



ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน

นันทสินี คงแจ้^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน 2) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน 3) เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำนวน 400 ราย การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มอย่างมีแบบระบบ เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานหน่วยงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มักเข้าใช้ในช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. เหตุผลที่เลือกใช้ส่วนใหญ่ได้งานตรงตามความต้องการ ผู้ใช้ส่วนใหญ่เลือกใช้ผ่านทาง JOBTHAI และลักษณะที่เลือกเข้าใช้งาน โดยเลือกจากรูปภาพประกอบงานรับสมัคร

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ที่มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การนำมาใช้งานจริง ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยภาพรวม เมื่อจำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศอายุ มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกัน งานวิจัยนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกใช้, แอปพลิเคชันงาน

¹ นักประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ สำนักรงานเขตคันทนา

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 091 703 3599 อีเมล: nansinee.ninew@gmail.com



Factor in Decision to Use Job Applications

Nansinee Kongjang^{1*}

Abstract

The purposes of this research are 1) to study the behavior and attitude of the application users. 2) to study the deciding factors of applying for a job application. 3) to compare factors in factors in the decision to use job applications by the general status of respondents. The sample group used in the research is 400 people who used the job application. Sampling for this research is Systematic Sampling. The research tool is a questionnaire.

The result of the research reveals that most of the used job applications are female, aged between 25 - 40 years old with a bachelor's degree. Their Occupation is an employee of a private agency company with an average monthly income between 15,000 – 30,000 baht. For the behavior and attitude of job application users, most of them often access the use job applications during 18.01 – 00.00. Most users choose to use it through the application JOBTHAL Making a decision by picture or illustration of the recruitment way they use.

Factors in the decision to use applications in general reach the most important level, while the most important factor affecting the decision of using the application is the actual implementation, the ease of using the perception of benefits, and the attitude toward the use.

The comparison of the differences between the factors in the decision of using the application for a job applying is that when classified by gender and age, it is different when classified by gender the highest level of education, occupation, and average monthly income, there is no difference. This research set the level of statistical significance at the .05 level.

Keywords: Decision to Use, Job Application

¹ Public Relation Officer Department of the environment and sanitation, Khannayao District Office

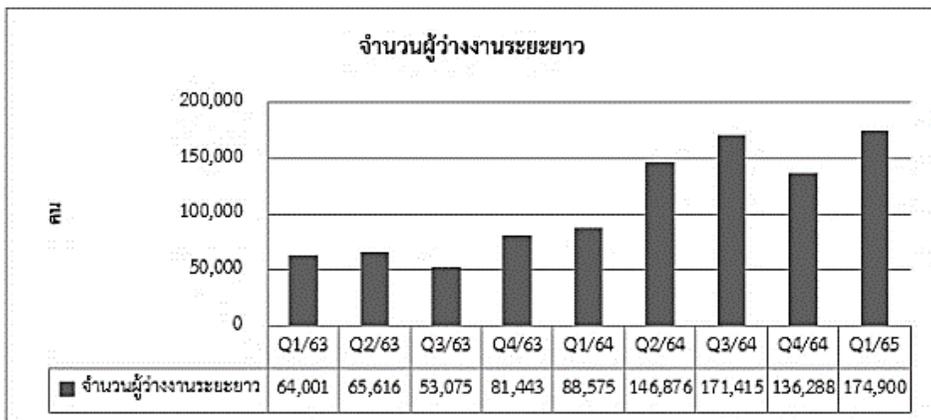
* Corresponding Author, Tel. 091 703 3599 e-mail: nansinee.ninew@gmail.com



1. บทนำ

ด้วยสาเหตุอัตรารว่างงานทั้งปี 2565 ภาพรวมสถานการณ์ด้านแรงงานในประเทศไทย ปรับตัวดีขึ้น โดยอัตรารว่างงานไทยปี 2565 ลดลงมาอยู่ที่ระดับร้อยละ 1.15 คิดเป็นผู้ว่างงานจำนวน 4.6 แสนคน จากระดับปี 2564 ที่ร้อยละ 1.96 อัตรารว่างงานไทยยังไม่กลับไปสู่ระดับก่อนเกิดการระบาดของโควิดเมื่อปี 2562 ที่ร้อยละ 0.98 (The Standard Wealth, 2566)

