

บทบาทในการจับคู่งาน ของตัวชี้วัดคุณภาพแอปพลิเคชันงานออนไลน์

รับบทความ: 1 กุมภาพันธ์ 2566

แก้ไขบทความเสร็จ: 11 เมษายน 2566

ตอบรับบทความ: 3 พฤษภาคม 2566

ธัญญพัทธ์ ลิขิตธนสมบัติ¹ และเนตรนภา ไวทยเลิศศักดิ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพแอปพลิเคชันงานออนไลน์ และบทบาทในการเพิ่มคุณภาพของการจับคู่ผู้หางานกับนายจ้าง โดยใช้ 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ ระบบ ข้อมูล การบริการ การใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างคนวัยทำงานที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และเคยมีประสบการณ์ได้งานทำผ่านแอปหางานอย่างน้อย 1 ครั้ง รวมทั้งหมด 400 คน แบ่งเป็น 200 คนที่ได้งานในตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานผ่านแอป A และอีก 200 คนที่ได้งานในตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไปผ่านแอป B เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องของบริษัทที่ให้บริการ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มคนวัยทำงานใช้แอปหางานออนไลน์จนได้งานภายใน 1-2 เดือน และมีพฤติกรรมใช้พีจีอาร์คัดกรองหลัก ได้แก่ สายอาชีพ พื้นที่ทำงาน วุฒิการศึกษา เงินเดือน ตัวชี้วัดคุณภาพของแอปที่ส่งผลต่อการจับคู่ของแอป A ในตำแหน่งผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ ข้อมูล การบริการ และการใช้งาน ขณะที่ของแอป B ในตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป ได้แก่ ระบบ ข้อมูล และความพึงพอใจของผู้ใช้ ซึ่งทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับคุณภาพข้อมูลเหมือนกัน ทั้งนี้การหางานผ่านแอปมีประสิทธิภาพดีกับตำแหน่งงานที่หาคนทดแทนได้ง่าย โดยเฉพาะตำแหน่งที่ผู้สมัครมีวุฒิการศึกษาตรงกับที่นายจ้างเปิดรับ เดินทางมาทำงานสะดวก และเรียกเงินเดือนในระดับค่าเฉลี่ยตลาด แต่หากเป็นตำแหน่งงานที่ต้องใช้ทักษะขั้นสูงพบปัญหาความไม่สอดคล้องของอุปสงค์กับอุปทาน โดยผู้หางานมีคุณสมบัติไม่สูงพอกับที่นายจ้างต้องการ การสรรหาพนักงานกลุ่มนี้จากตลาดแรงงานภายนอกผ่านแอปออนไลน์ได้จึงยังมีน้อย

คำสำคัญ: พฤติกรรมการหางาน, แอปพลิเคชันออนไลน์, คุณภาพข้อมูล, บทบาทในการจับคู่งาน, พีจีอาร์ตัวคัดกรอง

¹ หน่วยงานผู้แต่ง: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2 ถนนพระจันทร์ กรุงเทพฯ 10200
อีเมล thanyapat-lik64@tbs.tu.ac.th

² หน่วยงานผู้แต่ง: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2 ถนนพระจันทร์ กรุงเทพฯ 10200
อีเมล natenapa@tbs.tu.ac.th (Corresponding author)

The Role of Job-matching in Online Job Application Quality Indicators

Received: February 1, 2023

*Thanyapat Likittanasombat^{*1} and Natenapha Wailersdak²*

Revised: April 11, 2023

Accepted: May 3, 2023

Abstract

This research studied online job application quality indicators to examine their role in enhancing efficiency in matching job-seekers with employers. Systematic, data, service, usability, and user satisfaction quality variables were used. Quantitative research was conducted based on 400 working-age samples with bachelor's degrees or higher educational levels hired at least once by job application (app). 200 of these obtained entry-level positions through app A and the remaining supervisory posts through app B. Data was collected by questionnaire and analyzed by descriptive statistics and multiple regression, as well as interviews with relevant job app company personnel.

Results were that samples located and applied for jobs by online apps in a one to two month timeframe. Main filter features included career path, location, qualification, and salary. Data, service, and usability were quality indicators that affect job matching for app A samples of entry-level positions, whereas app B samples of supervisory positions employed systematic, information, and user satisfaction as quality metrics. Both groups equally valued information quality. Online apps worked effectively for easy-to-fill vacancies where candidates possessed professional qualifications set forth by employers, easy commutes, and market average proposed salaries. However, for positions requiring advanced skills, job seekers rarely matched employer requirements. Therefore, access to this group of workers through external labor market-based online job apps was only partial.

Keywords: Job search behavior, Online applications, Data quality, Job matching roles, Filter feature

¹ **Affiliation:** Thammasat Business School, Thammasat University 2 Prachan Rd., Bangkok 10200
E-mail: thanyapat-lik64@tbs.tu.ac.th

² **Affiliation:** Thammasat Business School, Thammasat University 2 Prachan Rd., Bangkok 10200
E-mail: natenapa@tbs.tu.ac.th (Corresponding author)

บทนำ (Introduction)

ทฤษฎีการหางาน (Job search theory) ที่ได้รับรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์ ในปี ค.ศ. 2010 อรรถาธิบายว่ากลุ่มคนวัยทำงานมีแนวโน้มเปลี่ยนงานบ่อย ไม่ได้ทำงานอยู่กับบริษัทใด บริษัทหนึ่งนานนัก เป็นเพราะเปิดโอกาสจับคู่ความต้องการงานที่ใช้ของผู้หางานกับความต้องการลูกจ้างที่ใช้ของนายจ้าง (Potential match) เนื่องจากข้อมูลในตลาดแรงงานของทั้งสองฝ่ายไม่สมบูรณ์ (Imperfect information) (Albrecht, 2011; Gerxhani & Koster, 2015; Jovanovic, 1979; Ju & Li, 2019; Mortensen, 1986, 1988) ลูกจ้างมีข้อมูลนายจ้างที่ได้จากภายนอกเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความมั่นคงขององค์กร ตัวงาน หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และจะส่งสมข้อมูลเพิ่มขึ้นหลังจากเข้ามาทำงานจริงแล้ว ขณะที่นายจ้างเองก็มีข้อมูลลูกจ้างที่ได้จากใบสมัครงาน ผลสอบข้อเขียน ผลสอบสัมภาษณ์ ที่ใช้เวลาสั้นๆ พิจารณาเท่านั้น และจะส่งสมข้อมูลเพิ่มขึ้นหลังจากเข้ามาทำงานจริงแล้ว โดยทั้งสองฝ่ายจะมีข้อมูลซึ่งกันและกันมากขึ้นตามอายุงานของพนักงานที่เพิ่มขึ้น (กชพร, 2562; Faberman & Kudlyak, 2019; Mortensen, 1988)

ในอีกด้านหนึ่งตัวกลางในการจับคู่งาน เช่น บริษัทนายหน้าจัดหางาน โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันหางานออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมและเติบโตขึ้นในไทย เช่น Jobtopgun, JobsDB, Jobthai, Jobbkk, LinkedIn, Glassdoor มีบทบาทสำคัญยิ่งในการช่วยกลบช่องว่างความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลในตลาดแรงงาน โดยตัวกลางพยายามป้อนข้อมูลมากที่สุดให้แก่ทั้งสองฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลตำแหน่งงานว่าง ทักษะที่ต้องการ เป้าหมายองค์กร เงินเดือนและสวัสดิการให้แก่ผู้สมัคร และข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่กำลังหางานทำ ไม่ว่าจะเป็นประวัติการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ความสามารถพิเศษ เงินเดือนที่ต้องการให้แก่นายจ้าง เพื่อเพิ่มทางเลือกและอำนาจต่อรอง (Bargaining power) ช่วยร่นระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการค้นหาให้แก่ทั้งสองฝ่าย (Banfi & Villena-Roldan, 2019; Thompson et al., 2008) และช่วยให้การจับคู่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการจับคู่ที่ใช่กว่า (Better job matching) ย่อมนำไปสู่ผลิตภาพแรงงานที่สูงกว่า (Higher productivity) (Abel & Deitz, 2015; Jovanovic, 1979)

กระบวนการสรรหาคนในตลาดแรงงานภายนอกมีทั้งข้อดีและข้อเสีย กล่าวคือ ในมุมมองของลูกจ้างทำให้มีโอกาสได้งานที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น คาดหวังรายได้และสวัสดิการ หรือเงื่อนไขการทำงานที่ดีกว่า (ทั้งตำแหน่งหน้าที่การงาน โอกาสก้าวหน้าในงาน ความท้าทายในงาน วัฒนธรรมองค์กร ความสะดวกในการเดินทาง เป็นต้น) แต่ก็มีข้อเสียตรงที่การย้ายงานก็ยังคงมีความเสี่ยง ไม่ได้รับประกันเสมอไปว่าสถานที่ทำงานใหม่จะดีกว่า และอาจเสียโอกาสเติบโตก้าวหน้าในองค์กรเดิม (DeVaro & Morita, 2013; Gerxhani & Koster, 2015; Mortensen, 1986) งานวิจัยก่อนหน้าพบว่ากลุ่มวัยทำงานในช่วงเริ่มต้น (First jobber) ของไทยมีแนวโน้มเลือกงานมากกว่าเลือกองค์กร กล่าวคือพยายามหางานที่ใช้กับสถานที่ทำงานที่ใช้ แต่ให้ความสำคัญกับงานที่ใช้ก่อน (กชพร, 2562)

ดังนั้น หลายองค์กรที่ต้องการรักษาพนักงานไว้กับองค์กร เพราะได้ลงทุนฝึกอบรมพัฒนาและสั่งสมประสบการณ์ให้กับพนักงานแล้ว และต้องการได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนนั้นคืน มักจะมีมาตรการป้องกันไม่ให้พนักงานย้ายงาน อาทิเช่น ระบบเงินเดือนและสวัสดิการที่เพิ่มขึ้นตามอายุงาน (Tenure) เงินบำเหน็จบำนาญที่คำนวณตามอายุงาน โอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ หรือวัฒนธรรมองค์กรที่ดึงดูดใจ ซึ่งยังเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่ต้องการพนักงานระดับผู้บริหารที่มีทักษะเฉพาะองค์กร (Firm-specific skills) (ทักษะความรู้ที่ใช้ได้ดีที่สุดในองค์กรนั้นๆ) และทักษะความรู้ทั่วไปในสายอาชีพ (General skills) มากเท่าไร ก็จะทำให้มีความสำคัญกับการสร้างตลาดแรงงานภายใน (Internal labor market) สูงขึ้นเท่านั้น (เนตรนภา, 2564; Barron et al., 1989; Ju and Li, 2019; Mortensen, 1988)

ขณะที่นายจ้างมักสรรหาพนักงานใหม่จากภายนอกใน 2 กรณี คือ หนึ่ง บัณฑิตจบใหม่เพื่อมาฝึกอบรมทักษะเฉพาะองค์กรตั้งแต่เริ่มต้น และสอง พนักงานที่มีประสบการณ์จากภายนอกในตำแหน่งที่สรรหาคนในไม่ได้ โดยต้องมีทักษะความรู้ทั่วไปในสายอาชีพที่ต้องการ นายจ้างมักคาดหวังว่าพนักงานจะมาพร้อมกับองค์ความรู้และแนวคิดใหม่ๆ ที่แตกต่างจากคนในองค์กรเดิม นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร (เนตรนภา, 2564; พรวิภา, 2560; DeVaro & Morita, 2013) แต่ก็มีความเสี่ยงตรงที่ว่า การสรรหาพนักงานจากภายนอกยังมีความเสี่ยง ไม่ได้รับประกันเสมอไปว่าจะได้คนที่ใช่ (Barron et al., 1989; DeVaro & Morita, 2013; Mortensen, 1986)

