

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อีเมลสำนักงาน” ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้อีเมลสำนักงานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อีเมลสำนักงาน
 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้อีเมลสำนักงานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อีเมลสำนักงาน
- จากการประมวลผลของข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนเพศชายมีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 18-21 ปี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในระดับ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษา จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0

พฤติกรรมการใช้อีเมลสำนักงาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพิ่งเริ่มใช้อีเมลสำนักงานไม่ถึง 1 ปี มีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 โดยส่วนใหญ่ใช้อีเมลสำนักงาน 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ

54.3 และส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์หางาน 2-3 เว็บไซต์ในการหางานแต่ละครั้ง มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 โดยส่วนใหญ่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานจากสื่อออนไลน์มากที่สุด จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 และส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์หางานเพราะความสะดวก รวดเร็ว จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์ www.google.com ในการหางาน โดยมีกลุ่มตัวอย่างเลือกจำนวน 113 คน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน

ปัจจัยด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก หรือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 โดยปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลสูงสุดคือด้านความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ปัจจัยด้านบริการมีอิทธิพลต่อกกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.92) โดยบริการค้นหาที่แม่นยำและครอบคลุมมีอิทธิพลสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ปัจจัยด้านการใช้งานมีอิทธิพลต่อกกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยประเด็นการใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนมีอิทธิพลสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อกกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยประเด็นการแบ่งหมวดหมู่อาชีพ ระดับของงาน ประเภทของบริษัท พื้นที่ทำงานอย่างชัดเจนมีอิทธิพลสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลต่อกกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.04) โดยประเด็นการรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครในฐานข้อมูลมีอิทธิพลสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ปัจจัยด้านอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อกกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.66) โดยประเด็นการมีเครือข่ายพันธมิตรกับเว็บไซต์รับสมัครงานอื่นมีอิทธิพลสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 2.912)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ในด้านบริการของเว็บไซต์หางาน มีผู้แสดงความคิดเห็นในด้านบวก 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 มีผู้แสดงความคิดเห็นในแง่ที่ควรปรับปรุง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 มีผู้ไม่แสดงความคิดเห็น 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96.0

ในด้านการใช้งานเว็บไซต์หางาน มีผู้แสดงความคิดเห็นในด้านบวก 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 มีผู้แสดงความคิดเห็นในแง่ที่ควรปรับปรุง 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีผู้ไม่แสดงความคิดเห็น 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.25

ในด้านเนื้อหา มีผู้แสดงความคิดเห็นในด้านบวก 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 มีผู้แสดงความคิดเห็นในแง่ที่ควรปรับปรุง 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 มีผู้ไม่แสดงความคิดเห็น 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25

ในด้านความปลอดภัย มีผู้แสดงความคิดเห็นในด้านบวก 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 มีผู้แสดงความคิดเห็นในแง่ที่ควรปรับปรุง 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 มีผู้ไม่แสดงความคิดเห็น 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5

ในด้านความคิดเห็นอื่น ๆ มีผู้แสดงความคิดเห็นให้ปรับปรุงด้านต่าง ๆ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 มีผู้ไม่แสดงความคิดเห็น 376 คน คิดเป็นร้อยละ 97

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จากการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีเพศหญิง	ยอมรับ
1.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีอายุ 26-29 ปี	ปฏิเสธ
1.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี	ปฏิเสธ
1.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีรายได้ ต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า	ยอมรับ
1.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	ปฏิเสธ

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จากการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.2

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
2.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เริ่มใช้เว็บไซต์หางานมาแล้ว 4-5 ปี	ปฏิเสธ
2.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์หางานครั้งละ 3-4 ชั่วโมง	ปฏิเสธ
2.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์หางานจำนวน 4-5 เว็บไซต์ต่อการหางานแต่ละครั้ง	ปฏิเสธ
2.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานจากสื่อออนไลน์	ยอมรับ
2.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์ หางานเพราะช่วยลดปัญหาด้านการเดินทาง	ปฏิเสธ

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานทุกด้าน อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ การศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ รายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ โดยสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.3
แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
3.1.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.1.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.1.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.1.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.1.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่ต่างกัน	ปฏิเสธ
3.2.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.2.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.2.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
3.2.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
3.2.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่ต่างกัน	ยอมรับ
3.3.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์ หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.3.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
3.3.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์ หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
3.3.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
3.3.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์ หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
3.4.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์ หางานที่ต่างกัน	ปฏิเสธ

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
3.4.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่ต่างกัน	ยอมรับ
3.4.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่ต่างกัน	ยอมรับ
3.4.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
3.4.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่ต่างกัน	ยอมรับ
3.5.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.5.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.5.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
3.5.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
3.5.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระยะเวลาที่เริ่มใช้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ ระยะเวลาที่ใช้แต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านบริการ จำนวนเว็บไซต์ที่ใช้แต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ แหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว เหตุผลในการเลือกใช้เว็บไซต์หางานมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเนื้อหาและด้านอื่น ๆ โดยสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.4

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
4.1.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาที่เริ่มใช้เว็บไซต์หางานแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.1.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาที่เริ่มใช้เว็บไซต์หางานแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
4.1.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาที่เริ่มใช้เว็บไซต์หางานแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
4.1.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาที่เริ่มใช้เว็บไซต์หางานแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่ต่างกัน	ยอมรับ