ด้วยสถานการณ์การทำงานของประชากรไทย พบว่าอัตรารว่างงานเป็นรายไตรมาส พ.ศ. 2561–2564 มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นการว่างงานระยะยาว (ว่างงานมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป) มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น คือในไตรมาสที่ผ่านมา มีจำนวนแรงงานที่ว่างงานมานานกว่า 1 ปีเป็นจำนวนทั้งสิ้น 174,900 คน เพิ่มขึ้นจากในไตรมาสก่อนหน้าที่มีจำนวนผู้ว่างงานระยะยาว 136,288 คน เพิ่มขึ้น ถึง 38,612 คน และถือว่าเป็นจำนวนที่มากที่สุดนับตั้งแต่ปี 2563 ที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยจำนวนแรงงานที่ว่างงานในระยะยาวที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับในไตรมาสที่ 3/2564 ที่มีล็อกดาวน์ (Lockdown) จากสถานการณ์โควิดระบาดโดยในขณะนั้น มีจำนวนผู้ว่างงานระยะยาว 171,415 คน ดังภาพ 1



ภาพที่ 1 จำนวนผู้ว่างงานระยะยาว 2563–2565 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทั้งความเจริญก้าวหน้า และการเติบโตของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้การสื่อสารมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด โดยจากผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทย ปี 2563 พบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตนานขึ้นเฉลี่ย 12 ชั่วโมง 26 นาทีต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมามากถึง 2 ชั่วโมง 4 นาทีต่อวัน ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลเพิ่มขึ้น โดยประชากร แต่ละช่วงอายุมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากขึ้น โดยเฉพาะประชากรในกลุ่ม Generation Y เป็นกลุ่มที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดติดต่อกันเป็นปีที่ 6 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565) ทั้งนี้จากการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า มีการใช้จากโทรศัพท์มือถือสูงถึง 96.2% ใช้จากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊กส่วนตัว 46.1% ใช้จากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊กของที่ทำงาน 19.3% และใช้จากแท็บเล็ต 27.6% โดยคนไทยใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงถึง 9 ชั่วโมง 06 นาทีต่อวัน (Bangkokbiznews, 2565)



เทคโนโลยีมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิต สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ได้มีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันของมนุษย์ และ โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) คือส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งาน สมาร์ทโฟน (Smart Phone) เข้าถึงสื่อต่าง ๆ การทำงานผ่านช่องทางออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้นการใช้งานในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2566 มีจำนวนผู้เข้าใช้งานทั้งในส่วนของเว็บไซต์ และ โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) มากกว่า 4.6 ล้านครั้ง โดยมีสมาชิกมากกว่า 3.2 ล้านคน (JobsDB, 2566)

จากข้างต้นที่กล่าวมา ผู้วิจัยเห็นถึงอัตราการว่างงานของแรงงานในประเทศไทย พฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงมากขึ้น และการให้ความสำคัญกับสมาร์ทโฟนที่มีบทบาทมากขึ้น ในชีวิตประจำวันของ มนุษย์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษามุมมองของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงาน ว่ามีพฤติกรรม ทักษะคิด และการให้ความสำคัญต่อบริการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน ในแต่ละด้านเป็นอย่างไรช่วยให้ ผู้ออกแบบแอปพลิเคชันสมัครงานพัฒนา ปรับเปลี่ยนรูปแบบ แอปพลิเคชันสมัครงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในแอปพลิเคชันสมัครงานแบบสูงสุด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 3.1 ด้านผู้ประกอบการ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้พัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชัน หรือการกำหนดแนวทางการตลาดได้ดียิ่งขึ้นในอนาคตต่อไป
- 3.2 ด้านหน่วยภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลวิจัยไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนา แอปพลิเคชันสำหรับสมัครของหน่วยงานภาครัฐในอนาคตต่อไป
- 3.3 ด้านการศึกษา นักวิชาการ สามารถนำผลงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการประกอบการสอน ต่อยอดการทำวิจัยเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันในอนาคตต่อไป

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1 พฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