ทั้งนี้การจับคู่งานมีต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายและเวลาที่ต้องเสียไป (Search friction) กว่าจะได้มาซึ่งการจับคู่ที่ใช่ (The attainment of optimal matches) ตัวอย่างเช่น ค่าใช้จ่ายในการเปิดรับสมัครคัดเลือก และทรัพยากรที่ต้องใช้ในการสอนงานพนักงานใหม่และฝึกอบรมพัฒนา (Barron et al., 1989; Gerxhani & Koster, 2015) ยิ่งหากรับคนที่ไม่ใช่เข้ามาในองค์กรจะสร้างความเสียหายอย่างใหญ่หลวงไม่เฉพาะต่อตำแหน่งงานหรือแผนงานนั้นๆ แต่ยังลดทอนขวัญและกำลังใจของพนักงานคนอื่นในองค์กรอีกด้วย การให้พนักงานลาออกอาจต้องเสียค่าใช้จ่ายตามกฎหมาย เสียชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กร และผลสืบเนื่องอื่นๆ ที่อาจนึกไม่ถึง ดังนั้นกระบวนการสรรหาจึงมีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งต้องดำเนินการอย่างประณีต เอาใจใส่เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่ใช่โดยแท้จริง (จตุรงค์, 2562; พรวิภา, 2560; Abel & Deitz, 2015; Albrecht, 2011; Baykal, 2020)

ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในกระบวนการสรรหา เมื่อเทียบกับในอดีตที่ผู้สมัครงานต้องค้นหาตำแหน่งงานว่างจากประกาศหนังสือพิมพ์ ประกาศรับสมัครที่ติดหน้าบริษัท สอบถามบริษัทจัดหางานหรือคนรู้จัก และต้องเดินทางไปบริษัทนายจ้างเพื่อยื่นใบสมัครด้วยตนเอง (Walk-in) แต่แอปพลิเคชันหางานออนไลน์ (Online job search app) ผ่านโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ได้รวบรวมตำแหน่งงานจากหลายๆ บริษัทมาไว้ให้ผู้หางานค้นหาเปรียบเทียบได้สะดวก เข้าถึงตำแหน่งงานว่างได้ง่ายขึ้น มีการอัปเดตข้อมูลตลอดเวลา และมีค่าใช้จ่าย

ต่ำกว่า ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้นายจ้างเข้าถึงผู้สมัครงานจำนวนมากขึ้น บางครั้งไกลไปยังต่างประเทศ ช่วยร่นระยะเวลาการรับสมัครและเพิ่มโอกาสการจับคู่งานในตลาดแรงงานให้สำเร็จสูงขึ้น อย่างทวีคูณ (จตุรงค์, 2562; Harris et al., 2016; Hinojosa et al., 2015; Novak, 2017) นอกจากนี้ยังมีการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยคัดเลือกผู้สมัครที่เหมาะสมอีกด้วย (Van Escha et al., 2019)

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการหางานโดยใช้แอปบนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มคนวัยทำงาน โดยแบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานและหัวหน้างานขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ว่าผู้ใช้งานแอปให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดใดที่ส่งผลต่อคุณภาพการจับคู่งาน (Quality of matching) ตามทฤษฎีการหางาน (job search theory) ในตลาดแรงงานข้อมูลระหว่างผู้หางานกับนายจ้างไม่สมบูรณ์ ตัวกลางในการจับคู่งานจึงมีบทบาทสำคัญยิ่ง แอปหางานออนไลน์ในฐานะตัวกลางในการจับคู่งานรูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัลนี้จะเพิ่มประสิทธิภาพในการจับคู่งานที่ใช้ได้อย่างไร ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยจะช่วยให้นายจ้างและบริษัทจัดหางานออนไลน์ปรับปรุงแอปให้ดียิ่งขึ้น และนำไปสู่การจับคู่ที่ใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการหางานโดยใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ของกลุ่มคนวัยทำงาน ว่ามีการใช้งานแอปพลิเคชันหางานออนไลน์อย่างไร
2. เพื่อศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพของแอปพลิเคชันออนไลน์ นำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อช่วยเพิ่มโอกาสในการจับคู่ที่ใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทในการจับคู่งานของแอปพลิเคชันออนไลน์ในตลาดแรงงานไทยว่าเป็นอย่างไร แยกตามระดับตำแหน่งผู้ปฏิบัติการและตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

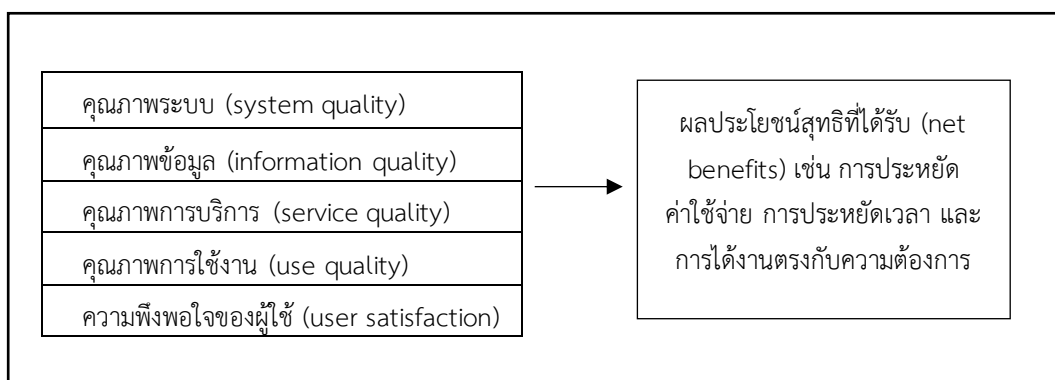
ในยุคแห่งเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้ปฏิบัติงานด้านทรัพยากรมนุษย์ต้องรู้จักนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ช่วยงานด้าน HR เพิ่มมูลค่าของสินทรัพย์ด้านคนให้สูงสุด การรับสมัครทางออนไลน์ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งซึ่งช่วยทีมรับสมัครให้สามารถสรรหา แยกแยะ และคัดเลือกพนักงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ช่วยลดขั้นตอนและประหยัดเวลาในการรับสมัครลงเป็นอย่างมาก (Barreto & Alturas, 2018; Van Hooft et al., 2022; Wanberg et al., 2020)

แอปหางานออนไลน์ได้กลายมาเป็นเครื่องมือใหม่ของผู้หางานทำ ในการค้นหาตำแหน่งงานว่างและส่งใบสมัครที่สะดวกและใช้งานกันอย่างแพร่หลาย นอกเหนือไปจากเว็บไซต์รับสมัครงานของบริษัทต่างๆ ที่มีอยู่ก่อนหน้า โดยมีจุดเด่นตรงที่รวบรวมตำแหน่งงานว่างของบริษัทต่างๆ ที่ใกล้เคียงกันเข้าไว้ด้วยกัน มีการอัปเดตข้อมูลเรียลไทม์ มีการป้อนข้อมูลที่หลากหลาย ได้แก่ ชื่อตำแหน่งงาน ประเภทงาน คำบรรยายลักษณะงาน วันที่ลงประกาศ วันที่ครบกำหนดประกาศ ทักษะที่ต้องการ

สถานที่ทำงาน เป็นต้น รวมทั้งมีฟังก์ชันถามตอบกรณีที่มีผู้สมัครต้องการข้อมูลเพิ่มเติม (Agarwal & Venkatesh, 2002; Baykal, 2020; Novak, 2017)

ผู้วิจัยเลือกใช้ 5 ตัวชี้วัดคุณภาพการใช้ (Quality-in-use) ของแอปพลิเคชันงานออนไลน์จากมุมมองของผู้ใช้แอปเป็นตัวแปรต้นในการศึกษา และผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับจากการใช้แอปเป็นตัวแปรตาม ซึ่งครอบคลุมปัจจัยที่เกี่ยวกับการใช้งาน (Usability) ทำให้สามารถประเมินค่าความพึงพอใจของผู้ใช้แอปอย่างเป็นรูปธรรมได้ (Alnani et al., 2013; Souza-Pereira et al., 2022; Talib et al., 2020) โดยผู้วิจัยประยุกต์ดัชนีชี้วัดคุณภาพการใช้ของเว็บไซต์สมัครงานและเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซที่มีการศึกษามาก่อนหน้า ได้แก่ งานของ DeLone and McLean (1992, 2003) Barreto and Alturas (2018) Cao et al. (2005) and Orehovackia et.al (2013) มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1 โดยเฉพาะดัชนีชี้วัดคุณภาพการใช้จะใช้สเกลของ Cao et al. (2005) ที่มีค่าความเชื่อมั่นของคุณภาพข้อมูล 0.94 ซึ่งเหมาะที่จะนำมาประยุกต์ใช้เป็นคำถามในการสำรวจครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



2.1 คุณภาพระบบ (System quality) หมายถึง ความสามารถในการปรับเปลี่ยนลักษณะการดำเนินงานของระบบให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ความพร้อมเข้าใช้งานของระบบ และการตอบสนองของระบบในเชิงเทคนิค (Ghazzawi & Accoume, 2014; Lew et al., 2010) ในที่นี้ประกอบด้วย 5 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ความพร้อมในการเข้าใช้งาน (Availability) หรือการเข้าถึงแอปพลิเคชันได้ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยากบนสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ความง่ายในการใช้งาน (Ease of navigability) หรือนำไปสู่หน้าถัดไปของกระบวนการกรอกและยืนยันข้อมูลอัตโนมัติเอกสารที่เข้าใจง่าย ความเสถียรของระบบ (Reliability) หรือใช้งานได้สม่ำเสมอไม่ติดขัด ความสามารถในการปรับเปลี่ยนระบบ (Adaptability) หรือมีการปรับปรุงให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา และความรวดเร็วในการตอบสนอง (Response time) เน้นว่าคุณภาพของระบบที่ดี

ย่อมส่งผลต่อคุณภาพในด้านอื่นๆ อีกด้วย (Cao et al., 2005; DeLone & McLean, 1992, 2003; Orehovackia, et al., 2013)

2.2 คุณภาพข้อมูล (Information quality) หมายถึง ข้อมูลสารสนเทศที่แสดงบนเว็บไซต์ และในตัวแอปพลิเคชันทางงานบนโทรศัพท์มือถือที่ส่งมอบให้แก่ผู้ใช้ต้องเป็นข้อมูลสารสนเทศที่มีเนื้อความครบถ้วนสมบูรณ์ ถูกต้อง น่าเชื่อถือ ตรงตามความต้องการของผู้ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจ และดึงดูดใจให้สมัครงาน (Cao et al., 2005; Thompson et al., 2008) ในที่นี้ประกอบด้วย 5 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ความสมบูรณ์ของข้อมูล (Completeness) ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลตำแหน่งงานที่เปิดรับสมัคร คุณสมบัติหรือวุฒิการศึกษา ทักษะความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ทำงาน เงินเดือน สวัสดิการ สถานที่ทำงาน และเงื่อนไขการทำงานอื่นๆ ข้อมูลเข้าใจง่าย (Ease of understanding) อธิบายไม่ซับซ้อน ไม่กำกวม ไม่ต้องตีความ ความเป็นส่วนบุคคล (Personalization) ระบุอย่างเฉพาะเจาะจง ไม่กว้างเกินไปจนผู้สมัครงานที่ไม่เกี่ยวข้องเข้าใจผิด ความสัมพันธ์กันระหว่างข้อมูลบนแอปพลิเคชัน (Consistency) ควรมีเนื้อหาตรงกันหรือคำเดียวกันไม่ว่าจะปรากฏที่ใด โครงสร้างและการออกแบบเดียวกันเพื่อไม่ให้เกิดความสับสน (Novak, 2017) และความปลอดภัยของข้อมูล (Security) เนื่องจากงานด้านทรัพยากรมนุษย์บางเรื่องเป็นความลับ รู้กันเฉพาะผู้สมัครกับนายจ้าง ไม่เปิดเผยให้บุคคลที่สาม และไม่ควรให้เกิดการรั่วไหล จึงควรมีระบบล็อกอินเข้าใช้งาน และระบบการเก็บข้อมูลที่ปลอดภัย (DeLone & McLean, 1992, 2003; Orehovackia et.al, 2013)

