช่วยหางานมีทั้งแบบที่เสนองานทั่ว ๆ ไปและเจาะจงงานด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ หากผู้หางานต้องการหางานเฉพาะด้านก็ควรหาเว็บไซต์ที่เสนองานเฉพาะด้านที่ ต้องการเท่านั้นเพื่อให้ประหยัดเวลาและได้งานที่ดี หรือหากไม่รู้ว่าจะหา

รายชื่อเว็บไซต์ช่วยหางานด้านที่ต้องการได้อย่างไรก็ลองค้นหาจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกัน เช่น เว็บไซต์ของสมาคมนักข่าวไทย เว็บไซต์ของสมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรม เป็นต้น

4. **ลงประกาศบนเว็บไซต์** นอกจากค้นหาจากเว็บไซต์ต่าง ๆ แล้ว ผู้หางานยังต้องลงประกาศประวัติส่วนตัวไว้เพื่อให้ผู้ว่าจ้างเข้ามาค้นหาและคัดเลือก สำหรับผู้ที่ไม่ได้ว่างงานจะต้องระวังไม่ให้นายจ้างปัจจุบันพบประกาศประวัติส่วนตัว ไม่เช่นนั้นอาจส่งผลกระทบต่อสถานภาพงานในปัจจุบันได้ ดังนั้นควรจะจัดระบบป้องกันการขอดูประวัติส่วนตัวที่นำไปประกาศไว้บนเว็บไซต์ อย่างเช่น ประกาศอย่างไม่ระบุชื่อหรือบางเว็บไซต์จะให้ผู้หางานใช้โปรแกรมป้องกันไม่ให้นายจ้างคนปัจจุบันสามารถเข้าไปดูข้อมูลส่วนตัว

5. **ตอบรับการช่วยเหลือที่เว็บไซต์เสนอให้** เว็บไซต์ช่วยหางานส่วนมากจะมีระบบส่งอีเมลแจ้งข่าวตำแหน่งว่าง เมื่อผู้หางานเข้าไปค้นหาตำแหน่งงานแล้ว ระบบจะคอยส่งอีเมลไปเตือนเมื่อมีตำแหน่งที่ค้นหาเปิดรับสมัครและจะส่ง ประวัติส่วนตัวของผู้สมัครไปให้กับผู้ว่าจ้างทันที ผู้ว่าจ้างจะได้รับประวัติส่วนตัวภายในเวลา 5 นาที หลังจากระบบจับคู่ตำแหน่งงานกับประวัติผู้สมัครแล้ว ระบบนี้เรียกว่า “ตัวแทนค้นหาตำแหน่งว่าง” (Personal Search Agents) ผู้สมัครเพียงแคกรอกข้อมูลเกี่ยวกับงานที่ต้องการ เพียงเท่านี้ตัวแทนค้นหาหางานส่วนตัวซึ่งก็คือคอมพิวเตอร์นั่นเองก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างให้ เช่น ตรวจสอบงานที่ลงประกาศในเว็บทั้งหมด ส่งอีเมลแจ้งงานที่ตรงกับคุณสมบัติของผู้สมัครเป็นระยะ ๆ และปกป้องความเป็นส่วนตัวของผู้สมัคร เป็นต้น ดังนั้นหากเว็บไซต์ใดมีระบบที่คอยช่วยเหลือดังนี้ผู้หางานจึงควรตอบรับไว้

6. **หมั่นตรวจสอบข้อมูล** เมื่อได้ฝากประวัติให้เว็บไซต์หางานช่วยประกาศแล้ว ผู้สมัครจะต้องหมั่นปรับปรุงข้อมูลประวัติส่วนตัวให้ทันสมัยและน่าสนใจอยู่เสมอ ตลอดจนถึงตรวจเช็คอีเมลว่ามีการแจ้งตำแหน่งงานว่างส่งมาจากเว็บหรือไม่

จากแนวคิดเกี่ยวกับการหางานและสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามที่ใช้วัดระดับของอิทธิพลที่ปัจจัยด้านต่าง ๆ มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้เว็บไซต์หางาน โดยแนวคิดด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับหางานทางอินเทอร์เน็ต เช่น การเขียนประวัติส่วนตัวออนไลน์ การแจ้งผลการรับสมัคร การค้นหาจากฐานข้อมูล สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดเรื่องปัจจัยด้านบริการของเว็บไซต์หางานที่มีผลให้ผู้เลือกใช้เว็บไซต์นั้น ๆ ส่วนแนวคิดด้านข้อดีและข้อเสียของการสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต ก็สามารถนำมาใช้กำหนดตัวเลือกด้านพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานในส่วนเหตุผลที่เลือกใช้เว็บไซต์หางาน และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อตัวผู้ใช้โดยตรง เช่น ด้านความปลอดภัยของข้อมูลผู้ใช้ เป็นต้น นอกจากนี้ จากบริการของเว็บไซต์หางานที่ยกมาเป็นตัวอย่างทั้ง 4 แห่ง สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยด้านบริการ ด้านการใช้งาน และปัจจัยด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะในแง่บริการ