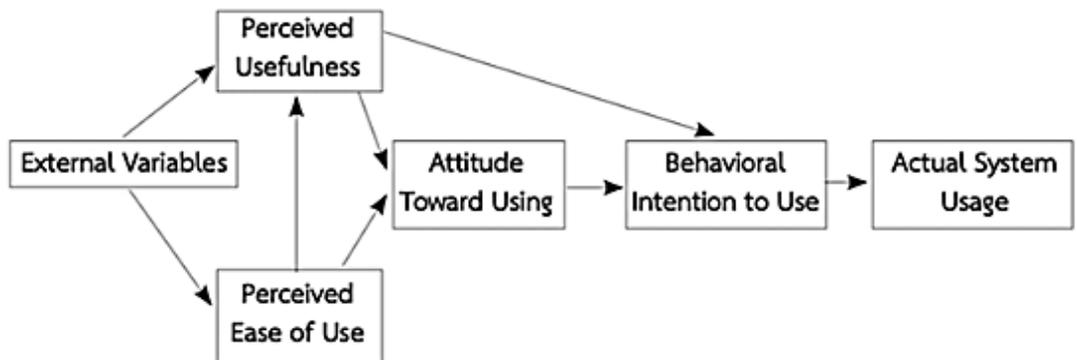
4.1.1 Davis et al. (1989) กล่าวถึง พฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่า พฤติกรรม หรือการกระทำที่ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ ได้รับอิทธิพล ทางอ้อมต่อการรับรู้ว่าการใช้งานง่าย และการรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบ ผู้ใช้จะแสดงพฤติกรรมการใช้ออกมา ในรูปแบบใด ก็ขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานถ้าผู้ใช้มีทัศนคติเชิงบวกกับระบบสารสนเทศก็จะมีพฤติกรรมการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศด้วย



4.1.2 สิ่งหะ หนีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) กล่าวถึง การยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีและ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

ดังนั้น หลังจากการได้ทดลองใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงาน เป็นการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั้งสิ้น (Foster, 1973) กล่าวถึงพฤติกรรมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่า การที่ประชาชนได้รับการเรียนรู้โดยการศึกษาผ่านขั้นของการรับรู้ ซึ่งจะเกิดการยอมรับขึ้นและถ้าหากได้รับการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยการเรียนรู้นั้น จะเกิดผลต่อเมื่อได้รับการทดลองปฏิบัติโดยเมื่อเขาแน่ใจแล้วว่าสิ่งนั้นสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างจริงจัง จึงกล้าตัดสินใจยอมรับสิ่งนั้น

4.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model :TAM) เป็นทฤษฎีที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989) ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำแบบมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) TRA โดย TAM เป็นแบบจำลองที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ได้แก่ “การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน” (Perceived Ease of Use – PEOU) และ “การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้” (Perceived Usefulness - PU) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ “ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี” (Behavioral Intention) มีทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ได้แก่ “ตัวแปรภายนอก” (External Variables) “การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน” (PEOU) “การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้” (PU) และ “ทัศนคติ” (Attitude) ซึ่งในท้ายที่สุดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี จะส่งอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีนั้น



ภาพที่ 2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Davis et al., 1989)

4.2.1 Ajzen (1991) และ Davis et al. (1989) ได้นำทฤษฎีของ Technology Acceptance Model (TAM) ประยุกต์กับการพยากรณ์พฤติกรรมและความเข้าใจของมนุษย์ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

External Variable หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรภายนอกสร้างจากการรับรู้ให้แต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ ประสบการณ์ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น



Perceived Usefulness หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ซึ่งเป็นตัว กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคล กล่าวคือ แต่ละคนจะรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วย ในการพัฒนา หรือศักยภาพผลงาน ของตัวเองได้อย่างไรบ้าง

Perceived Ease of Use หมายถึง การรับรู้ความง่ายในการใช้งานซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ใน ปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่

Attitude toward Use หมายถึง ทศนคติที่มีต่อการใช้ว่า แต่ละบุคคลมีความสนใจที่จะใช้ระบบ เทคโนโลยีหรือยอมรับการใช้งาน

Intention to Use หมายถึง การตั้งใจที่จะใช้งาน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมสนใจที่จะใช้ เทคโนโลยี

Actual Systems Use หมายถึง การที่บุคคลการยอมรับเทคโนโลยีและนำมาใช้งานจริง

จากที่กล่าวมาข้างต้น แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มีการพัฒนาปรับปรุงอย่าง ต่อเนื่อง ในด้านความไม่สมบูรณ์ครบถ้วนของการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การใช้งานของแบบจำลองในรุ่น ก่อนหน้า ผลจากการปรับปรุงเพิ่มเติมความสามารถของแบบจำลอง สิ่งที่ตามมา คือความสัมพันธ์ที่มีความ ซับซ้อนที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสะดวกในการประยุกต์ใช้งาน รวมทั้งการวิเคราะห์และแปลผล