2.3 คุณภาพการบริการ (Service quality) หมายถึง คุณภาพที่ผู้ใช้แอปได้รับการช่วยเหลือหรือตอบคำถามหากเกิดปัญหาด้านระบบ ข้อมูล และการใช้งานต่างๆ จากผู้ให้บริการซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจที่จะติดตั้งและใช้ระบบ (Cao et al., 2005; Harris et al., 2016) ในที่นี้ประกอบด้วย 5 ปัจจัยย่อย ได้แก่ จับต้องได้ (Tangible) ทั้งระบบฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่ทันสมัย ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความจงรักภักดีต่อสินค้าของผู้ใช้ ความไว้วางใจที่จะติดตั้งแอปซึ่งสามารถแยกแยะระหว่างแอปที่ดีกับที่ไม่ดีได้ ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยของตัวแอป (Barreto & Alturas, 2018; Harris et al., 2016) การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ผู้ให้บริการแอปตอบสนองช่วยเหลือเมื่อผู้ใช้งานต้องการ ผ่านระบบการบริการโต้ตอบให้ความช่วยเหลือทันที การรับประกัน (Assurance) หรือผู้ให้บริการแอปพลิเคชันรู้งานดี คอยให้ความช่วยเหลือผู้ใช้งานเมื่อแจ้งเหตุปัญหหรือข้อสงสัยเข้ามา ผ่านฟังก์ชันการสื่อสารแบบ Synchronous เช่น แชต ไลน์ ข้อความ ฟังก์ชันการสื่อสารแบบ Asynchronous เช่น กระดานสนทนาความคิดเห็น วิดีโอสอนการใช้งาน FAQs โต๊ะช่วยเหลือ (Helpdesk) อีกทั้งฟังก์ชันบันทึกอัตโนมัติ (Auto-save functionality) ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการแอปใส่ใจต่อปัญหาของผู้ใช้งาน เข้าใจความรู้สึกและพยายามช่วยแก้ปัญหาอย่างเต็มกำลังและจริงใจ (DeLone & McLean, 1992, 2003; Orehovacki, et al. 2013)

นอกจากนี้ แอปพลิเคชันหางานควรมีฟิเจอร์คัดกรอง (Job filter) ที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ (User-friendliness) (Barreto and Alturas, 2018; Van Escha et al., 2019) เนื่องจากฐานข้อมูลตำแหน่งงานมีปริมาณมาก ฟิเจอร์ตัวคัดกรองจะช่วยประหยัดเวลาในการค้นหา ยิ่งในกรณีที่นายจ้างต้องการเฟ้นหาดาวเด่น (Talents) ที่มีความสามารถเฉพาะหาได้ยาก ก็อาจทำให้ฟิเจอร์ตัวคัดกรองแยกออกมา เช่น ความสามารถด้านภาษาอังกฤษขั้นสูง (ผลสอบ IELTS 7 คะแนนขึ้นไป/TOEFL 94 คะแนนขึ้นไป) ความสามารถเขียนโปรแกรมขั้นสูง การวิเคราะห์ข้อมูล (Data science) ประสบการณ์ทำงานในต่างประเทศ ผู้มีใบประกอบวิชาชีพ เช่น ผู้ตรวจสอบบัญชีได้รับอนุญาต หรือ Certified public accountant (CPA) ผู้ที่มีคุณวุฒิทางด้านวิชาชีพการเงินและการลงทุนระดับสากล หรือ Chartered financial analysts (CFA) และผู้ที่มีใบประกอบวิชาชีพวิศวกรรม (กว.) เป็นต้น (จากการสัมภาษณ์)

งานวิจัยก่อนหน้านี้พบว่าเงินเดือนและชื่อตำแหน่งงาน (Job title) มีความสำคัญในการดึงดูดผู้สมัครงาน โดยงานที่ประกาศเงินเดือนชัดเจน (Explicit wages) มักเป็นงานระดับล่าง ขณะที่งานที่ไม่ประกาศเงินเดือนชัดเจน (Implicit wages) จะเป็นงานระดับบนและสามารถต่อรองกันภายหลังได้ (Banfi & Villena-Roldan, 2019) ส่วนชื่อตำแหน่งงานจะสะท้อนลำดับขั้นในองค์กร ระดับประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ เดิมเชื่อว่าตำแหน่งงานที่ให้เงินเดือนสูงจะดึงดูดผู้สมัครงานมากกว่า เพราะบริษัทที่มีผลประกอบการดีสามารถจ่ายเงินเดือนได้สูงกว่า แต่กลับพบว่าเงินเดือนสูงสะท้อนปัญหาอุปทานน้อยกว่าอุปสงค์ กล่าวคือผู้สมัครที่มีความสามารถนั้นขาดแคลน จึงต้องจ่ายเงินเดือนสูงเพื่อจูงใจ (Marinescu & Wolthoff, 2020)

เงินเดือนกับจำนวนผู้สมัครงานจึงมีความสัมพันธ์กันในเชิงผกผัน ตำแหน่งงานที่ให้เงินเดือนสูงจะดึงดูดผู้หางานที่มีการศึกษาและประสบการณ์สูงกว่าสมัคร แต่จะมีจำนวนน้อยกว่า รวมทั้งตำแหน่งงานที่มีคำว่า “ผู้จัดการ (Manager)” หรือ “อาวุโส (Senior)” จะมีผู้สมัครน้อยกว่าแต่จะมีคุณสมบัติที่ดีกว่าตำแหน่งงานที่มีคำว่า “ขั้นต้น (Junior)” ซึ่งจะมีผู้สมัครมากกว่าแต่อ่อนด้อยประสบการณ์กว่า สะท้อนช่องว่างด้านผลิตภาพระหว่างผู้สมัครที่มีคุณภาพสูงและต่ำ (Marinescu & Wolthoff, 2020)

2.4 คุณภาพการใช้งาน (Use quality) หมายถึง ความตั้งใจหรือเจตนาที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นๆ โดยผู้ใช้เชื่อมั่นในประสิทธิภาพ 2 เรื่อง คือ ประสิทธิภาพในการทำงาน (Job performance) หมายถึง แอปหางานจะช่วยป้อนข้อมูลตำแหน่งงานว่างที่ตรงกับความต้องการให้ได้ และประสิทธิภาพในการตัดสินใจ (Decision making performance) หมายถึง แอปหางานจะช่วยให้ข้อมูลเพิ่มเติมที่เอื้อต่อการตัดสินใจ (Lew et al., 2010; Palmer, 2002) ในที่นี้ประกอบด้วย 5 ปัจจัยย่อยสะท้อนผ่านพฤติกรรมและธรรมชาติของการใช้งาน (Nature of use) คือ ความถี่ในการใช้งาน (Frequency of use) เวลาใช้งาน (Time of use) จำนวนครั้งในการเข้าใช้ (Number of accesses) จำนวนครั้งในการเยี่ยมชม (Number of site visits) รูปแบบการใช้งาน (Usage pattern) และที่

สำคัญคือ จำนวนครั้งในการสมัครงานจริงผ่านแอปพลิเคชัน (Number of transactions executed) (DeLone & McLean, 2003; Wanberg et al., 2020)

เนื่องจากการหางานต้องใช้ความพยายามส่วนตัวของผู้หางานค่อนข้างสูง เป็นการตัดสินใจและยอมรับความเสี่ยงด้วยตนเอง (Self-regulation) (Albrecht, 2011; da Motta Veiga et al., 2021; Van Hooft et al., 2022) ผลการวิจัยก่อนหน้านี้พบว่าผู้หางานที่มีความถี่และจำนวนครั้งในการค้นหาผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์สูง แสดงความตั้งใจที่จะย้ายงานสูง โดยผู้หางานจะเลือกสมัครงานที่คิดว่าตรงกับคุณสมบัติของตนเองมากที่สุดอันดับแรกก่อน จากนั้นค่อยเลือกสมัครในตำแหน่งรองลงมา ความถี่และจำนวนครั้งในการใช้งานจึงค่อยๆ ลดลง เพราะยังหาอีกมีโอกาสเจองานที่ตรงลดน้อยถอยลงไป (Marginal benefit of another search unit) (Faberman & Kudlyak, 2019)

2.5 ความพึงพอใจของผู้ใช้ (User satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันซึ่งสะท้อนความสำเร็จของการให้บริการโดยรวมว่าตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ (Barreto & Alturas, 2018) วัดจาก 3 ปัจจัยย่อยคือ การกลับมาซื้อซ้ำ (Repeat purchases) การกลับมาใช้งานซ้ำอีก (Repeat visits) และความพึงพอใจโดยรวม (User surveys) (DeLone & McLean, 2003) ซึ่งอาจวัดได้จากเมื่อมีประสบการณ์ใช้ที่ประทับใจหรือหางานได้จริงตรงกับที่ต้องการแล้ว ก็อยากจะแนะนำบอกต่อเพื่อนหรือผู้อื่นให้ลองใช้งานด้วย

ทั้งนี้ยังรวมถึงความสวยงามน่ามอง (Aesthetic) โดยมีการจัดวางรูปแบบที่เหมาะสมทั้งปุ่มตัวอักษร รูปภาพ ไอคอน และสีสันทน และความง่ายในการใช้งาน เช่น การนำทางไปหน้าถัดไป การกำหนดหมดเวลา (Timeout) วิธีการกรอกและส่งใบสมัคร ซึ่งหากยากเกินไปจะเป็นอุปสรรคต่อผู้ใช้งานเป็นอย่างยิ่ง (Barreto & Alturas, 2018; Novak, 2017; Orehovacki, et al., 2013; Thompson et al., 2008) จึงควรปรับปรุงให้ง่ายและใกล้เคียงกับแอปพลิเคชันอื่นๆ ที่ผู้ใช้รู้จักมักคุ้น นอกจากนี้โดยปกติแอปพลิเคชันหางานในไทยส่วนใหญ่มักให้ใช้ฟรี ลงทะเบียนฟรี โดยนายจ้างเป็นผู้จ่าย ในที่นี้จึงเลือกวัดความพึงพอใจของผู้ใช้โดยการสอบถามการกลับมาใช้งานอีก และความพึงพอใจโดยรวมเป็นหลัก