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
4.1.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาที่เริ่มใช้เว็บไซต์หางานแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
4.2.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้งแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
4.2.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้งแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.2.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้งแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.2.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้งแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.2.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้งแตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.3.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้แตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.3.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้แตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
4.3.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้แตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
4.3.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้แตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.3.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้แตกต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
4.4.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานจากแหล่งต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.4.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานจากแหล่งต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
4.4.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานจากแหล่งต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
4.4.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานจากแหล่งต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่ต่างกัน	ยอมรับ
4.4.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานจากแหล่งต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
4.5.1 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเหตุผลในการใช้เว็บไซต์หางานต่างกัน จะมีปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.5.2 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเหตุผลในการใช้เว็บไซต์หางานต่างกัน จะมีปัจจัยด้านการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.5.3 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเหตุผลในการใช้เว็บไซต์หางานต่างกัน จะมีปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
4.5.4 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเหตุผลในการใช้เว็บไซต์หางานต่างกัน จะมีปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
4.5.5 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเหตุผลในการใช้เว็บไซต์หางานต่างกัน จะมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานที่แตกต่างกัน	ยอมรับ

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากสมมติฐานที่ 1 ที่คาดเดาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยอ้างอิงจากผลการวิจัยของอริชัย อรรถอุดม (2545, น. บทคัดย่อ) ซึ่งวิจัยในช่วง พ.ศ. 2545 พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศและรายได้ตรงกับที่คาดเดาไว้ล่วงหน้า กล่าวคือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีรายได้ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า โดยในประเด็นด้านเพศ ถึงแม้ว่าเพศของกลุ่มตัวอย่างจะขึ้นอยู่กับการเลือกแจกแบบสอบถามเป็นหลัก แต่ก็สามารถวิเคราะห์ประกอบได้ว่า เว็บไซต์หางานในปัจจุบันมีปัจจัยหลายประการที่เอื้ออำนวยต่อผู้ใช้เพศหญิง เช่น การมีทั้งตำแหน่งที่เปิดรับผู้สมัครทั้งสองเพศ และตำแหน่งที่มักเปิดรับเฉพาะเพศหญิง (เช่น เลขานุการพยาบาล แม่บ้าน) ส่วนตำแหน่งงานที่แต่เดิมมักเปิดรับแต่ผู้สมัครเพศชาย เช่น วิศวกร สถาปนิก ช่างเทคนิค ปัจจุบันก็พบว่าการเปิดรับผู้สมัครเพศหญิงมากขึ้น สอดคล้องกับกระแสสังคมสมัยใหม่ที่ส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางเพศในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะในองค์กรมหาชนและองค์กรระหว่างประเทศ ที่มักยินดีเปิดรับผู้สมัครเพศหญิงเพื่อแสดงฐานะนายจ้างที่มีความเท่าเทียมและไม่มีการกีดกันทางเพศ อันเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรผ่านสื่อรับสมัครงานทางหนึ่ง

ส่วนผลการวิจัยในด้านรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์หางานส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มที่มีรายได้อยู่ในขั้นต่ำนั้น เป็นเพราะผู้ใช้ส่วนใหญ่ยังเป็นผู้ที่เพิ่งจบการศึกษาที่ยังไม่มีรายได้หรือไม่ได้ประกอบอาชีพมาก่อน รวมทั้งอาจเป็นกลุ่มที่ต้องการเปลี่ยนงานเพราะงานเดิมที่ทำอยู่มีรายได้ต่ำเกินไปทำให้ไม่พอค่าใช้จ่าย และการเลือกใช้เว็บไซต์หางานเป็นวิธีที่ไม่เสียค่าบริการ จึงทำให้คนกลุ่มนี้น่าจะเป็นกลุ่มที่ใช้เว็บไซต์หางานมากเป็นพิเศษ

อย่างไรก็ดี ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ไม่เป็นไปตามที่คาดเดาไว้ในสมมติฐาน คือ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีอายุ 18-21 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงเริ่มต้นของวัยทำงาน ต่างจากที่คาดเดาไว้คือมีอายุระหว่าง 26-29 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงกลางของวัยทำงาน ทั้งนี้เป็นเพราะพื้นที่ในการเก็บตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสถานศึกษา ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยเพิ่งจบการศึกษา นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันประชาชนที่นิยมใช้เว็บไซต์หางานมีอายุน้อยลง สาเหตุหนึ่งอาจเป็นเพราะคนรุ่นใหม่มีการเรียนรู้และคุ้นเคยกับเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ต

ตั้งแต่อายุน้อยหรือในขณะยังศึกษาอยู่ ทำให้ไม่จำเป็นต้องมาเริ่มเรียนรู้เมื่อเริ่มทำงานเหมือนในอดีต

ในด้านระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา ต่างจากที่คาดเดาไว้คือระดับปริญญาตรี ทั้งนี้เป็นเพราะผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีตามสะดวก และเก็บตัวอย่างจากสถาบันอุดมศึกษาด้านอาชีวศึกษาจำนวนประมาณกึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับอาชีวศึกษา

ในด้านอาชีพ ผลการวิจัยที่ได้ไม่ตรงกับที่คาดไว้ล่วงหน้า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ไม่ใช่พนักงานบริษัทเอกชนรับจ้าง อันเป็นผลมาจากการเก็บตัวอย่างในสถานศึกษาเป็นจำนวนมาก ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางาน

จากสมมติฐานที่ 2 ที่คาดเดาพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยอ้างอิงจากผลการวิจัยของอริชัย อรรถอุดม (2545, น. บทคัดย่อ) และ ญาดา มะลิทอง (2551, น. บทคัดย่อ) พบว่า พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นไปตามสมมติฐานคือ แหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางาน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานจากสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณابนแบนเนอร์ และป๊อปอัพในหน้าเว็บไซต์ และโฆษณาทางอีเมล รวมถึงการใช้เว็บค้นหา หรือ Search Engine ในการหารายชื่อเว็บไซต์หางาน ดังจะเห็นได้จากผลรายชื่อเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุดคือ www.google.com ซึ่งเป็น Search Engine ที่ช่วยให้ผู้ใช้หาเว็บไซต์หางานหรือหาตำแหน่งงานที่ต้องการได้โดยตรง นอกจากนี้ ยังเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว จึงน่าจะมีการเปิดรับสื่อทางช่องทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นมีความรวดเร็ว ทันสมัย และผู้ใช้เป็นประจำแทบจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดรับข่าวสาร แต่ผลการวิจัยในประเด็นนี้ขัดแย้งกับผลการวิจัยของมนต์ชัย ศรีเพชรนัย (2547, น. 106) ที่ระบุว่า เพื่อน เป็นแหล่งข้อมูลในกลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญมากที่สุดในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

อย่างไรก็ดี พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานในประเด็นอื่น ๆ นั้นล้วนไม่ตรงกับที่คาดเดาไว้ล่วงหน้าทั้งสิ้น ได้แก่ด้านระยะเวลาที่เริ่มใช้เว็บไซต์หางาน ระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้ง จำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้ในแต่ละครั้ง และเหตุผลที่เลือกใช้เว็บไซต์หางาน โดยในด้านระยะเวลาที่เริ่มใช้เว็บไซต์หางาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพิ่งเริ่มใช้เว็บไซต์หางานมาไม่ถึง 1 ปี (จากที่

คาดเดาไว้ 4-5 ปี) เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่อยู่ในช่วงปีสุดท้ายที่กำลังจะจบการศึกษาและต้องการหางาน จึงได้เริ่มเรียนรู้การใช้เว็บไซต์เพื่อหางานครั้งแรก หรือได้รับคำแนะนำให้ทดลองใช้เว็บไซต์หางานเป็นครั้งแรกจากฝ่ายแนะแนวของสถานศึกษา

ในด้านระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์หางาน 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง (จากที่คาดเดาไว้ 3-4 ชั่วโมงต่อครั้ง) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในด้านระยะเวลาที่เริ่มใช้และอาชีพของผู้ใช้ เนื่องจากการใช้ 1-2 ชั่วโมงเหมาะสมกับผู้เริ่มใช้โดยไม่สั้นหรือยาวนานจนเกินไป และเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมกับนักศึกษาที่สามารถใช้ที่บ้านหรือที่สถานศึกษาก็ได้ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของจากรุวรรณ กิตตินราภรณ์ (2550, น. บทคัดย่อ) ซึ่งทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาและได้ผลการวิจัยด้านระยะเวลาการใช้คล้ายคลึงกัน นอกจากนี้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าระยะเวลาการใช้ที่น้อยกว่าที่คาดเดาไว้อาจเป็นผลมาจากพัฒนาการในหลาย ๆ ด้าน เช่นระบบการค้นหาฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ประมวลผลได้เร็วขึ้น และระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่แพร่หลายมากขึ้น ทำให้การใช้งานเว็บไซต์หางานในปัจจุบันกินเวลาน้อยกว่าในอดีต

ในด้านจำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้ในการหางานแต่ละครั้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์หางาน 2-3 เว็บไซต์ต่อการหางานแต่ละครั้ง (จากที่คาดเดาไว้ 4-5 เว็บไซต์) ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่เว็บไซต์หางานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นมากกว่าในอดีต ทำให้ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องใช้เว็บไซต์หลายแห่งก็สามารถหางานที่ต้องการได้ หรือในอีกแง่หนึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่เพิ่งเริ่มใช้เว็บไซต์หางานได้ไม่นาน จึงยังไม่มี ความชำนาญหรือคุ้นเคยมากพอที่จะใช้เว็บไซต์หางานที่ละหลาย ๆ เว็บไซต์

ในด้านเหตุผลในการใช้เว็บไซต์หางาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะความสะดวก รวดเร็ว (จากที่คาดเดาไว้ว่าเพื่อลดปัญหาด้านการเดินทาง) แสดงว่าเหตุผลหลักในการใช้เว็บไซต์หางานคือความสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งนับว่าเป็นจุดแข็งหลักของสื่อออนไลน์ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ญาดา มะลิทอง (2551, น. บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความคาดหวังจากกลุ่มตัวอย่างว่าจะได้ข่าวสารรวดเร็วกว่าสื่อประเภทอื่น และสามารถค้นหาข้อมูลได้ในทุกด้าน อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยในประเด็นนี้ไม่ได้ผิดไปจากที่คาดเดาไว้มากนัก เพราะการลดปัญหาเรื่องการเดินทางก็ถือเป็นการใช้ประโยชน์จากความสะดวกรวดเร็วของสื่อออนไลน์ทางหนึ่ง เพียงแต่ ไม่ได้เน้นที่ความสะดวกในการเดินทางเพียงอย่างเดียว

สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน พบว่า ตัวแปรเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านใด ๆ เลย ซึ่งขัดแย้งกับผลการวิจัยของอริชัย อรรถอุดม (2545, น. บทคัดย่อ) ที่ระบุว่าตัวแปรด้านเพศมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์จากการใช้บริการหาตำแหน่งงาน ทั้งนี้ สามารถวิเคราะห์ได้ว่าในปัจจุบันกระแสสังคมมีการเน้นหนักเรื่องความเท่าเทียมกันทางเพศมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านโอกาสทางอาชีพ ดังจะเห็นได้จากตำแหน่งงานที่เปิดรับทั้งสองเพศมีมากขึ้น เว็บไซต์หางานต่าง ๆ จึงมุ่งพัฒนาบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ทั้งสองเพศอย่างเท่าเทียม จนอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์หางานนั้นครอบคลุมคนทั้งสองเพศเท่า ๆ กัน ทำให้ผู้ใช้เพศชายและหญิงมีความคาดหวังต่อการได้ประโยชน์จากเว็บไซต์หางานแทบจะไม่ต่างกัน

นอกจากนี้ ยังพบว่าตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลจากปัจจัยด้านเนื้อหา ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันด้านอื่น ๆ นอกจากเพศ จะมีความคาดหวังจากการใช้ประโยชน์ในด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และด้านอื่น ๆ จากเว็บไซต์หางานแตกต่างกัน ซึ่งโดยรวมแล้วสอดคล้องกับผลการศึกษาของญาดา มะลิทอง (2551, น. บทคัดย่อ) และ น้ำทิพย์ สำเนาประเสริฐ (2543, น. บทคัดย่อ) ที่ระบุว่าตัวแปรอายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ส่งผลให้ผู้ใช้มีความคาดหวังและความพึงพอใจในการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดในทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อของกาญจนา แก้วเทพ (2547, น. 218-219) ที่กล่าวว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกัน ทำให้คนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายในการใช้สื่อที่ต่างกัน

อย่างไรก็ดี พบว่ามีเพียงลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาและรายได้เท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nojin Kwak (อ้างถึงใน ญาดา มะลิทอง, 2551, น. 148) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกัน โดยคนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากมีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่อง และสามารถเข้าใจสารได้ดี จึงส่งผลให้เลือกใช้สื่อมากประเภทกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ ด้วยเหตุนี้ ปัจจัยด้านการใช้งานจึงมีอิทธิพลแตกต่างกันกับผู้ใช้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน นอกจากนี้ ผลการวิจัยในประเด็นนี้ยังเป็นไปตามแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ของยุบล เบญจรงค์กิจ (2534,

น. 93-94) ที่กล่าวว่า รายได้และระดับการศึกษาเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกัน และมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก กล่าวคือ ผู้มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงตามไปด้วย จึงทำให้ตัวแปรระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านต่าง ๆ ในลักษณะคล้ายคลึงกัน

เป็นที่น่าสังเกตว่า ปัจจัยด้านบริการไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ข้อใดเลย ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า บริการของเว็บไซต์หางานในปัจจุบันส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน จึงไม่มีความแตกต่างกันในมุมมองของผู้ใช้ โดยจากผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ใช้ทุกกลุ่มมองว่าปัจจัยด้านบริการมีอิทธิพลอยู่ในระดับมากในทุก ๆ ข้อ ไม่ว่าจะเป็นการค้นหา การรับสมัคร การแจ้งผล/ข่าวสาร และด้านฐานข้อมูล

กล่าวโดยสรุป ผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 3 พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์บางข้อ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อการใช้สื่อ ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองการสื่อสารของแคทซ์และคณะ (1993, pp. 133-134) ที่ระบุว่า สภาวะทางจิตใจและสังคมที่แตกต่างกันของผู้ใช้ จะมีผลทำให้บุคคลเกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ ในลักษณะที่แตกต่างกัน อันจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน ตามหลักการของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ผู้สื่อสารจะมีลักษณะเป็นผู้กระทำ การใช้สื่อส่วนใหญ่ทำไปโดยมีจุดมุ่งหมาย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการใช้เว็บไซต์หางานนั้นเป็นการใช้สื่อที่มีเป้าหมายชัดเจน นั่นคือการทำงานที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้แต่ละคน

2. ยึดถือผู้รับสารเป็นหลัก คือมองว่าผู้รับสารใช้สื่ออย่างไร โดยมีเจตนาอย่างไร ไม่ใช่มองว่าสื่อมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารแต่ฝ่ายเดียว ซึ่งจะเห็นได้ว่าเว็บไซต์หางานนั้นเป็นสื่อที่มีจำนวนหลากหลาย และเสนอตนเองเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ใช้ด้วยบริการและรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้มีอิสระในการเลือกอย่างเสรีตามความต้องการ ความคาดหวัง หรือแม้แตความชอบของตนเอง โดยแทบจะไม่โดนอิทธิพลหรือแรงกดดันจากตัวสื่อ เนื่องจากเว็บไซต์หางานนั้นอยู่บนสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงค่อนข้างต่ำ และไม่มีอุปสรรคด้านเวลาและสถานที่ นอกจากนี้ ผู้ใช้ยังสามารถเปลี่ยนไปใช้เว็บไซต์หางานต่าง ๆ ตามที่ตนเองเห็นสมควรได้โดยไม่มีอุปสรรคด้านเวลาหรือค่าใช้จ่าย