4.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (McKechnie et al., 2006) มิติเกี่ยวกับความเสี่ยงที่ จะนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีได้ดังนี้

4.3.1 ความเสี่ยงด้านการเงิน หมายถึง ความเชื่อของผู้ใช้บริการว่าจะมีค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ควร จะเป็น

4.3.2 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security) หมายถึง ความเชื่อเกี่ยวกับการสูญเสียที่ ผู้ใช้บริการอาจได้รับจากความไม่ปลอดภัยของระบบ

4.3.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ (Privacy Concern) หมายถึง การถูก ละเมิดหรือลักลอบ นำความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ความซื่อสัตย์ ของผู้ให้บริการด้วยเช่นกัน

ดังนั้น สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความเสี่ยง เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ เนื่องจากเป็นความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้จากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงาน ทั้ง ความเสี่ยงที่มาจากผู้สร้างแอปพลิเคชันสมัครงาน ระบบการสื่อสาร การเก็บข้อมูลผู้ใช้งาน และตัวผู้ใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงานเอง

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวน ประชากรที่แน่ชัด

5.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบ จำนวนประชากร (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) โดยใช้สูตร

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$



โดยที่ n = กลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด ไม่ต่ำกว่า 50% ($P = 0.50$)

e = ค่าความคาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ($e = 0.05$)

Z = ระดับความเชื่อมั่น 95% ($Z = 1.96$)

$$n = \frac{(.50)(1 - .50)(1.96)^2}{.05^2}$$

= 384.16 หรือ 384

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคาดเคลื่อน $\pm 5\%$ เมื่อคำนวณกลุ่มตัวอย่างจะได้เท่ากับ 384 คน ผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถามเพิ่มเป็น 400 ราย เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการเก็บข้อมูล

5.1.3 การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling)

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย และการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะ แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อความจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อความจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อความจำนวน 37 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert)

5.3 คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฉบับร่างภายหลัง การนำไปทดลองใช้ (Try-Out) โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จะคำนวณหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) เป็นรายข้อของแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้มีค่าระหว่าง 0.329-0.709 ในส่วนของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ปรากฏผลได้ค่า 0.929 โดยการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

5.4 วิธีการเก็บรวบรวม

5.4.1 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย

5.4.2 ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน Google form ก่อนนำเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ ได้แก่ กลุ่ม เฟซบุ๊ก (Facebook) และกลุ่มสังคมออนไลน์อื่น ๆ อาทิ ไลน์ (LINE) และอินสตาแกรม (Instagram)

5.4.3 ผู้วิจัยได้ทำการกระจายแบบสอบถามออนไลน์ให้ทั่วภูมิภาคโดยใช้ระยะเวลาในการเก็บระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2565



5.4.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

5.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรมเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ตามลำดับ 7 ขั้นตอน ดังนี้

5.5.1 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

5.5.2 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงานจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

5.5.3 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยแบบจำแนกสองทาง (Compare Means) ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

5.5.4 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

5.5.5 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม และทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยแบบจำแนกสองทาง (Compare Means) ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อ 2

5.5.6 การเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกสถานภาพทั่วไป โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับสถานภาพทั่วไปด้านเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่มสำหรับตัวแปรด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis

5.5.7 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จากแบบสอบถามตอนที่ 4 ที่มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าความถี่ (Frequency) โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานหน่วยงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท

6.1 พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักเข้าใช้ในช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. เหตุผลที่เลือกใช้เวลาดังกล่าวได้งานตรงตามความต้องการ ผู้ตอบ



แบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้ผ่านช่องทาง JOBTHAI และลักษณะที่เลือกเข้าใช้งาน โดยเลือกจากรูปภาพประกอบงานรับสมัคร