สำหรับตัวแปรตาม งานวิจัยก่อนหน้านี้เสนอว่าระบบแอปพลิเคชันที่ดีจะต้องให้ผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ (Net benefits) สูงสุด หมายถึง ผู้หางานและนายจ้างรับรู้ได้ถึงผลประโยชน์ของการใช้แอปพลิเคชันนี้ โดยเชื่อมั่นว่าแอปพลิเคชันจะช่วยเพิ่มคุณภาพของการจับคู่งาน ในที่นี้ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย คือ (1) การประหยัดต้นทุน (Cost savings) และ (2) การประหยัดเวลา (Time savings) (DeLone & McLean, 2003; van Escha et al., 2019) ต่างฝ่ายต่างมีทางเลือกและอำนาจต่อรองมากขึ้น นายจ้างใช้ระบบออนไลน์สรรหาคัดกรองคนแทนการใช้พนักงานฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เพียงอย่างเดียว ส่งผลให้การจับคู่งานรวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น และ (3) นำไปสู่การเติบโตของยอดขาย (Incremental additional sales) ซึ่งเป็นปัจจัยที่แสดงผลสำเร็จของการจับคู่งานในตลาดแรงงาน ยิ่ง

สำเร็จมากยอดขายก็ยิ่งเติบโตมาก (Baykal, 2020; DeLone & McLean, 2003; Ghazzawi & Accoume, 2014)

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นหรือดัชนีชี้วัดคุณภาพแอปพลิเคชันว่าส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับหรือไม่ จากมุมมองของผู้ใช้งาน ซึ่งหากนายจ้างและบริษัทงานออนไลน์สามารถปรับปรุงคุณภาพของดัชนีชี้วัดได้ ก็จะช่วยทำให้การจับคู่งานที่ใช้อย่างมีประสิทธิภาพนำไปสู่ผลลัพธ์ผลิตภาพแรงงานที่สูงขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตลาดแรงงานโดยรวม (Abel & Deitz, 2014; Jovanovic, 1979; Van Hooft et al., 2022)

ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

การสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามโดยอ้างอิงงานวิจัยเรื่อง Quality-in-use app evaluation: Case of a recruitment app for Portuguese SMEs เขียนโดย Barreto and Alturas (2018) ประเทศโปรตุเกส และงานวิจัยเรื่อง B2B e-commerce web site quality: An empirical examination เขียนโดย Cao et al. (2005) ประเทศสหรัฐอเมริกา และผลจากการทบทวนวรรณกรรมในตอนต้นปรับปรุงและเรียบเรียงถ้อยคำให้สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันงานออนไลน์ในไทย ประกอบด้วย 5 ส่วนดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น คือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และเคยได้งานทำผ่านแอปหางานของบริษัท A หรือบริษัท B อย่างน้อย 1 ครั้ง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และระดับตำแหน่งงาน โดยให้เลือกหลายคำตอบ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันหางาน เช่น เวลาในการใช้งาน จำนวนครั้งในการสมัครงาน สาเหตุที่เลือกใช้ ประเภทกลุ่มงานที่สมัคร ฟีเจอร์ตัวคัดกรองที่ใช้อยู่ และแหล่งที่รู้จักแอปพลิเคชันหางาน เป็นต้น

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อตัววัดคุณภาพการใช้ของแอปพลิเคชันออนไลน์ 5 ตัวแปร (ตัวแปรต้น) ได้แก่ ระบบ (System) ข้อมูล (Information) การบริการ (Service) การใช้งาน (Use) และความพึงพอใจของผู้ใช้ (Satisfaction) และผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ (Net benefits) ในการใช้แอป A และแอป B เป็นตัวแปรตาม โดยให้ผู้ตอบประเมินความคิดเห็นตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ให้เลือกตอบเรียงลำดับจากเห็นด้วยน้อยที่สุด (ระดับ 1) ถึงเห็นด้วยมากที่สุด (ระดับ 5) (ดูรายละเอียดคำถามในภาคผนวก)

ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบเขียนแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างอิสระ

กลุ่มตัวอย่างและการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite population) ซึ่งหมายถึง คนวัยทำงานที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และเคยมีประสบการณ์ได้งานทำผ่านแอปหางานออนไลน์อย่างน้อย 1 ครั้ง และตั้งสมมติฐานขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีการกระจายแบบปกติ (Normal distribution) โดยใช้สูตร

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

คำนวณได้จำนวน 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและเพิ่มความเชื่อมั่น ผู้วิจัยจึงตัดสินใจเก็บกลุ่มตัวอย่างรวม 400 คน โดยแจกแบบสอบถามในรูปแบบ Google form ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ กลุ่ม Line และ กลุ่ม Facebook เช่น กลุ่มไลน์ MBA ธรรมศาสตร์ กลุ่มหางานระดับปริญญาตรีขึ้นไป กลุ่มหางานระดับผู้จัดการขึ้นไป สามารถรวบรวมได้ 220 ตัวอย่าง นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ฝากคนรู้จัก 8 คนที่ทำงานประจำให้ช่วยกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่ม Line ต่างๆ ของตนเอง ซึ่งสามารถรวบรวมได้อีก 180 ตัวอย่าง ซึ่งอาสาสมัครผู้ตอบแบบสอบถามต้องแสดงความยินยอมที่จะให้ข้อมูลในหน้าแรกก่อนตอบคำถามในหน้าถัดไป (ตามเกณฑ์จริยธรรมการวิจัยในคน) โดยดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามระหว่างวันที่ 15-30 พฤศจิกายน 2565

ทั้งนี้ผู้วิจัยตัดสินใจแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานจำนวน 200 คน ที่ใช้แอปพลิเคชันหางาน A และกลุ่มที่ 2 ตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป จำนวน 200 คน ที่ใช้แอปพลิเคชันหางาน B เพราะจากฐานข้อมูลผู้ใช้งานแอป A ทั้งหมด 4.6 ล้านคน พบว่าเป็นผู้มีประสบการณ์ทำงาน 0-5 ปีในสัดส่วนมากที่สุด หรือร้อยละ 35.84 คาดว่าเป็นบัณฑิตจบใหม่จนถึงผู้สมัครที่เพิ่งเริ่มต้นทำงานไม่นานนัก เนื่องจากบริษัท A เก็บฐานข้อมูลผู้ใช้งานจากการตระเวนบรรยายให้นักศึกษาทั่วประเทศฝึกสร้างโปรไฟล์เรซูเม่ (Resume) ในแอปของตนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งครอบคลุม 976 สถาบัน หรือร้อยละ 90 ของบัณฑิตจบใหม่ทั้งหมด (จากข้อมูลเว็บไซต์ของบริษัท A ณ ปี 2565) บ่งชี้ว่าตำแหน่งงานที่ประกาศในแอป A ส่วนใหญ่เป็นระดับผู้ปฏิบัติการ

ในอีกด้านหนึ่งจากฐานข้อมูลผู้ใช้งานแอป B ทั้งหมด 3.1 ล้านคน พบว่าเป็นผู้มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปในสัดส่วนมากที่สุด หรือร้อยละ 41.00 คาดว่าเป็นกลุ่มพนักงานอาวุโส หัวหน้าส่วนงาน หรือหัวหน้างานขึ้นไป เพราะได้สั่งสมประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 5 ปี ทั้งนี้ผู้เกี่ยวข้องของบริษัท B ให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันว่า บริษัทวางตำแหน่งทางการตลาดของตัวเองให้เป็นบริษัทจัดหางานออนไลน์สำหรับตำแหน่งงานระดับกลางถึงบน ทั้งระดับการศึกษาของผู้สมัครงานและระดับตำแหน่งของงาน บ่งชี้ว่าตำแหน่งงานที่ประกาศในแอป B ส่วนใหญ่เป็นระดับหัวหน้างานขึ้นไป

ข้อเท็จจริงในเรื่องนี้สะท้อนคุณลักษณะอย่างหนึ่งของตลาดหางานออนไลน์ในไทยว่า แต่ละแอปหางานได้มีการจำแนกความเชี่ยวชาญในการแนะนำตำแหน่งงาน และกลุ่มงานที่แตกต่างกัน ผู้ใช้งานต้องศึกษาก่อนว่าตนจะหางานในตำแหน่งใด แล้วเลือกหาแอปที่เหมาะสมเพื่อส่งใบสมัครไป เพราะไม่ว่าทุกแอปจะมีฐานข้อมูลตำแหน่งงานว่างเหมือนกัน

อนึ่ง งานวิจัยก่อนหน้านี้ในต่างประเทศจะศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพของระบบสารสนเทศ เช่น เว็บไซต์ ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ในยุคแรกๆ เสียเป็นส่วนใหญ่ (Agarwal & Venkatesh, 2002; Palmer, 2002) ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน ก็มักเป็นการศึกษาแอปของธนาคารพาณิชย์ อีคอมเมิร์ซ สั่งอาหาร หรือจองโรงแรม เป็นต้น (เพ็ญวิภา เพชรจัน และกาญจนา มีศิลป์วิภักย์, 2562; รวิพร จิตอารีรัตน์ และปฐมมา สตะเวทิน, 2565; วรดา ต่อวัฒนกิตติกุล และคณะ 2563; อัญชลี เขาวราช, 2565; Cao et al., 2005; Harris et al., 2016; Talib et al., 2020) งานวิจัยชิ้นนี้จึงได้ประยุกต์แนวคิดการประเมินค่าตัวชี้วัดคุณภาพการใช้ข้างต้นกับแอปหางานออนไลน์ในไทย จึงถือเป็นงานชิ้นแรก

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับแอปหางานออนไลน์ของบริษัท A และบริษัท B รวมจำนวน 5 ท่าน เพื่อให้ได้มุมมองจากผู้ให้บริการเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชัน กระบวนการรับสมัครและคัดเลือกทางออนไลน์ ข้อดีและข้อเสียของการใช้แอปหางานออนไลน์ ผลตอบรับและความคิดเห็นจากผู้ใช้งานมาเป็นต้น มาประกอบการอภิปรายเพิ่มเติมด้วย

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability test)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขตามข้อเสนอแนะของที่ปรึกษางานวิจัย และผู้เกี่ยวข้องของบริษัท A และ B ไปทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานและตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป กลุ่มละ 40 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้นำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.856-0.928 ดังแสดงในตารางที่ 1 (โดยระดับแอลฟาที่ยอมรับได้คือ 0.7 ขึ้นไป) จึงได้ดำเนินการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถามออนไลน์ และนำคำตอบที่ได้มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ด้วยโปรแกรม SPSS

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา กลุ่มหัวหน้างานขึ้นไป
คุณภาพระบบ	1 - 5	0.910	0.917
คุณภาพข้อมูล	6 - 10	0.869	0.927
คุณภาพการบริการ	11 - 15	0.867	0.863

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา กลุ่มหัวหน้างานขึ้นไป
คุณภาพการใช้งาน	16 - 20	0.837	0.878
ความพึงพอใจของผู้ใช้	21 - 25	0.871	0.928
ผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ	26 - 28	0.790	0.856

ผลการศึกษา (Findings)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 และเพศชาย 162 คน ร้อยละ 40.5 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 33 – 38 ปี 130 คน ร้อยละ 32.5 ตามด้วยอายุ 39 – 44 ปี ร้อยละ 25.3 มีสถานภาพสมรส 205 คน ร้อยละ 51.2 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี 214 คน ร้อยละ 53.5 และระดับปริญญาโท 186 คน ร้อยละ 46.5 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน 199 คน ร้อยละ 49.8 ราชการ 62 คน ร้อยละ 15.5 รัฐวิสาหกิจ 60 คน ร้อยละ 15.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท 131 คน ร้อยละ 32.8 ตามด้วย 45,001 – 60,000 บาท 102 คน ร้อยละ 25.5

