



ความตั้งใจในการสมัครงานกับองค์กรผ่านเว็บไซต์หางาน

โดย

นายพิเชฐศักดิ์ รัตนปัญญาพร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2555

## บทคัดย่อ

สังคมปัจจุบันก้าวเข้าสู่สังคมออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ การสรรหาบุคลากรโดยมีเว็บไซต์เป็นสื่อกลางในการสรรหาทำให้การหางานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตกลายเป็นอีกช่องทางที่ได้รับความนิยมอย่างมาก แต่ปัญหาที่พบคือหน่วยงานสรรหาบุคลากรสูญเสียต้นทุนในการลงประกาศรับสมัครงานออนไลน์กับทางเว็บไซต์หางานเป็นจำนวนมากแต่ได้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่า ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครงานผ่านเว็บไซต์หางานโดยศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของข้อความการรับสมัครงานในด้านความชัดเจนถูกต้อง ด้านความสามารถในการชักจูง และการสะท้อนคุณค่าองค์กร ผ่านตัวกลางคือการรับรู้ความเหมาะสมระหว่างบุคคลและองค์กรตามกรอบแนวคิด Attraction-Selection-Attrition นอกจากนี้ยังศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของความสามารถในการใช้เว็บไซต์ (Website Usability) และความไว้วางใจในเว็บไซต์ (Trust toward website) ผ่านตัวกลางคือทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์หางาน ตามทฤษฎีเหตุผลของการกระทำ (Theory of reasoned action) ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาจากงานวิจัยในอดีตเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 382 คนที่อยู่ในระหว่างการหางานใหม่โดยใช้เว็บไซต์หางานเป็นเครื่องมือในการสมัครงาน

โดยผลการวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่าข้อความการรับสมัครงานทั้ง 3 ด้านมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจสมัครงานผ่านเว็บไซต์หางาน โดยมีการรับรู้ความเหมาะสมระหว่างบุคคลและองค์กรเป็นตัวกลางที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจสมัครงานผ่านเว็บไซต์หางาน ส่วนความสามารถในการใช้เว็บไซต์ และความไว้วางใจในเว็บไซต์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจในการสมัครงานผ่านเว็บไซต์หางานเช่นกัน โดยมีทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์หางานเป็นตัวกลางที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการสมัครงานผ่านเว็บไซต์หางาน

## Abstract

Nowadays, the world has become a complete online society. Websites are used as a media for the searching of organization personnel. Job search via the Internet has become another highly popular channel for recruitment. However, the problem is recruitment process consumes a great deal of money in posting jobs online in job search websites while their returns are not worthwhile. Therefore, this research aims to study factors which influence people's intention to apply for jobs via job search websites by analyzing indirect effect of recruitment messages in terms of directness, relationship and reflection on organizations' values through a mediator, which is the perception of person-organization fit according to the concept of "Attraction-Selection-Attrition."(ASA Model) Moreover, this research also focuses on studying indirect influence of website usability and trust toward websites through a mediator, which is the attitude toward job search websites according to the theory of reasoned action (TRA) developed by Delafrooz, Paim, & Khatibi in 2011. This study is a survey research which used the questionnaire that had been developed from previous research studies as a tool to collect data from a sample of 382 people who were looking for new jobs and were using job search websites as a tool to apply for jobs. Factor analysis was used as an analysis tool in this study by using principle axis factoring extraction and varimax rotation.

The findings of the research revealed that the three significant aspects in recruitment messages had an indirect influence on the intention to apply for jobs via job search websites whereas the perception of person-organization fit is a mediator which caused the intention to apply for jobs via job search websites. Website usability and trust toward websites also had an indirect influence on the intention to apply for jobs via job search websites whereas the attitude toward job search websites is a mediator which caused the intention to apply for jobs via job search websites.