6.2 ผลการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	ระดับความสำคัญ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม	4.57	0.37	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยภาพรวม	4.55	0.40	มากที่สุด
1. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสมัครงาน	4.46	0.62	มาก
2. ช่วยลดเวลาและสามารถไปทำอย่างอื่นได้เพิ่มมากขึ้น	4.58	0.56	มากที่สุด
3. ช่วยให้การสมัครงานเร็วขึ้น	4.60	0.54	มากที่สุด
4. ช่วยให้สามารถหางานที่หลากหลายมากขึ้น	4.61	0.52	มากที่สุด
5. ช่วยให้รับข่าวสารข้อมูลการสมัครงานที่ถูกต้อง	4.48	0.64	มาก
6. ช่วยให้เปรียบเทียบสวัสดิการได้ง่ายขึ้น	4.47	0.65	มาก
7. ช่วยให้เปรียบเทียบเงินเดือนได้ง่ายขึ้น	4.49	0.63	มาก
8. ช่วยให้คัดกรองเฉพาะสิ่งที่สนใจสมัครงานได้	4.57	0.52	มากที่สุด
9. ช่วยให้สามารถค้นหางานได้อย่างแม่นยำ	4.48	0.60	มาก
10. ช่วยลดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเดินทาง เอกสารประกอบการสมัครงาน	4.61	0.55	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยภาพรวม	4.55	0.40	มากที่สุด
11. มีประโยชน์ต่อผู้ใช้ที่ไม่สะดวกในการเดินทาง	4.62	0.52	มากที่สุด
12. สามารถเรียนรู้วิธีการใช้ได้ด้วยตนเอง	4.59	0.55	มากที่สุด
13. ลดความเสี่ยงอันตราย เช่น การติดเชื่อจากการสัมผัส และอุบัติเหตุจากการเดินทาง	4.54	0.65	มากที่สุด
ด้านความง่ายในการใช้งาน โดยภาพรวม	4.58	0.47	มากที่สุด
14. ง่ายต่อการติดตั้งแอปพลิเคชัน	4.56	0.59	มากที่สุด
15. ง่ายต่อการค้นหางาน	4.57	0.59	มากที่สุด
16. สามารถทำได้ตลอดเวลา	4.68	0.51	มากที่สุด
17. การออกแบบบนแอปพลิเคชันใช้งานง่าย	4.57	0.58	มากที่สุด
18. ไม่ต้องใช้เอกสารประกอบการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน	4.55	0.65	มากที่สุด
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ โดยภาพรวม	4.55	0.47	มากที่สุด
19. แอปพลิเคชันสมัครงานมีความน่าเชื่อถือ	4.53	0.60	มากที่สุด
20. การสมัครงานในแอปพลิเคชันเชื่อถือได้	4.49	0.62	มาก
21. คุณภาพของแอปพลิเคชันสมัครงาน	4.52	0.60	มากที่สุด



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	ระดับความสำคัญ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ โดยภาพรวม	4.55	0.47	มากที่สุด
22. แอปพลิเคชันสมัครงานมีบริการครอบคลุม	4.45	0.66	มาก
23. แอปพลิเคชันสมัครงานไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.57	0.57	มากที่สุด
24. การใช้แอปพลิเคชันสมัครงานทำให้ได้งานเร็วขึ้น	4.54	0.63	มากที่สุด
25. สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสมัครงานได้อย่างง่าย	4.65	0.55	มากที่สุด
27. รู้สึกยินดีที่จะแนะนำแอปพลิเคชันสมัครงานให้ผู้อื่น	4.54	0.62	มากที่สุด
28. การสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันมีความทันสมัย	4.62	0.54	มากที่สุด
29. สามารถรับรู้เรื่องราวข่าวสาวผ่านทางารโฆษณาส่งเสริมการสมัครงาน	4.55	0.59	มากที่สุด
30. รู้สึกปลอดภัย จากโรคระบาดไวรัสโคโรนา - 2019	4.63	0.61	มากที่สุด
ด้านการนำมาใช้งานจริง โดยภาพรวม	4.61	0.43	มากที่สุด
31. สามารถศึกษารายละเอียดก่อนการสมัครงานได้เป็นอย่างดี	4.61	0.55	มากที่สุด
32. ทำให้ทราบข้อมูลการสมัครได้ผ่านทางอีเมล	4.58	0.56	มากที่สุด
33. สามารถสมัครงานได้ 24 ชั่วโมง	4.68	0.51	มากที่สุด
34. สามารถสมัครงานได้อย่างรวดเร็วกว่าการเดินทางไปสมัครด้วยตนเอง	4.68	0.50	มากที่สุด
35. ผลลัพธ์ของการสมัครผ่านแอปพลิเคชันไม่ต่างจากการไปสมัครด้วยตนเอง	4.52	0.67	มากที่สุด
36. ทำให้ทราบข้อมูลรวิวิสถานที่ทำงาน	4.54	0.65	มากที่สุด
37. สามารถใช้อุปกรณ์รองรับการใช้งานได้หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น	4.69	0.49	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 สำหรับการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการนำมาใช้งานจริง พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ด้านความง่ายในการใช้งาน พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ พบว่า ระดับการให้ความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ตามลำดับสำหรับการพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.45 - 4.69