พฤติกรรมการทำงานโดยใช้แอปพลิเคชันออนไลน์

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำงานโดยใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ของกลุ่มคนวัยทำงาน ว่ามีการใช้งานแอปพลิเคชันทางงานออนไลน์อย่างไร

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างในตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานเลือกสมัครงานเฉลี่ย 10-12 ตำแหน่งงานต่อเดือน และสมัครครั้งละหลายบริษัท แต่กลุ่มตัวอย่างในตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไปจะเลือกสมัครงานเฉลี่ย 1-3 ตำแหน่งงานต่อเดือน และสมัครเพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้น

โดยทั้งสองกลุ่มมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด ตามด้วย 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง และรู้จักแอปพลิเคชันทางงานผ่านช่องทางสื่อออนไลน์มากที่สุด ตามด้วยการแนะนำหรือบอกต่อจากบุคคลรอบข้าง สำหรับเหตุผลสำคัญที่ใช้แอปพลิเคชันทางงานออนไลน์ เพราะไม่เสียค่าบริการ สะดวกรวดเร็ว และมีฟังก์ชันช่วยสร้างประวัติส่วนตัว (Resume) ตามลำดับ

นอกจากนี้ พบว่า 3 ลำดับกลุ่มงานแรกที่ได้รับคามนิยมในการสมัครผ่านแอป A ของตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานมากที่สุด คือ งานบัญชี ร้อยละ 16.5 รองมา คือ งานการตลาดและการขาย ร้อยละ 14.5 งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และงานธุรการและทรัพยากรบุคคล ร้อยละ 13.5 ตามลำดับ ส่วน 3 ลำดับกลุ่มงานแรกที่ได้รับคามนิยมในการสมัครผ่านแอป B ของตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไปมากที่สุด คือ งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 16.5 งานธุรการและทรัพยากรบุคคล ร้อยละ 15 และงาน

ธนาคาร การเงิน และการลงทุน ร้อยละ 13.5 ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่ากลุ่มคนวัยทำงานใช้แอปหางานออนไลน์จนได้งานไม่นานนักหรือเฉลี่ยภายใน 1-2 เดือน

ผลการวิจัยข้างต้น รวมทั้งข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเพิ่มเติมจากแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการรายอื่นๆ พบลักษณะหนึ่งที่น่าสนใจคือ ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันหางานออนไลน์ในไทย จะมีการแบ่งความเชี่ยวชาญฐานข้อมูลรับสมัครงานแยกสายอาชีพหรือกลุ่มงานที่ค่อนข้างชัดเจน ตัวอย่างเช่น แอป Fastwork จะให้บริการงานฟรีแลนซ์ แอป Daywork จะให้บริการงานพาร์ทไทม์ แอป Jobthai จะให้บริการงานทั่วภูมิภาคของไทย งานนิคมอุตสาหกรรม และงานสำหรับผู้ทุพพลภาพ แอป Jobbkk เน้นการหางานตามสถานที่ทำงานที่โดยสาร BTS หรือ MRT ได้ เป็นต้น ดังนั้น ผู้ใช้งานต้องศึกษาก่อนว่าแอปพลิเคชันใดที่มีฐานข้อมูลรับสมัครงานตรงกับสายอาชีพของตน แล้วจึงค่อยนำไปสมัครงานไปฝากไว้กับแอปพลิเคชันนั้นๆ

รายงานผลการวิเคราะห์สถิติของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพของแอปพลิเคชันออนไลน์ นำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อช่วยเพิ่มโอกาสในการจับคู่ที่ใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ในที่นี้ขออธิบายผลการวิเคราะห์สถิติของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม แยกกรณีแอป A (ผู้ปฏิบัติการ) กับแอป B (หัวหน้างานขึ้นไป) โดยการแปลค่าคะแนนเฉลี่ยกำหนดดังนี้ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 เท่ากับน้อยที่สุดค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 เท่ากับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 เท่ากับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 เท่ากับมาก ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 เท่ากับมากที่สุด

กรณีของแอปพลิเคชันหางาน A

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนระดับมากในทุกตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (4.02) โดยค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นเรียงตามลำดับมากไปน้อยคือ การใช้งาน (4.05) ความพึงพอใจ (4.02) คุณภาพระบบ (3.96) คุณภาพการบริการ (3.94) คุณภาพข้อมูล (3.93) (ดูตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่าของตัวแปรต้นของกลุ่มตำแหน่งผู้ปฏิบัติงาน

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลค่า
คุณภาพระบบ	3.96	0.601	ระดับมาก
คุณภาพข้อมูล	3.93	0.634	ระดับมาก
คุณภาพการบริการ	3.94	0.613	ระดับมาก
คุณภาพการใช้งาน	4.05	0.656	ระดับมาก
ความพึงพอใจ	4.02	0.644	ระดับมาก
ผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับจากการใช้แอป A	4.02	0.708	ระดับมาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่าของตัวแปรตามของกลุ่มตำแหน่งผู้ปฏิบัติงาน

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลค่า
ผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ (Net benefits) จากการใช้แอป A			
1. ท่านคิดว่าการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันหางานช่วยให้ท่านค้นหาตำแหน่งงานที่เปิดรับได้ง่ายขึ้น	4.09	0.831	ระดับมาก
2. ท่านคิดว่าการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันหางานช่วยให้เกิดประโยชน์ในด้านการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย	3.96	0.807	ระดับมาก
3. ท่านคิดว่าการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันหางานช่วยให้ท่านได้งานที่ตรงตามความต้องการ	4.02	0.783	ระดับมาก

จากตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) แบบขั้นบันได (Stepwise) พบว่าตัวชี้วัดด้านคุณภาพการใช้งาน การบริการ และข้อมูล ปรากฏค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) เนื่องจากมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 (Sig. < 0.05) และเมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับที่มีค่ามากที่สุด ได้แก่ การใช้งาน (Beta = 0.267) รองมา คือ ข้อมูล (Beta = 0.234) และการบริการ (Beta = 0.233) ตามลำดับ โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของแอป A ได้ดังนี้

$$Y = 0.770 + 0.288X_1 + 0.269X_2 + 0.261X_3$$

โดย

X_1 คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการใช้งาน

X_2 คือ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

X_3 คือ ปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูล

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่าค่าสถิติ Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ (>0.5) และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 5 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระในสมการการวิเคราะห์ไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของกลุ่มตำแหน่งผู้ปฏิบัติงาน

Coefficients								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
3	(Constant)	.770	.296		2.598	.010		
	ปัจจัยด้านการใช้งาน	.288	.085	.267	3.388	.001	.502	1.990
	ปัจจัยด้านการบริการ	.269	.081	.233	3.318	.001	.634	1.578
	ปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูล	.261	.084	.234	3.111	.002	.554	1.806
	ปัจจัยด้านคุณภาพพระบบ			.114	1.661	.098	.661	1.512
	ปัจจัยด้านความพึงพอใจ			.089	1.070	.286	.453	2.210

หมายเหตุ: 1) ค่า Adjust R2 = 0.488

2) ** ระดับนัยสำคัญ ≤ 0.01 (หากมากกว่า 0.05 ถือว่าไม่ส่งผลต่อคุณภาพของแอปพลิเคชัน)

3) N = 200

จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์ และคำถามจากแบบสอบถามในส่วนที่ 5 ที่ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อแอปหางานในปัจจุบัน ได้ข้อมูลเพิ่มเติมดังนี้

เกี่ยวกับคุณภาพการใช้งาน พบว่าผู้ตอบในตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานเข้าใช้และสมัครงานผ่านแอป A บ่อยครั้ง ได้ใช้งานฟังก์ชันต่างๆ เช่น การค้นหาหางานตามตัวกรอง การแจ้งเตือนงาน การบันทึกงาน สถานะการสมัครงาน สะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพการใช้งานขึ้นกับความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ให้บริการที่จะออกแบบ สร้างสรรค์ และพัฒนาเมนูสั่งการรูปแบบต่างๆ ให้ใช้งานง่าย สะดวก ป้อนข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้ และช่วยให้ค้นเจอดำเนินงานที่ตรงกับความต้องการได้

นอกจากนี้ ผู้ตอบให้ความเห็นต่อคุณภาพการบริการของแอป A ว่ามีความโดดเด่นตรงที่มีระบบเสริมที่ช่วยผู้สมัครงานสร้างประวัติส่วนตัว (Resume) บริการอีเมลแจ้งเตือนงาน (Job update) เมื่อมีตำแหน่งงานว่างใหม่ลงประกาศ และการบันทึกงาน (Save jobs or bookmark jobs) เมื่อผู้หางานต้องการบันทึกตำแหน่งงานที่สนใจเก็บไว้เพื่อการตัดสินใจในอนาคต เป็นต้น ซึ่งแสดงถึงความเป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน

ส่วนคุณภาพข้อมูล ผู้ตอบเห็นว่าแอปหางานออนไลน์ให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ ใช้ประกอบการตัดสินใจสมัครงานได้ เช่น ตำแหน่งงานที่เปิดรับ คุณสมบัติและประสบการณ์ที่ต้องการ เงินเดือน โบนัส สวัสดิการ ค่าคอมมิชชั่น นโยบายของบริษัท ความสะดวกในการเดินทาง และชั่วโมง

การทำงาน เป็นต้น แต่ยังขาดข้อมูลบางอย่าง เช่น แนวทางการพัฒนาอาชีพ โอกาสก้าวหน้าในงาน วัฒนธรรมองค์กร บรรยากาศการทำงานภายในองค์กร หรือแม้กระทั่งลักษณะนิสัยของหัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน ซึ่งยิ่งให้ข้อมูลมากเท่าไรก็จะยิ่งช่วยให้ตัดสินใจเลือกสมัครงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น สะท้อนปัญหาความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลในตลาดแรงงานที่ได้กล่าวไว้ และข้อจำกัดของตัวกลางหางานที่สามารถป้อนข้อมูลให้แก่ผู้สมัครได้ในระดับหนึ่ง แต่ข้อมูลบางส่วนจะได้มากก็ต่อเมื่อได้เข้าไปทำงานจริงแล้ว

ในอีกด้านหนึ่งจากตารางที่ 4 ค่าตัวแปรพยากรณ์ที่ไม่ได้อยู่ในสมการถดถอย ได้แก่ คุณภาพระบบ และความพึงพอใจ มีนัยสำคัญทางสถิติค่า Sig มากกว่า 0.05 ถือว่าไม่ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับจากการใช้แอปพลิเคชันหางาน A

เกี่ยวกับคุณภาพระบบ ผู้ตอบในตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานเห็นว่าแอป A เน้นตำแหน่งผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นการค้นหางานประเภททั่วๆ ไปเท่านั้น ยังไม่มีฟังก์ชันที่ตอบโจทย์การใช้งานส่วนบุคคลมากนัก นอกจากนี้ในเรื่องความพึงพอใจ เมื่อเทียบกับแอปพลิเคชันออนไลน์ประเภทอื่นๆ ที่ใช้กันอย่างคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นแอปช้อปปิ้ง สั่งอาหาร หรือออนไลน์แบงก์กิ้ง แอป A ยังออกแบบระบบฟังก์ชันสำหรับหางานทั่วไป ตำแหน่งงานที่แนะนำบางครั้งก็ยังไม่ตรงกับความต้องการทั้งหมด จึงพึงพอใจในระดับหนึ่งเท่านั้น คาดหวังว่าแอป A จะปรับปรุงได้ดียิ่งขึ้นกว่านี้