เสริม นอกเหนือจากการรับสมัครงาน เช่น การจัดกิจกรรมนัดพบแรงงานและการฝึกอบรม การจัดกระดานสนทนา และการจัดเนื้อหาส่วนวิชาการและสาระความรู้ต่าง ๆ เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

น้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ (2543, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานคร กับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสาร ด้วยการศึกษากลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวในระยะเวลาแตกต่างกันในประเด็นพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในระยะเริ่มต้น และศึกษาว่าการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างจะมีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลในครอบครัวหรือไม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 123 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลทั้งก่อนและหลังการใช้อินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้ 2-3 วันต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาการใช้ 2 ชั่วโมงต่อครั้ง และนิยมใช้การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมาคือ การสืบค้นหาข้อมูลด้วยไฮเปอร์เท็กซ์และการสนทนาทางอินเทอร์เน็ต ผู้ที่มีความถี่ในการใช้มากจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชนลดลง แต่ระยะเวลาการเปิดรับสื่อมวลชนไม่ลดลง และผู้ที่มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตมากมีความถี่และระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ลดลง แต่ความถี่และระยะเวลาในการชมโทรทัศน์และฟังวิทยุไม่ลดลง แต่ผู้ที่มีความถี่และระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตมากไม่มีพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลในครอบครัวลดลง ส่วนตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน มีความสัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ต

ธนิสท์ เกษมไชยานันท์ (2544, น. บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับการใช้ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เว็บไซต์เฉลี่ยสัปดาห์ละ 5.52 ครั้ง และมีระยะเวลาการใช้เฉลี่ยครั้งละ 2.44 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้น้อยที่สุดคือระหว่าง 20.01-24.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์มาแล้ว 1-2 ปี สถานที่ที่ใช้มากที่สุดคือบ้านและที่ทำงาน และส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์โดยไม่เสียค่าบริการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้ 3 อันดับแรก คือ เพื่อสืบค้นข้อมูล เพื่อส่งข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อความบันเทิง โดยเว็บไซต์ 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่าง

นิยมใช้มากที่สุด คือ www.hotmail.com, www.yahoo.com และ www.sanook.com กลุ่มตัวอย่างมีการคาดหวังประโยชน์ที่จะได้จากเว็บไซต์โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยประโยชน์ 3 อันดับแรก ที่คาดหวังคือ การช่วยให้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ช่วยค้นหาความรู้ใหม่ ๆ ในด้านการศึกษาและงานวิจัย และช่วยประหยัดเวลาในการสื่อสาร ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ นั่นคือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

วลณี โอฟาริโชติสถานนท์ (2544, น. บทคัดย่อ) ศึกษาความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์และเว็บมาสเตอร์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ 7 ฉบับ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้วมากกว่า 4 ปี โดยมักจะใช้ที่บ้าน และเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐสูงสุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยในการอ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์น้อยกว่า 1 ชั่วโมง กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมของความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ในระดับมาก แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมีปัญหาด้านการดาวน์โหลดข้อมูลช้า และปัญหาขัดข้องทางเทคนิคและแม่ข่าย เช่น สายหลุดบ่อย หน้าเว็บเพจแสดงผลผิดพลาด (Error)

ในส่วนการสัมภาษณ์ พบว่านโยบายการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพียงสื่อเสริมที่มุ่งสร้างภาพลักษณ์องค์กร และเนื้อหาในเว็บไซต์มักไม่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ปกติ ยกเว้นบางฉบับที่มีคอลัมน์พิเศษ เช่น คอลัมน์ไอทีของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ และเนื้อหาด้านการวิเคราะห์เศรษฐกิจของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจและกรุงเทพธุรกิจ

อริชัย อรรถอุดม (2545, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการหางานและสมัครงาน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างคาดหวังประโยชน์จากการใช้บริการค้นหาตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระดับสูง โดยคาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสารการสมัครงาน ประหยัดค่าใช้จ่าย และจะได้งานที่พอใจที่สุด

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า ตัวแปรเพศและอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์จากการใช้บริการหาตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเพศ อายุ อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการหา

ตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ความถี่และเวลาที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้หาตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ญาดา มะลิตอง (2551, น. บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ต โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 5 วันต่อสัปดาห์ และใช้ครั้งละมากกว่า 3 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ใช้มาแล้วเป็นเวลา 4-5 ปี และสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือที่ทำงาน ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น.

นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวัง และความพึงพอใจเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ตในด้านการให้ข้อมูลความรู้มากที่สุด โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับระดับความคาดหวังและความพึงพอใจคือเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และตัวแปรอายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษายังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ในด้านความถี่และระยะเวลาในการใช้อีกด้วย ในขณะที่พฤติกรรมการใช้ด้านความถี่และระยะเวลาการใช้เองก็มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ต

จารุวรรณ กิตตินราภรณ์ (2550, น. บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีเวลาในการใช้แต่ละครั้ง 15-30 นาที และมีความพึงพอใจกับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ ยังพบว่าตัวแปรเพศ ชั้นปีที่ศึกษา และรายได้ของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตัวแปรคณะที่ศึกษา และรายได้ของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับ

ในด้านการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่ามีความสัมพันธ์กับเพศ ที่พักอาศัย และคณะที่ศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนในด้านความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่ามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับ

มนต์ชัย ศรีเพชรนัย (2547, น. บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยในด้านพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า สถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตในวันธรรมดาและวันหยุดมากที่สุดคือที่บ้าน โดยส่วนใหญ่

ใช้ในช่วง 18.01-21.00 น. ในวันธรรมดา และ 21.01-24.00 น. ในวันหยุด บริการที่ใช้มากที่สุด คือ การสืบค้นจากเครือข่ายใยแมงมุม จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และการสนทนาผ่านเครือข่าย โดยเว็บไซต์ที่ใช้มากที่สุดคือ www.google.com โดยมีเหตุผลหลักในการใช้คือการต้องการแสวงหาความรู้ และแหล่งที่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือสื่อมวลชน

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตคือตัวแปรเพศ อาชีพ รายได้ ปัจจัยภายในของผู้ใช้ ได้แก่ ความต้องการในการเล่น เกม ความต้องการมีเพื่อนจากการสนทนาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การใช้อีเมล กระดานสนทนา และเว็บแคม (Web Cam) ปัจจัยภายนอกของผู้ใช้ ได้แก่ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านหนังสือพิมพ์ เพื่อน และโทรทัศน์

มณีวัลย์ เอมะอมร (2541, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นคนไทย โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นชาย อายุต่ำกว่า 25 ปี มีอาชีพนักศึกษา มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน และมีพฤติกรรมในการใช้วันละไม่เกิน 1 ชั่วโมง บริการมากที่สุดคือเครือข่ายใยแมงมุม โดยมีจุดประสงค์เพื่อรับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ และเพื่อความบันเทิง

ในด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความพอใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้จากอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเครือข่ายใยแมงมุมและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นการใช้งาน (Task-oriented) เช่น การนำมาปรับปรุงการทำงานหรือประกอบวิชาชีพให้ดีขึ้น แต่กลุ่มตัวอย่างยังใช้งานในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือด้านผ่อนคลายอารมณ์ความรู้สึก (Emotion-oriented) ซึ่งกำลังกับด้านการทำงาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 8 ชิ้นข้างต้น สามารถนำมาประกอบกับแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อเป็นกรอบในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตทำงาน” ได้ดังนี้

1. กรอบแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยวิเคราะห์ผลการวิจัยต่าง ๆ ข้างต้น โดยเฉพาะงานวิจัยของอริชัย อรรถอุดม และญาติ มะลิทอง ที่พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 24-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท นอกจากนี้ ผลการวิจัยของมนต์ชัย ศรีเพชรน้อย และน้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ ยังพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการใช้และความคาดหวังที่มีต่อสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งตัวแปรและผลการวิจัยเกี่ยวกับ

อินเทอร์เน็ตสามารถนำมาใช้เป็นกรอบสำหรับตั้งตัวแปรและสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ได้

2. กรอบแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต จากงานวิจัยของอริชัย อรรคอุดม, ญาดา มะลิทอง และ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้ว 4-5 ปี รวมถึงรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับเว็บไซต์หางานจากสื่อออนไลน์ และเลือกใช้เว็บไซต์หางานเพราะต้องการลดปัญหาด้านการเดินทาง นอกจากนี้ ในผลการวิจัยของจากรูวรรณ กิตตินราภรณ์ ยังระบุว่าพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและความพึงพอใจจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งตัวแปรและผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นกรอบสำหรับตั้งตัวแปรและสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ได้

3. กรอบแนวคิดเกี่ยวกับบริการต่าง ๆ ที่ผู้ใช้คาดหวังจากสื่ออินเทอร์เน็ต ได้จากการศึกษาผลการวิจัยของมณีวัลย์ เอมะอมร ที่พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความพอใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้จากโดยเฉพาะเครือข่ายใยแมงมุมและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และนิยมใช้งานในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือด้านผ่อนคลายอารมณ์ความรู้สึก และงานวิจัยของวัลณี โอฟารโซติสถานนท์ ที่พบว่าผู้ใช้มีปัญหาด้านการดาวน์โหลดข้อมูลซ้ำ และปัญหาขัดข้องทางเทคนิคและแม่ข่าย และงานวิจัยของอริชัย อรรคอุดม ซึ่งพบว่าปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตคือการที่ผู้ใช้ไม่เข้าใจวิธีการสมัครและกรอกแบบฟอร์ม ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการกำหนดบริการต่าง ๆ ที่ผู้ใช้คาดหวังจากสื่ออินเทอร์เน็ตทั้งในด้านการใช้งานและด้านอารมณ์ รวมถึงกำหนดตัวแปรที่เป็นปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้ใช้ไม่ยอมพบจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตสำหรับงานวิจัยครั้งนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน” หลังจากที่ได้รวบรวมและศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงความสัมพันธ์ของสมมติฐานต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการเก็บข้อมูลและทดสอบสมมติฐานต่อไป ดังนี้

ภาพที่ 2.3

แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