6.3 ผลการศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอายุ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย



Independent-Samples t-test และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ แอปพลิเคชันสมัครงาน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova)

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	0.56	0.57
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	0.45	0.65
2. ความง่ายในการใช้งาน	0.56	0.57
3. ทักษะคนที่มีการใช้	1.04	0.30
4. การนำมาใช้งานจริง	-0.53	0.60

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ พบว่าปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม และการเปรียบเทียบเป็นรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอายุ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	F-Value	P-Value
โดยภาพรวม	3.34	0.04*
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	2.27	0.13
2. ความง่ายในการใช้งาน	2.61	0.07
3. ทักษะคนที่มีการใช้	2.38	0.09
4. การนำมาใช้งานจริง	4.86	0.01*

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอายุ พบว่าปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ ด้านการนำมาใช้งานจริง ส่วนเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ แอปพลิเคชันสมัครงาน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 รายการ ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชันสมัครงานทำให้ได้งานเร็วขึ้น การสมัครงานในแอปพลิเคชันเชื่อถือได้ ทำให้ทราบข้อมูลการสมัครได้ผ่าน



ทางอีเมล สามารถสมัครงานได้ 24 ชั่วโมง และสามารถใช้อุปกรณ์รองรับการใช้งานได้หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น

ตารางที่ 4 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	0.57	0.57
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	0.81	0.45
2. ความง่ายในการใช้งาน	0.07	0.93
3. ทศนคติที่มีต่อการใช้	0.39	0.68
4. การนำมาใช้งานจริง	1.02	0.36

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม และการเปรียบเทียบเป็นรายด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอาชีพ

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	0.95	0.45
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	0.43	0.83
2. ความง่ายในการใช้งาน	2.21	0.05*
3. ทศนคติที่มีต่อการใช้	0.52	0.76
4. การนำมาใช้งานจริง	1.30	0.26

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านอาชีพ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน



ตารางที่ 6 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านรายได้

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน	t-Value	P-Value
โดยภาพรวม	0.51	0.60
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	0.62	0.54
2. ความง่ายในการใช้งาน	1.51	0.22
3. ทักษะที่มีต่อการใช้	0.37	0.69
4. การนำมาใช้งานจริง	1.21	0.30

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านรายได้ พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวม และการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.4 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน

ลำดับ	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ	ความถี่
1	สมัครงานได้รวดเร็วดี	21
2	แอปพลิเคชันนั้นก็ที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย	19
3	ค้นหางานที่ต้องการได้ง่ายและรวดเร็ว	14
4	ความง่ายในการใช้งานขึ้นอยู่กับเว็บที่เลือกใช้งานบางเว็บไซต์	12

7. อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

7.1 ความง่ายในการใช้งานของการใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน โดยมีค่าเฉลี่ยความง่ายในการใช้งานเท่ากับ 4.58 อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งการใช้ออปพลิเคชันสมัครงานสามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ง่ายต่อการค้นหางาน สอดคล้องกับ สิทธิชัย ภูเขาแก้ว ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab เมื่อผู้ใช้ทดลองใช้แล้วรับรู้ถึงความง่ายจากขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีฟังก์ชันที่เรียนรู้ได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (สิทธิชัย ภูเขาแก้ว, 2560)

7.2 การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน โดยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้ออปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวมเท่ากับ 4.55 อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งการใช้ออปพลิเคชันสมัครงาน มีประโยชน์ต่อผู้ใช้ที่ไม่สะดวกในการเดินทาง สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ธันยพร สุวัจนพรพงศ์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้ออปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ประโยชน์การใช้ออปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากกลุ่ม



ตัวอย่างรับรู้ประโยชน์ว่าแอปพลิเคชันหาตั๋วเครื่องบินเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้หญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้มีโอกาสทำความรู้จักกับผู้อื่น (ธัญพร สุวจันทร์พรพงศ์ และคณะ, 2562)