กรณีของแอปพลิเคชันหางาน B

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนระดับมากในทุกตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (4.07) โดยค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นเรียงตามลำดับมากไปน้อยคือ การใช้งาน (4.18) คุณภาพข้อมูล (4.17) คุณภาพการบริการ (4.13) ความพึงพอใจ (4.01) คุณภาพระบบ (3.91) (ดูตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่าของตัวแปรต้นของกลุ่มตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลค่า
คุณภาพระบบ	3.91	1.043	ระดับมาก
คุณภาพข้อมูล	4.17	0.998	ระดับมาก
คุณภาพการบริการ	4.13	0.521	ระดับมาก
คุณภาพการใช้งาน	4.18	0.474	ระดับมาก
ความพึงพอใจ	4.01	0.880	ระดับมาก
ผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับจากการใช้แอป B	4.07	0.926	ระดับมาก

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่าของตัวแปรตามของกลุ่มตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลค่า
ผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ (Net benefits) จากการใช้แอปพลิเคชันงาน B			
1. ท่านคิดว่าการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันงาน ช่วย ให้ท่านค้นหาตำแหน่งงานที่เปิดรับได้ง่ายขึ้น	3.85	1.114	ระดับมาก
2. ท่านคิดว่าการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันงาน ช่วยให้เกิดประโยชน์ในด้านกาประหยัดเวลาและ ค่าใช้จ่าย	3.95	1.024	ระดับมาก
3. ท่านคิดว่าการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันงาน ช่วยให้ท่านได้งานที่ตรงตามความต้องการ	4.29	0.922	ระดับมาก

จากตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) แบบขั้นบันได (Stepwise) พบว่าตัวชี้วัดคุณภาพระบบ ความพึงพอใจ และข้อมูล ปรากฏค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน(Beta) เนื่องจากมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 (Sig. < 0.05) และเมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับที่มีค่ามากที่สุด ได้แก่ ความพึงพอใจ (Beta = 0.360) รองมา คือ ระบบ (Beta = 0.330) และข้อมูล (Beta = 0.194) โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของแอป B ได้ดังนี้

$$Y = 0.659 + 0.293X_1 + 0.379X_2 + 0.180X_3$$

โดย

X_1 คือ ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ

X_2 คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ

X_3 คือ ปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูล

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่าค่าสถิติ Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ (>0.5) และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 5 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระในสมการการวิเคราะห์ไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของกลุ่มตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป

Coefficients								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
3	(Constant)	.659	.223		2.947	.004		
	ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ	.293	.059	.330	4.946	.000	.501	1.998
	ปัจจัยด้านความพึงพอใจ	.379	.061	.360	6.209	.000	.662	1.511
	ปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูล	.180	.063	.194	2.839	.005	.479	2.088
	ปัจจัยด้านการบริการ			-.057	-1.194	.234	.989	1.011
	ปัจจัยด้านการใช้งาน			-.043	-.917	.360	.993	1.007

หมายเหตุ:

- 1) ค่า Adjust R² = 0.563
- 2) ** ระบุถึงนัยสำคัญ ≤ 0.01 (หากมากกว่า 0.05 ถือว่าไม่ส่งผลต่อคุณภาพของแอปพลิเคชัน)
- 3) N = 200

จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์ และคำถามจากแบบสอบถามในส่วนที่ 5 ที่ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อแอปหางานในปัจจุบัน ได้ข้อมูลเพิ่มเติมดังนี้

เกี่ยวกับคุณภาพระบบ ผู้ตอบที่ใช้แอป B หางานในตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไปเห็นว่าแอป B ออกแบบโครงสร้างระบบนำทาง (Navigability) ให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาและเข้าถึงฟังก์ชันส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน (User interface) ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และง่ายดาย และมีฟีเจอร์ตัวคัดกรองงานที่ค่อนข้างละเอียดทั้งจำนวนเมนูหลักและเมนูย่อย รองรับการใช้งานของผู้ใช้งานกลุ่มนี้ที่อาจไม่ได้เชี่ยวชาญการใช้แอปออนไลน์เหมือนคนรุ่นใหม่ ๆ มากนัก คุณภาพระบบจึงเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆ

ส่วนด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ ผู้ตอบในตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไปเห็นว่าพอใจการใช้งานแอป B ในภาพรวม เพราะใช้ง่ายสะดวกผ่านโทรศัพท์มือถือ ตำแหน่งงานหลากหลาย เนื้อหาทางค่อนข้างกว้างตรงกับความต้องการ อยากกลับมาสมัครงานซ้ำ และอยากแนะนำให้เพื่อนใช้อีกด้วย

นอกจากนี้ด้านคุณภาพข้อมูล แอปหางานออนไลน์สะท้อนตลาดแรงงานที่ยืดหยุ่นของกลุ่มคนวัยทำงาน แม้ในระดับตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไปก็ยังมีคนสนใจย้ายงานอยู่ เพื่อค้นหาการจับคู่ที่ใช้โดยฟีเจอร์ตัวคัดกรองอันดับต้นๆ ที่ใช้บ่อย ได้แก่ สายอาชีพ พื้นที่ทำงาน วุฒิการศึกษา เงินเดือนตามลำดับ ที่สำคัญค่อนข้างมั่นใจว่าผู้ให้บริการแอปได้ตรวจสอบความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ปรากฏในแอปก่อนลงประกาศรับสมัครงาน

ในอีกด้านหนึ่ง จากตารางที่ 7 แสดงค่าตัวแปรพยากรณ์ที่ไม่ได้อยู่ในสมการถดถอย ได้แก่ คุณภาพการบริการ และการใช้งาน มีนัยสำคัญทางสถิติค่า Sig มากกว่า 0.05 ถือว่าไม่ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับจากการใช้แอปพลิเคชันงาน B

พบว่าผู้ตอบในตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไปให้ความเห็นต่อคุณภาพการบริการของแอป B ว่าได้รับความช่วยเหลือหรือตอบคำถามเชิงเทคนิคการใช้จากผู้ให้บริการแอป B ด้วยดี แต่หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับตำแหน่งงานจะเลือกติดต่อกับบริษัทนายจ้างที่ออกประกาศรับสมัครงานโดยตรง มากกว่าที่จะติดต่อผ่านตัวแทนผู้ให้บริการ เนื่องจากมีเบอร์โทรติดต่อไว้ในประกาศรับสมัคร และคิดว่าจะได้ข้อมูลที่รวดเร็วกว่า สะท้อนให้เห็นว่าในระดับตำแหน่งงานที่สูงขึ้น ผู้สมัครงานต้องการข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น การสื่อสารทางออนไลน์ผ่านตัวกลางยังมีข้อจำกัด

ขณะที่คุณภาพการใช้งาน ผู้ตอบในตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไปให้ความเห็นว่าใช้แอป B บนโทรศัพท์มือถือค้นหางานยากกว่าใช้เว็บไซต์หางานของบริษัท B เห็นว่าผู้พัฒนาแอปควรปรับปรุงการออกแบบส่วนต่อประสานระหว่างผู้ใช้ (UI) ให้ใช้งานได้ง่ายยิ่งขึ้น เพิ่มความสวยงาม การวางรูปแบบ กด ปุ่มกด ไอคอน หรือขนาดตัวอักษรที่สามารถปรับใหญ่ขึ้นได้ ตลอดจนเลือกหาวิธีการใส่ข้อมูลในตำแหน่งที่เหมาะสม และคำนึงถึงประสบการณ์ของผู้ใช้งาน

การอภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ตามทฤษฎีการหางานอธิบายว่า ข้อมูลในตลาดแรงงานระหว่างผู้หางานกับนายจ้างทั้งสองฝ่ายนั้นไม่สมบูรณ์ การจับคู่งานที่ใช้ กล่าวคือ ผู้หางานได้ประเภทงานและเงื่อนไขการทำงานที่ต้องการ ขณะที่นายจ้างได้ลูกจ้างที่มีคุณสมบัติและความสามารถตรงตามความต้องการนั้น ต้องใช้เวลาและมีต้นทุนในการค้นหาและสังสมข้อมูลซึ่งกันและกัน ในอดีตมีงานจำนวนมากศึกษาบทบาทของบริษัทนายหน้าจัดหางานในฐานะที่เป็นตัวกลางในการจับคู่งานซึ่งใช้พนักงานจำนวนหนึ่งช่วยเก็บข้อมูลและประสานงาน แต่ปัจจุบันตัวกลางในการจับคู่งานรูปแบบใหม่ๆ ได้เกิดขึ้นด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันงานออนไลน์ ที่กำลังเป็นที่นิยมและเติบโตขึ้น งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวกลางใหม่ๆ เหล่านี้ยังมีน้อย (Banfi & Villena-Roldan, 2019; Barreto & Alturas, 2018; Ghazzawi & Accoume, 2014)

นอกจากนี้ ถึงแม้จะมีการศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพที่ส่งผลต่อการจับคู่ของแอปพลิเคชันออนไลน์รูปแบบอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกัน เช่น การจับคู่ผู้ซื้อและผู้ขายในแพลตฟอร์มสินค้าออนไลน์หรือบนแอปอีคอมเมิร์ซ หรือการจับคู่ผู้ต้องการส่งของและไรเดอร์บนแอปบริการส่งของ หรือการจับคู่ผู้ประกอบการร้านอาหารกับผู้ที่ต้องการสั่งอาหารบนแอปสั่งอาหารดีลิเวอรี่ก็ตาม งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพของแอปพลิเคชันงานออนไลน์ในไทยเองยังมีน้อย งานวิจัยชิ้นนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อทำความเข้าใจในประเด็นดังกล่าว และเพื่อช่วยพัฒนาตัวกลางในการจับคู่งานใหม่ๆ ของไทยให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์บทบาทในการจับคู่งานของแอปพลิเคชันออนไลน์ในตลาดแรงงานไทยว่าเป็นอย่างไร แยกตามระดับตำแหน่งผู้ปฏิบัติการและตำแหน่งหัวหน้างานขึ้นไป ผลการวิจัยพบ 5 ประเด็นสำคัญที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้คือ

1. งานในตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานและหัวหน้างานขึ้นไป ยังเป็นตำแหน่งที่หาคนทดแทนได้ไม่ยากนัก ข้อมูลเป็นลักษณะเปิดเผยทั่วไป ดังนั้น หากผู้สมัครงานมีวุฒิการศึกษาตรงกับสายอาชีพที่บริษัทเปิดรับ เดินทางไปทำงานสะดวก และต้องการเงินเดือนอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยตลาด การจับคู่งานจึงเป็นไปได้ง่าย นายจ้างสามารถใช้ช่องทางการประกาศรับสมัครผ่านแอปพลิเคชันหางาน เพื่อสรรหาบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย ทำให้ได้ใบสมัครเข้ามาเป็นจำนวนมาก และส่วนใหญ่ค่อนข้างตรงตามที่ต้องการ

2. แต่ทว่าแอปพลิเคชันหางานออนไลน์ อาจไม่ตอบโจทย์งานในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องของบริษัทผู้ให้บริการแอปพบว่ามักได้รับใบสมัครน้อย มีฐานข้อมูลของผู้หางานกลุ่มนี้จำกัด เพียงแค่ประกาศรับสมัครงานผ่านแอปยังไม่สามารถดึงดูดให้คนกลุ่มนี้มาสมัครได้ บางครั้งติดต่อไปแล้วเขาอาจยังไม่ต้องการเปลี่ยนงานในทันที ขณะที่นายจ้างอาจต้องใช้พีเจอาร์ตัวคัดกรองเพื่อช่วยค้นหาฐานข้อมูลประวัติผู้สมัครเอง ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการคลิกเข้าไปดูข้อมูลดังกล่าว นายจ้างต้องใช้วิธีการสรรหารูปแบบอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น คนแนะนำ จากบริษัทในเครือหรือบริษัทคู่ค้า