3. บุคคลสามารถอธิบายความสนใจหรือแรงจูงใจของตนเองในเรื่องต่าง ๆ ได้ นั่นคือ ผู้ใช้เว็บไซต์หางานสามารถอธิบายแรงจูงใจในการเลือกใช้เว็บไซต์หางานของตนได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของแต่ละคน เช่น ผู้ใช้ที่เป็นนักศึกษามีความต้องการในการเริ่มทำงาน จึงใช้เว็บไซต์หางานโดยไม่เน้นเลือกลักษณะหรือ

ประเภทของงานมากนัก ในขณะที่ผู้ใช้ที่เป็นพนักงานบริษัทจะมีเป้าหมายในการหางานใหม่ที่ดีกว่างานเดิมที่ทำอยู่ จึงเลือกใช้เว็บไซต์หางานโดยเน้นที่คุณภาพของข้อมูลมากกว่าปริมาณ เป็นต้น

สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางาน กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางาน กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน พบว่า ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้เว็บไซต์หางานมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทุกด้าน ยกเว้นด้านบริการ ส่วนตัวแปรระยะเวลาที่ใช้ในการหางานแต่ละครั้ง พบว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านบริการเพียงด้านเดียวเท่านั้น และไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา ด้านความปลอดภัย และด้านอื่น ๆ

สำหรับตัวแปรจำนวนเว็บไซต์หางานที่ใช้ในการหางานแต่ละครั้ง พบว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา และด้านอื่น ๆ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านบริการและด้านความปลอดภัย ในขณะที่ตัวแปรแหล่งที่รับทราบชื่อเว็บไซต์หางานมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งาน ด้านเนื้อหา และด้านความปลอดภัย แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านบริการและด้านอื่น ๆ

สำหรับตัวแปรเหตุผลในการใช้เว็บไซต์หางาน พบว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเนื้อหาและด้านอื่น ๆ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านบริการ ด้านการใช้งาน และด้านความปลอดภัย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้ที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อเว็บไซต์หางานต่างกัน เช่น ผู้ที่เริ่มใช้เว็บไซต์หางานและยังไม่มีประสบการณ์ มักจะคาดหวังในด้านความไม่ซับซ้อนในการใช้งานมากกว่าด้านอื่น ๆ ส่วนผู้ใช้เว็บไซต์หางานที่หลายแห่ง ก็น่าจะมีความคาดหวังในด้านเนื้อหาที่มีครอบคลุม และมีการแบ่งหมวดหมู่ชัดเจนมากกว่าด้านอื่น ๆ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Yoon Kin Tong (2009, p. 1) ที่ระบุว่า ผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้และการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตน้อย จะคาดหวังการใช้ประโยชน์จากสื่อรับสมัครงานออนไลน์น้อยกว่าผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมาก และมีแนวโน้มที่จะหันไปใช้บริการสื่อรับสมัครงานแบบดั้งเดิม (เช่น สื่อสิ่งพิมพ์) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ ซึ่งอธิบายว่า การเลือกใช้สื่อของบุคคล ต้องมีแรงจูงใจหรือความคาดหวังต่อสื่อ นั้นก่อน แล้วจึงนำไปสู่การบริโภคสื่อในรูปแบบที่แตกต่างกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, น. 385) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของญาดา มะลิทอง (2551, น. 154) ที่พบว่าความคาดหวังในการทำหน้าที่ของสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากผู้รับสารนั้น

มีแรงจูงใจหรือความคาดหวังที่มีต่อสื่ออยู่ในใจก่อนแล้ว จึงมีการตัดสินใจเลือกใช้สื่อนั้น ๆ ตามมา โดยเป็นการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ของตนเอง

อย่างไรก็ดี เป็นที่น่าสังเกตว่า ปัจจัยด้านบริการนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์หางานข้อใดเลย ยกเว้นแต่เพียงระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้งเท่านั้น ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า บริการของเว็บไซต์หางานในปัจจุบันส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน จึงไม่มีความแตกต่างกันในมุมมองของผู้ใช้ที่มีพฤติกรรมการใช้ต่างกัน ยกเว้นในกลุ่มผู้ใช้ที่มีระยะเวลาการใช้แต่ละครั้งต่างกัน เนื่องจากบริการบางชนิดเป็นบริการที่เอื้ออำนวยต่อผู้ใช้ที่ใช้เป็นเวลายาวนาน หรือทำให้การใช้เว็บไซต์หางานกินเวลาน้อยลง เช่น บริการค้นหาที่แม่นยำและครอบคลุม การสมัครผ่านเว็บไซต์โดยตรง และการสมัครครั้งเดียวได้หลายบริษัท ในขณะที่บริการบางชนิดเป็นบริการที่ทำให้ผู้ใช้ต้องใช้เว็บไซต์หางานนานขึ้น เช่น บริการดาวน์โหลดแบบฟอร์มประวัติส่วนตัวและจดหมายสมัครงาน เป็นต้น

ปัจจัยด้านอื่น ๆ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางาน” ได้แบ่งประเภทของปัจจัยออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านบริการ
2. ปัจจัยด้านการใช้งาน
3. ปัจจัยด้านเนื้อหา
4. ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว
5. ปัจจัยด้านอื่น ๆ