7.3 ทักษะที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันสมัครงาน โดยมีค่าเฉลี่ยที่ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานของการใช้แอปพลิเคชันสมัครงานโดยภาพรวมเท่ากับ 4.55 อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งทัศนคติที่มีต่อการใช้งานในแง่ สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้อย่างง่าย และรู้สึกปลอดภัยจากโรคระบาดไวรัสโคโรนา – 2019 สอดคล้องกับ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ของ Davis โดยทฤษฎีดังกล่าวนี้มีปัจจัยหลักได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness) ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อว่าจะช่วยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้ และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งหมายถึง ระดับความเชื่อที่ว่าเทคโนโลยีนั้นไม่ต้องใช้ความพยายามที่จะใช้งาน ซึ่งสามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา (Wantanakomol and Silpcharu, 2020) จะส่งผลต่อไปยังทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using) และส่งผลไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้ (Behavioral Intention to use) จากนั้นจึงเกิดการใช้งานจริง (Actual System Use)

ดังนั้น ผู้ใช้แอปพลิเคชันมีความรู้ความเข้าใจรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้แอปพลิเคชันจะส่งผลต่อการใช้งานความง่ายในการใช้งานนั้น อยู่ที่ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันสู่การตัดสินใจนำมาใช้งานจริง

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแอปพลิเคชัน จากการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันสมัครงานนั้น ผู้ที่ออกแบบแอปพลิเคชัน ควรคำนึงถึงการนำมาใช้จริงของผู้ใช้งาน การสมัครงานได้อย่างรวดเร็วและตรงตามความต้องการของผู้ใช้ โดยไม่รู้สึกลังเลถึงความยุ่งยากในการใช้ ถ้าผู้ออกแบบแอปพลิเคชันเข้าใจถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน และการเลือกปรับแอปพลิเคชัน ให้มีความง่ายต่อการใช้งาน ดังนั้น ผู้ออกแบบแอปพลิเคชันควรคำนึงถึงลักษณะผู้ใช้เป็นอันดับแรกจึงจะทำให้แอปพลิเคชันมีความสมบูรณ์และความสะดวก ในการใช้งานในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในแอปพลิเคชันสมัครงานแบบสูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก คู่กับการแจกแบบสอบถาม เพื่อจะสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้แอปพลิเคชันว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่นอกเหนือจากการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสมัครงาน และนำข้อมูลมาพัฒนาเทคโนโลยีด้านการให้บริการให้ที่น่าสนใจ และด้านอื่นที่สำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชันได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Bangkokbiznews. (2565). *ข้อมูลล่าสุดสถิติใช้ดิจิทัลในไทย จากรายงาน We are social*. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. สืบค้นจาก : <https://www.bangkokbiznews.com/columnist/989552>
- Davis, F., Bagozzi, R., and Warshaw, P. (1989). User Acceptance of Computer Technology: a Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*.
- Foster, G. (1973). *Traditional societies and technological change*. New York: Harper & Row
- JobsDB by SEEK. (2566). *งานไอที อาชีพสุดปังในโลกยุคใหม่ที่ทุกบริษัทต้องการ*. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. สืบค้นจาก : <https://th.jobsdb.com/th-th/articles/งานไอที-อาชีพสุดปัง/>



- McKechnie,S., Winklhofer, H., and Ennew, C. (2006). Applying the technology acceptance model to the online retailing of financial services. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 34(4), 388-410.
- The Standard Wealth. (2566). อัตราว่างงานไทยปี 2565 อยู่ที่ 1.15% ยังไม่กลับสู่ช่วงก่อนโควิด ‘สภาพัฒน์’ ห่วงแรงงานในภาคส่งออก-เด็กจบใหม่. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. จาก : <https://thestandard.co/thai-unemployment-rate-in-2022/>.
- Watanakomol, S. and Silpcharu, T. (2020). Strategy for Preventing Corruptions in Industrial Business Organizations with Delphi Technique. *Academy of Strategic Management Journal*. 20(3), 1-10.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2022). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. สืบค้นจาก : <https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>
- ธัญพร สุวัจนพรพงศ์, ศรีณยธร์ ศศิธนากรแก้ว และวราพรธณ อภิศุภะโชค. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ออนไลน์ของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาควิชาวิทยาศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามัญบิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). การสำรวจภาวะการทำงานของประชากรสำนักงานสถิติแห่งชาติ. [ออนไลน์]. [สืบวันที่ 21 มิถุนายน 2566]. สืบค้นจาก : <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/02.aspx>
- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎีบัณฑิต สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สิทธิชัย ภูเขาแก้ว. (2560). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.