3. จากผลแบบสอบถามและการทดสอบทางสถิติพบว่า ตัวชี้วัดคุณภาพของแอปพลิเคชันหางานที่เหมือนกันของทั้งสองกลุ่มตัวอย่างคือ คุณภาพข้อมูล สะท้อนให้เห็นว่าแอปพลิเคชันหางานมีบทบาทสำคัญยิ่งในการกลบช่องว่างความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลในตลาดแรงงาน ยิ่งแอปพลิเคชันแสดงบทบาทตัวกลางสามารถป้อนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้สมัครและนายจ้างได้มากเท่าไร ก็ยิ่งจะเพิ่มประสิทธิภาพในการจับคู่งานในตลาดแรงงานได้มากยิ่งขึ้นเท่านั้น บริษัทผู้พัฒนาแอปพลิเคชันจึงควรตระหนักถึงบทบาทสำคัญของตนในเรื่องนี้ และให้ความสำคัญในการผลิตข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และพัฒนาวัตรกรรมด้านฟังก์ชันการเก็บและนำเสนอข้อมูลต่อไป เพื่อการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นในอนาคต

4. ในอีกด้านหนึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องพบว่า แอปพลิเคชันหางานออนไลน์มีข้อดีตรงที่เป็นเครื่องมือช่วยให้เข้าถึงข้อมูลสมัครงานได้ในวงกว้าง ภายในเวลาอันจำกัด แต่อาจมีข้อเสียเรื่องภาวะข้อมูลเฟ้อ เช่น ผู้ใช้รู้สึกว่าการแข่งขันการจ้างเดือนมากเกินไป มีตำแหน่งงานที่ไม่ได้เกี่ยวข้องปะปนเข้ามา อีกทั้งคุณภาพข้อมูลอาจถูกบิดเบือนจากการคัดกรองเบื้องต้นของตัวกลางซึ่งมีอคติในบางเรื่อง เช่น พีเจอาร์งานแนะนำ พีเจอาร์วิวบริษัท พีเจอาร์งานด่วน นอกจากนี้ ระบบการตรวจสอบยืนยันความถูกต้องของประวัติผู้สมัครและเอกสารสำคัญ เช่น ใบปริญญา ประกาศนียบัตร และผลคะแนน

สอบอาจไม่สมบูรณ์ มักพบปัญหาข้อมูลที่ผู้สมัครส่งมาทางออนไลน์ไม่ค่อยอัปเดต และบางครั้งไม่น่าเชื่อถือ

5. ในเชิงมหภาคผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ตลาดแรงงานไทยยังคงมีปัญหาความไม่สอดคล้องระหว่างอุปสงค์กับอุปทาน (Mismatch) ผู้หางานทำมีคุณสมบัติไม่สูงพอกับระดับที่นายจ้างต้องการ ขาดแคลนแรงงานทักษะขั้นสูงอย่างมาก เป็นกลุ่มที่หาได้ยากยิ่งทั้งในและนอกองค์กร นายจ้างไทยต้องหันมาจริงจังกับการสร้างและพัฒนาแรงงานทักษะขั้นสูงเองภายในองค์กร มากกว่าที่จะพึ่งพาการสรรหาจากตลาดแรงงานภายนอก โดยเฉพาะผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์อย่างที่เป็นอยู่

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ (Recommendation)

งานวิจัยชิ้นนี้ให้ประโยชน์เชิงวิชาการ เรื่องการศึกษาตัววัดคุณภาพของแอปพลิเคชันหางานออนไลน์และบทบาทในการเพิ่มคุณภาพการจับคู่งาน กรณีศึกษาในประเทศไทย ช่วยให้เข้าใจว่ากลุ่มคนวัยทำงานมีการใช้แอปหางานบนมือถือในตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานและหัวหน้างานขึ้นไปค่อนข้างมาก มีการแยกแยะบริษัทแอปพลิเคชันกับประเภทสายอาชีพ ไม่ใช่ว่าทุกแอปหางานจะเปิดรับสมัครงานเหมือนกันหมด แต่ละแอปจะมีความเชี่ยวชาญและเครือข่ายนายจ้างที่แยกกันโดยเฉพาะ นอกจากนี้การใช้ฟีดแบ็กตัววัดครองหลัก ได้แก่ สายอาชีพ พื้นที่ทำงาน วุฒิการศึกษา เงินเดือน ตามลำดับ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจับคู่ให้แก่องค์กรทั้งสองฝ่ายได้อย่างมาก

ขณะที่ตัววัดด้านคุณภาพที่ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิแตกต่างกันในแต่ละระดับตำแหน่ง แต่ที่สำคัญเหมือนกันคือ คุณภาพข้อมูล ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพข้อมูลจึงเป็นเรื่องที่ผู้พัฒนาแอปต้องเอาใจใส่และหาวิธีเพิ่มคุณภาพให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การสรรหาดำเนินการที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญขั้นสูงนั้นพบว่าแอปหางานออนไลน์ยังมีข้อจำกัด

งานวิจัยชิ้นนี้ยังให้ประโยชน์แก่ตัวกลางผู้ให้บริการแอปพลิเคชันหางาน และบริษัทนายจ้างสามารถนำตัวแปรที่ศึกษาในงานนี้ไปใช้ประเมินค่า และปรับปรุงคุณภาพของแอปพลิเคชันให้ดียิ่งขึ้น โดยยึดหลักข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Usefulness) การใช้งานง่าย (Ease of use) และการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy concerns) ซึ่งจะช่วยลดภาวะการว่างงาน ลดเวลาและค่าใช้จ่ายในกระบวนการสรรหาและคัดเลือก เพิ่มโอกาสการจับคู่งานที่ใช้ในตลาดแรงงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ข้อจำกัดและงานวิจัยในอนาคต (Limitation and Future Research)

งานวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้อปพลิเคชันหางานออนไลน์เพียง 2 ราย และเพียง 2 ระดับตำแหน่ง (ผู้ปฏิบัติการและหัวหน้างานขึ้นไป) เท่านั้น ในความเป็นจริงแล้วผู้หางานอาจใช้อปพลิเคชันออนไลน์จำนวนมากกว่านี้ หรือใช้ช่องทางอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น ติดต่อนายจ้างโดยตรง มีผู้แนะนำงาน ใช้เครือข่าย เป็นต้น ตลอดจนตำแหน่งงานและสายอาชีพก็ยังมีหลากหลาย หากงานวิจัยในอนาคต

สามารถเก็บข้อมูลได้กว้างขึ้น และมากขึ้น ก็จะทำให้เห็นภาพรวมของพฤติกรรมการทำงานออนไลน์ได้ชัดเจนและถูกต้องยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ดัชนีวัดคุณภาพของแอปพลิเคชันที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้เพียง 5 ตัวแปร คือ ระบบ ข้อมูล การบริการ การใช้งาน และความพึงพอใจในการใช้เท่านั้น ยังมีอีกหลายมิติที่ควรศึกษา ตัวอย่างเช่น การวัดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจว่าการใช้แอปพลิเคชันทำงานออนไลน์ช่วยให้ได้งานที่ใช้คนที่ใช้ ลดเวลา และลดค่าใช้จ่าย มากกว่าเครื่องมือแบบเดิมจริงหรือไม่

นอกเหนือไปจากประโยชน์และความง่ายในการใช้งานแอปทำงานออนไลน์แล้ว การวัดหาความสัมพันธ์ในเชิงจิตวิทยาระหว่างคุณลักษณะของผู้หางาน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน กับทัศนคติหรือแรงจูงใจ รวมทั้งการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันทำงานออนไลน์ หรือปัญหาประติชีฐในกระบวนการรับสมัคร (Barreto & Alturas, 2018; Lin, 2010; Van Hooft et al., 2022) รวมทั้งมาตรการปกป้องความเป็นส่วนตัวและความน่าเชื่อถือของข้อมูลระหว่างใช้แอปทำงานในเชิงกฎหมาย ก็เป็นหัวข้อที่ควรศึกษาในเชิงลึกต่อไป (da Motta Veiga et al., 2021; van Escha et al., 2019) ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสิ่งท้าทายกระบวนการสรรหา รับสมัคร และคัดเลือกของผู้ปฏิบัติงานด้านทรัพยากรมนุษย์และนายจ้างในยุคสงครามแย่งชิงดาวเด่นในปัจจุบันอย่างปฏิเสธไม่ได้

เอกสารอ้างอิง (References)

- กขพร แซ่यी. (2562). *การเลือกงานหรือเลือกองค์กรเป็นหลักในการหางานของพนักงานกลุ่มวัยเริ่มทำงาน (first jobber)*. [งานค้นคว้าอิสระโครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- จตุรงค์ นภาพร. (2562). *การสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เนตรนา ไวทย์เลิศศักดิ์. (2564). *การบริหารดาวเด่นและเส้นทางสู่ผู้บริหารระดับสูงในมิติทางเศรษฐศาสตร์*. สถาบันเสริมศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรวิภา โพธิ์ทอง. (2560). *เกณฑ์การคัดเลือกและวิธีการบริหารพนักงานบูมเมอแรง*. [งานค้นคว้าอิสระโครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- เพ็ญวิภา เพชรจัน และกาญจนา มีศิลป์วิกัย. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์แมน ในเขตกรุงเทพมหานคร. *นิเทศสยามปริทัศน์*, 18(2), 183-190.