สำหรับปัจจัย 4 ด้านแรกเป็นปัจจัยส่วนที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะและบริการเว็บไซต์หางานโดยตรง ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เนื่องจากเป็นส่วนที่ผู้จัดทำเว็บไซต์หางานสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและพัฒนาได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านสุดท้ายคือด้านอื่น ๆ นั้น คือการมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นส่วนส่งเสริมการทำงานของงานเว็บไซต์หางาน หรือช่วยสนับสนุนการใช้งานของผู้ใช้ ซึ่งอาจไม่ใช่หน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงของผู้จัดทำเว็บไซต์หางาน แต่เป็นปัจจัยที่ต้องอาศัยความร่วมมือในการปฏิบัติร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายกิจกรรม ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ตลอดจนความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจอื่น ๆ โดยรายละเอียดของปัจจัยด้านอื่น ๆ นั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักได้ดังนี้

1. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่
 - มีการจัดกิจกรรมนัดพบแรงงาน
 - มีการจัดฝึกอบรมและสัมมนา
 - มีการจัดกิจกรรมหรือเกมชิงรางวัล
2. บริการเสริมในเว็บไซต์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการหางานโดยตรง ได้แก่
 - มีกระดานสนทนาสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็น
3. ความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่
 - มีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือน่าสนใจ
 - มีการเชื่อมโยงกับสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่ออื่น ๆ
 - มีเครือข่ายพันธมิตรกับเว็บไซต์รับสมัครงานอื่น ๆ
 - มีบริการเชื่อมโยงกับ Social Network (Twitter, Facebook, ฯลฯ)

โดยค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านอื่น ๆ ทั้ง 3 ประเภทสามารถแสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.5

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านอื่น ๆ ทั้ง 3 ประเภท

ปัจจัยด้านอื่น ๆ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับของ อิทธิพล
กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์	2.45	0.68	น้อย
บริการเสริมในเว็บไซต์ (กระดานสนทนา)	2.62	0.77	มาก
ความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ	2.82	0.58	มาก
รวม	2.66	0.54	มาก

จากตารางที่ 5.5 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ากิจกรรมส่งเสริมการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานน้อย ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า การใช้เว็บไซต์หางานเป็นการใช้สื่อที่มีความสมบูรณ์และครบถ้วนในตัวเอง ผู้ใช้เมื่อหางานและสมัครงานทางเว็บไซต์ได้แล้วก็แทบจะไม่ต้องมีความจำเป็นต้องเข้าร่วมกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ อีกเพื่อให้บรรลุเป้าหมายซึ่งคือการหางานที่ตรงตามความต้องการ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจากสมมติฐานที่ 2 ในส่วนเหตุผลที่ใช้

เว็บไซต์หางาน พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์หางานเพราะความสะดวก รวดเร็ว ซึ่งเป็นจุดแข็งของเว็บไซต์หางานทางสื่ออินเทอร์เน็ต ที่สามารถช่วยในการหางาน สมัครงาน รวมถึงให้ความรู้ในการฝึกอบรมทางวิชาชีพต่าง ๆ ได้สะดวกกว่าการที่จะต้องไปร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นงานนัดพบแรงงาน งานฝึกอบรมและสัมมนา หรือกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ เช่น เกมชิงรางวัล จึงอาจกล่าวได้ว่าความสะดวกของเว็บไซต์หางานและสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้เห็นความสำคัญของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์น้อยลง

ในส่วนบริการเสริมในเว็บไซต์ (กระดานสนทนา) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามียอดสูงสุด ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่า กระดานสนทนาถือเป็นลักษณะเด่นของสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเอื้ออำนวยให้ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (Interactivity) โดยไม่มีอุปสรรคด้านเวลาและสถานที่ ดังนั้น กระดานสนทนาจึงเป็นสิ่งที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญสูง จึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เว็บไซต์หางานมากที่สุดในบรรดาปัจจัยส่วนเสริมการใช้งานเว็บไซต์หางาน

ในส่วนความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ หรือการเชื่อมโยงกับแหล่งข้อมูลภายนอกต่าง ๆ นั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามียอดอยู่ในระดับมากเช่นกัน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่าเป็นเพราะลักษณะเด่นของสื่ออินเทอร์เน็ตอีกประการหนึ่ง ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือแม้แต่เชื่อมโยงกับสื่ออื่น ๆ ได้ (เช่น การออกอากาศรายการโทรทัศน์หรือวิทยุทางอินเทอร์เน็ต) โดยที่ผู้ใช้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายหรือเสียเวลาในการเปิดรับ นอกจากนี้ เว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมหรือ Social Network ก็เป็นการส่งเสริมให้ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันทางหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ผู้ใช้เว็บไซต์หางานจึงให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงหรือความร่วมมือกับฝ่ายต่าง ๆ ที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจของผู้จัดทำเว็บไซต์หางานอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

1. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุน้อย หรืออยู่ในช่วงเริ่มต้นของวัยทำงาน โดยมากเป็นนักศึกษาที่เพิ่งจบการศึกษา ดังนั้นผู้จัดทำเว็บไซต์หางานควรกำหนดกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการใช้กลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึง เช่น การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์หางานที่สถานศึกษา โดยอาจจัดกิจกรรมร่วมกับฝ่ายแนะแนวของสถานศึกษา เช่น กิจกรรมแนะนำขั้นตอนการหางานและสมัครงานออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับสถาบันอุดมศึกษาในส่วนอาชีวศึกษาและมหาวิทยาลัยเท่าเทียมกัน เนื่องจากนักศึกษาของสถาบันอาชีวศึกษาในปัจจุบันได้สนใจการหางานจากเว็บไซต์มากขึ้น ซึ่งนับเป็นการขยายตลาด

และฐานลูกค้าของผู้จัดทำเว็บไซต์หางานให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายยิ่งขึ้น และยังนำไปสู่การให้โอกาสทางอาชีพอย่างเท่าเทียมกันในอนาคต

2. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่มใช้เว็บไซต์หางานได้ไม่นาน (ไม่ถึง 1 ปี) และส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์หางานแต่ละครั้งใช้เวลาสั้นลงกว่าในอดีต ดังนั้นผู้จัดทำเว็บไซต์หางานจึงควรคำนึงถึงการสร้างเว็บไซต์และบริการที่ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว รวมถึงเข้าใจได้ง่าย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้เว็บไซต์หางานมากนัก และให้สอดคล้องกับนิสัยการใช้ของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่ต้องการความรวดเร็วเป็นหลัก จึงควรปรับปรุงเนื้อหาให้มีความกระชับและชัดเจน ทำให้ผู้ใช้สามารถหาสิ่งที่ต้องการได้ง่าย เช่น การวางตำแหน่งช่องสำหรับค้นหาตำแหน่งงานไว้ในจุดที่มองเห็นได้ชัดเจน การจัดหมวดหมู่ตำแหน่งงานให้ชัดเจน และหลีกเลี่ยงการใส่เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องจนรกรุงรัง หรือใช้ข้อความที่ยาวเยิ่นเย้อเกินไป

3. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่รับทราบชื่อเว็บไซต์จากสื่อออนไลน์ ผู้จัดทำเว็บไซต์หางานจึงควรใช้ช่องทางนี้ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์หางานของตนให้เป็นที่รู้จัก เช่น การโฆษณาทางอีเมลและแบนเนอร์ต่าง ๆ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าผู้ใช้จำนวนมากใช้วิธีค้นหาชื่อตำแหน่งงานหรือชื่อเว็บไซต์หางานจากเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล (Search Engine) ดังนั้นผู้จัดทำเว็บไซต์หางานจึงควรมีการปรับปรุงเว็บไซต์ของตนให้ง่ายต่อการค้นหา (Search Engine Optimization) หรือลงโฆษณาเป็นผู้สนับสนุนในเว็บไซด์ค้นหาข้อมูลที่มีผู้ใช้มาก เช่น เป็น Sponsor Link ในเว็บไซด์ www.google.co.th เป็นต้น

4. ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่เลือกใช้เว็บไซต์หางานคือความสะดวก รวดเร็ว และการมีตำแหน่งงานให้เลือกมากกว่าสื่ออื่น ๆ ดังนั้นผู้จัดทำเว็บไซต์จึงควรทำให้เว็บไซต์ของตนมีลักษณะดังกล่าวนี้เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและตรงตามความต้องการของผู้ใช้ เช่น ปรับปรุงฐานข้อมูลให้สามารถค้นหาได้รวดเร็ว ปรับปรุงการใช้งานให้ทำได้ง่ายและสะดวก เพิ่มตำแหน่งงานที่มีความหลากหลาย เช่น งานด้านศิลปะ บันเทิง งานสำหรับเพศทางเลือก หรืองานจากต่างประเทศ เป็นต้น

5. ผลการวิจัยพบว่า การแบ่งหมวดหมู่อาชีพ ระดับงาน บริษัท พื้นที่ทำงานอย่างชัดเจน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สูงที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะสื่อออนไลน์สามารถบรรจุข้อมูลได้มากและอาจทำให้การค้นหาล่าช้าหากไม่มีการจัดหมวดหมู่ให้ชัดเจนพอ ดังนั้น ผู้จัดทำเว็บไซต์หางานจึงควรเน้นหนักในการจัดแบ่งหมวดหมู่ข้อมูลให้ชัดเจนและเป็นระเบียบ เช่น การแบ่งระดับของงานออกเป็นระดับเจ้าหน้าที่ ระดับผู้จัดการ ระดับฝึกหัด รวมถึงการแบ่งระดับของบริษัท เช่น บริษัทขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ บริษัทมหาชน บริษัทที่มีหลายสาขา บริษัทในต่างประเทศ หรือการแบ่งพื้นที่ในการทำงานออกเป็นงานในเขตกรุงเทพฯ (แบ่งตามเขต) และต่างจังหวัด (แบ่ง

ตามภาค) เป็นต้น รวมถึงการจัดทำหมวดหมู่ที่แบ่งไว้นั้นให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย เช่น การทำเป็นปุ่มสำหรับคลิกบริเวณด้านบน (Header) ของเว็บไซต์ หรือทำเป็น Navigation Bar ที่ผู้ใช้สามารถคลิกเลือกส่วนที่ต้องการชมได้ทันทีไม่ว่าจะเปิดหน้าใดอยู่

6. ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ หรือปัจจัยส่วนเสริมการใช้งานเว็บไซต์ หางาน การมีกระดานสนทนา และการเชื่อมโยงกับพันธมิตรทางธุรกิจของเว็บไซต์หางาน เช่น เว็บไซต์หางานอื่น ๆ สื่อมวลชนต่าง ๆ และเว็บไซต์เครือข่ายสังคม เป็นสิ่งที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญในระดับมาก ดังนั้นผู้จัดทำเว็บไซต์จึงควรจัดให้มีกระดานสนทนาระหว่างผู้ใช้และดูแลการใช้งานให้เป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงสร้างความร่วมมือกับเว็บไซต์อื่น ๆ และสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาและบริการให้ครบวงจรสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ ส่วนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์ โดยเฉพาะกิจกรรมเกมชิงรางวัลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อย ผู้จัดทำเว็บไซต์จึงอาจลดจำนวนกิจกรรมด้านนี้ลง แล้วนำงบประมาณไปเพิ่มกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการ หรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลมากกว่า ซึ่งจะเกิดความคุ้มค่ากว่า

7. จากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในด้านบริการ พบว่ายังมีผู้ใช้บางคนรู้สึกว่าบริการในเว็บไซต์หางานยังไม่หลากหลายเท่าที่ควร และผู้จัดทำควรเพิ่มบริการใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายและช่วยในการหางานมากกว่านี้ เช่น บริการคั่นหางานแบบเป็นขั้นตอน (Step-By-Step) สำหรับผู้ใช้ที่ไม่มีประสบการณ์ในการหางาน บริการให้คำปรึกษาในการสมัครงาน บริการจัดหาตำแหน่งงานที่สอดคล้องกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้โดยอัตโนมัติ เป็นต้น

8. จากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในด้านการใช้งาน พบว่ามีผู้ใช้บางคนรู้สึกว่าการทำงานยังเข้าใจยาก และการโหลดแสดงผลทำได้ช้าเกินไป ผู้จัดทำจึงควรปรับปรุงเว็บไซต์ให้ใช้งานง่ายและแสดงผลได้เร็วขึ้น เช่น มีการอธิบายการใช้ชัดเจน หรือระบุวิธีใช้เป็นขั้นตอนที่เข้าใจง่าย ลดการใส่รูปหรือเนื้อหาที่ไม่จำเป็นซึ่งจะทำให้เว็บไซต์แสดงผลได้ช้า รวมถึงใช้สีที่อ่านได้สบายตา เพราะเป็นเว็บไซต์ที่ต้องใช้เวลาในการอ่านนาน

9. จากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในด้านเนื้อหา ผู้จัดทำเว็บไซต์ควรปรับปรุงเนื้อหาให้มีความหลากหลาย ให้รายละเอียดของตำแหน่งงานอย่างครบถ้วน มีการปรับปรุงฐานข้อมูลและอัปเดตตำแหน่งงานใหม่เป็นประจำ รวมถึงลบตำแหน่งงานที่พ้นกำหนดสมัครไปแล้วออกจากฐานข้อมูลเพื่อป้องกันความสับสน และพยายามหลีกเลี่ยงการใส่โฆษณาที่อาจทำความรำคาญให้ผู้ใช้ โดยเฉพาะจำพวกป๊อปอัพ (Pop Up) ที่ขึ้นมาบังเนื้อหาในเว็บไซต์

10. จากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ผู้จัดทำเว็บไซต์ควรมีมาตรการตรวจสอบข้อความที่ลงประกาศว่าเป็นความจริงทุกประการ รวมถึงมีการตรวจสอบนายจ้าง และป้องกันข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครในฐานข้อมูลจากการถูก

นำไปใช้โดยบริษัทประกันชีวิตและบัตรเครดิต เช่น การใช้รหัสผ่าน หรือการยืนยันข้อมูลของผู้ลงประกาศด้วยบัตรประชาชนหรือเอกสารจดทะเบียนบริษัทที่ถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้ ควรระบุมাত্রการด้านความปลอดภัยที่ใช้และรับรองความปลอดภัยไว้บนหน้าเว็บไซต์ รวมไปถึงระบบป้องกันไวรัสหรือภัยอันตรายจากอินเทอร์เน็ตอื่น ๆ ให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความอุ่นใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการจัดทำวิจัยเกี่ยวกับการใช้งานและบริการของเว็บไซต์หางานเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ทุก ๆ 5-7 ปี เนื่องจากเทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตมีการเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างรวดเร็วเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ ทำให้ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ใช้มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงตามอย่างรวดเร็ว การวิจัยอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้สามารถติดตามความเปลี่ยนแปลงและคาดเดาแนวโน้มในอนาคตได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการใช้งานเว็บไซต์หางานของนักศึกษาในสายอาชีพจะศึกษาและสายสามัญศึกษา เพื่อหาความแตกต่างและนำมาใช้เป็นแนวทางในการลดช่องว่างระหว่างนักศึกษาสองกลุ่ม เพื่อให้เกิดการสร้างโอกาสทางอาชีพที่เท่าเทียมกันในอนาคต
3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ เลือกเก็บเฉพาะผู้ที่เคยสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการเก็บข้อมูลจากผู้ที่ไม่เคยสมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ตมาก่อนเพื่อมาเปรียบเทียบกัน และนำข้อมูลที่ได้เป็นพื้นฐานในการกำหนดแนวทางพัฒนาบริการของเว็บไซต์หางานสำหรับผู้ไม่เคยใช้มาก่อน เพื่อดึงดูดผู้ไม่เคยใช้ให้หันมาใช้มากขึ้น
4. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ทักษะคิดของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์หางานแต่ละแห่ง อุปสรรคที่พบในการหางานและสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เจ้าของเว็บไซต์ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ โดยอาจศึกษาเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น
5. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปจึงน่าจะศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในส่วนภูมิภาคอื่น ซึ่งภูมิภาคที่อาศัยอาจเป็นตัวแปรที่ทำให้พฤติกรรมการใช้ และความคาดหวังจากการใช้เว็บไซต์หางานแตกต่างกันได้