- รวีพร จิตอารีย์รัตน์ และปฐมา สตะเวทิน. (2565). การวิเคราะห์การออกแบบแอปพลิเคชัน Booking.com ที่ส่งผลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้ในประเทศไทย. *วารสารพิษณุพนธ์*, 17(3), 167-174.
- วรดา ต่อดัฒนกิจติกุล ศศิประภา พันธนาเสรี และณัฐวรรณ ศรีสุข. (2563). กลยุทธ์การตลาด ดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของธนาคารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันเคพลัสของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 9(2), 81-95.
- อัญชลี เขียวราช. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดดิจิทัลกับการตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านแอปพลิเคชัน TOPS ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 24(3), 19-32.
- Abel, J. R., & Deitz, R. (2015). Agglomeration and job matching among college graduates. *Regional Science and Urban Economics*, 51, 14-24.
<https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2014.12.001>
- Agarwal, R., & Venkatesh, V. (2002). Assessing a firm's web presence: A heuristic evaluation procedure for the measurement of usability. *Information Systems Research*, 13(2), 168-186. <https://doi.org/10.1287/isre.13.2.168.84>
- Albrecht, J. (2011). Search theory: the 2010 Nobel memorial prize in economic sciences. *The Scandinavian Journal of Economics*, 113(2), 237-259.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9442.2011.01658.x>
- Alnanih, R., Ormandjieva, O., & Radhakrishnan, T. (2013, October 23-26). A new quality-in-use model for mobile user interfaces. In *2013 Joint Conference of the 23rd International Workshop on Software Measurement and the 8th International Conference on Software Process and Product Measurement* (pp. 165-170). IEEE. <https://doi.org/10.1109/IWSM-Mensura.2013.32>
- Banfi, S. & Villena-Roldan, B. (2019). Do high-wage jobs attract more applicants? Directed search evidence from the online labor market. *Journal of Labor Economics*, 37(3), 715-746. <https://doi.org/10.1086/702627>
- Barreto, S. D. & Alturas, B. (2018). Quality-in-use app evaluation: Case of a recruitment app for Portuguese SMEs. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 3(1), 1-9. <https://doi.org/10.20897/jisem.201801>

- Barron, J. M., Black, D. A., & Loewenstein, M. A. (1989). Job matching and on-the-job training. *Journal of Labor Economics*, 7(1), 1-19.
<https://doi.org/10.1086/298196>
- Baykal, E. (2020). Digital era and new methods for employee recruitment. In U. Hacıoglu (Eds.), *Handbook of research on strategic fit and design in business ecosystems* (pp. 412-430). Business Science Reference.
<https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1125-1.ch018>
- Cao, M., Zhang, Q., & Seydel, J. (2005). B2C e-commerce web site quality: An empirical examination. *Industrial Management and Data Systems*, 105(5), 645-661.
<https://doi.org/10.1108/02635570510600000>
- Da Motta Veiga, S. P., Sun, S., Turban, D. B., & Foo, M. D. (2021). How does affect relate to job search effort and success? It depends on pleasantness, activation, and core self-evaluations. *Human Resource Management*, 60(6), 921-933.
<https://doi.org/10.1002/hrm.22046>
- DeLone, W. H. & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60-95.
<https://doi.org/10.1287/isre.3.1.60>
- DeLone, W. H. & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of management information systems*, 19(4), 9-30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- DeVaro, J. and Morita, H. (2013). Internal promotion and external recruitment: A theoretical and empirical analysis. *Journal of Labor Economics*, 31(2), 227-269.
<https://doi.org/10.1086/667814>
- Faberman, R. J. & Kudlyak, M. (2019). The intensity of job search and search duration. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 11(3), 327-57.
<https://doi.org/10.1257/mac.20170315>
- Gerxhani, K. & Koster, F. (2015). Making the right move: Investigating employers' recruitment strategies. *Personnel Review*, 44(5), 781-800.
<https://doi.org/10.1108/PR-12-2013-0229>

- Ghazzawi, K. & Accoume, A. (2014). Critical success factors of the e-recruitment system. *Journal of Human Resources Management and Labor Studies*, 2(2), 159-170.
- Harris, M. A., Brookshire, R., & Chin, A. G. (2016). Identifying factors influencing consumers' intent to install mobile applications. *International Journal of Information Management*, 36(3), 441-450.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.02.004>
- Hinojosa, A. S., Walker, H. J., & Payne, G. T. (2015). Prerecruitment organizational perceptions and recruitment website information processing. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(20), 2617-2631.
<https://doi.org/10.1080/09585192.2014.1003081>
- Jovanovic, B. (1979). Job matching and the theory of turnover. *Journal of Political Economy*, 87(5, Part 1), 972-990. <https://doi.org/10.1086/260808>
- Ju, B., & Li, J. (2019). Exploring the impact of training, job tenure, and education-job and skills-job matches on employee turnover intention. *European Journal of Training and Development*, 43(3/4), 214-231. <https://doi.org/10.1108/EJTD-05-2018-0045>
- Lew, P., Olsina, L., and Zhang, L. (2010). Quality, quality in use, actual usability and user experience as key drivers for web application evaluation. In *Web Engineering: 10th International Conference, ICWE 2010, Vienna Austria, July 5-9, 2010. Proceedings 10* (pp. 218-232). Springer Berlin Heidelberg.
https://doi.org/10.1007/978-3-642-13911-6_15
- Lin, H. F. (2010). Applicability of the extended theory of planned behavior in predicting job seeker intentions to use job-search websites. *International Journal of Selection and Assessment*, 18(1), 64-74.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2010.00489.x>
- Marinescu, I. & Wolthoff, R. (2020). Opening the black box of the matching function: The power of words. *Journal of Labor Economics*, 38(2), 535-568.
<https://doi.org/10.1086/705903>
- Mortensen, D. T. (1986). Job search and labor market analysis. *Handbook of Labor Economics*, 2, 849-919. [https://doi.org/10.1016/S1573-4463\(86\)02005-9](https://doi.org/10.1016/S1573-4463(86)02005-9)

- Mortensen, D. T. (1988). Wages, separations, and job tenure: On-the-job specific training or matching?. *Journal of Labor Economics*, 6(4), 445-471.
<https://doi.org/10.1086/298191>
- Novak, Jeanne. (2017). Making the cut when applying for jobs online. *Journal of Vocational Rehabilitation*, 46(3), 293-299. <https://doi.org/10.3233/JVR-170864>
- Orehovacki, T., Granic, A., & Kermek, D. (2013). Evaluating the perceived and estimated quality in use of Web 2.0 applications. *Journal of Systems and Software*, 86(12), 3039-3059. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2013.05.071>
- Palmer, J. W. (2002). Web site usability, design, and performance metrics. *Information Systems Research*, 13(2), 151-167. <https://doi.org/10.1287/isre.13.2.151.88>
- Souza-Pereira, L., Pombo, N., & Ouhbi, S. (2022). Software quality: Application of a process model for quality-in-use assessment. *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*, 34(7), 4626-4634.
<https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2022.03.031>
- Talib, M. A., Alsaafin, A., & Medjden, S. M. (2020). Application of quality in use model to evaluate the user experience of online banking software. *Journal of Cases on Information Technology (JCIT)*, 22(2), 34-51. <https://doi.org/10.4018/JCIT.2020040103>
- Thompson, L. F., Braddy, P. W., & Wuensch, K. L. (2008). E-recruitment and the benefits of organizational web appeal. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 2384-2398. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.014>
- Van Esch, P., Black, J. S., & Ferolie, J. (2019). Marketing AI recruitment: The next phase in job application and selection. *Computers in Human Behavior*, 90, 215-222.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.09.009>
- Van Hooft, E. A. J., Van Hoyer, G., & Van den Hee, S. M. (2022). How to optimize the job search process: Development and validation of the job search quality scale. *Journal of Career Assessment*, 30(3), 474-505. <https://doi.org/10.1177/10690727211052812>
- Wanberg, C. R., Ali, A. A., & Csillag, B. (2020). Job seeking: The process and experience of looking for a job. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 7, 315-337. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012119-044939>

ภาคผนวก

ข้อคำถามส่วนที่ 4 ในแบบสอบถาม

ตัวชี้วัดคุณภาพการใช้แอปพลิเคชันหางานออนไลน์
1. ตัวชี้วัดด้านคุณภาพระบบ (System quality) ต่อไปนี้ ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ มากน้อยเพียงใด
1.1 เมนูคำสั่งต่าง ๆ ที่แสดงในแอปพลิเคชันหางาน ไม่ซับซ้อน สามารถใช้งานได้ง่าย
1.2 แอปพลิเคชันหางานมีความพร้อมในการใช้งานได้อยู่เสมอ
1.3 ความเสถียร (Stable) ของระบบแอปพลิเคชันหางาน
1.4 ความรวดเร็วในการประมวลผลบนแอปพลิเคชันหางาน ระยะเวลาในการดาวน์โหลด
1.5 ท่านคิดว่าระบบการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันหางานมีความปลอดภัยเพียงพอ
2. ตัวชี้วัดด้านคุณภาพข้อมูล (Information quality) ต่อไปนี้ ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ มากน้อยเพียงใด
2.1 มีข้อมูลของคำตอบแทนและสวัสดิการอย่างครบถ้วน
2.2 มีข้อมูลของบริษัทนายจ้างอย่างครบถ้วน
2.3 มีเนื้อหาส่วนอื่นๆ นอกจากการรับสมัครงาน เช่น บทความ ข่าว เคล็ดลับการสัมภาษณ์งานต่างๆ
2.4 เนื้อหาข้อมูลในแอปพลิเคชันหางานมีความชัดเจนและสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน
2.5 ความถูกต้อง น่าเชื่อถือของข้อมูลในแอปพลิเคชันหางาน
3. ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ (Service quality) ต่อไปนี้ ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ มากน้อยเพียงใด
3.1 บริการค้นหาตำแหน่งงานในแอปพลิเคชันหางานมีความแม่นยำและครอบคลุม ช่วยให้ง่ายต่อการค้นหา
3.2 บริการแจ้งเตือนตำแหน่งงานใหม่ ที่ตรงกับความต้องการของท่านส่งไปยังอีเมล ช่วยให้ไม่ตกข่าวสารการรับสมัครงาน
3.3 ตัวกรองงาน (Job filter) ในแอปพลิเคชันหางาน ช่วยให้ท่านประหยัดเวลาในการค้นหาเพิ่มมากขึ้น
3.4 บริการตำแหน่งงานที่แนะนำช่วยให้ท่านมีงานให้เลือกสมัครได้เพิ่มขึ้น
3.5 ความง่ายในการติดต่อเข้าถึงผู้ให้บริการเมื่อต้องการความช่วยเหลือ เช่น มีช่องทางติดต่อผู้ให้บริการ และส่วนคำถามที่พบบ่อย (FAQ) มีความครอบคลุมสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการทราบ เป็นต้น
4. ตัวชี้วัดด้านการใช้งาน (Use) ต่อไปนี้ ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ มากน้อยเพียงใด
4.1 ความเข้าใจและสามารถใช้นเมนูคำสั่งการต่างๆ ในแอปพลิเคชันหางานของผู้ใช้งาน (User)
4.2 มีการใช้แอปพลิเคชันหางานในหลายฟังก์ชัน เช่น ค้นหา บันทึกรายการตำแหน่งงาน การแจ้งเตือน เป็นต้น

ตัวชี้วัดคุณภาพการใช้แอปพลิเคชันหางานออนไลน์
4.3 ในการหางานแต่ละครั้ง ท่านได้เข้าใช้แอปพลิเคชันหางานอย่างสม่ำเสมอ
4.4 แอปพลิเคชันหางานมีคำแนะนำการใช้ มีภาพประกอบสวยงาม และมีความง่ายในการใช้งาน (User friendly)
4.5 ระบบสมาชิก มีฟังก์ชันการใช้งานที่ตอบโจทย์การใช้งานส่วนบุคคล (Personalize)
5. ตัวชี้วัดด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ (User satisfaction) ต่อไปนี้ ส่งผลต่อผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ มาก น้อยเพียงใด
5.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อรูปแบบระบบ/ฟังก์ชันของแอปพลิเคชันหางาน
5.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อข้อมูลที่ได้จากแอปพลิเคชันหางาน
5.3 ความพึงพอใจโดยรวมจากการใช้แอปพลิเคชันหางาน
5.4 ท่านจะกลับมาสมัครงานโดยใช้แอปพลิเคชันหางานอีก
5.5 ท่านจะแนะนำให้ผู้หางานคนอื่นๆ มาใช้แอปพลิเคชันหางาน
6. ผลประโยชน์สุทธิที่ได้รับ (Net benefits) จากการใช้แอปพลิเคชันหางาน
6.1 ท่านคิดว่าการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันหางาน ช่วยให้คุณค้นหาตำแหน่งงานที่เปิดรับได้ง่ายขึ้น
6.2 ท่านคิดว่าการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันหางานช่วยให้เกิดประโยชน์ในด้านการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย
6.3 ท่านคิดว่าการสมัครงานผ่านแอปพลิเคชันหางานช่วยให้คุณได้งานที่ตรงตามความต้องการ