

ปัจจัยของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลี ตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ

Social Media Factors Affecting the Decision to Work in the Republic of Korea According to the Foreign Labor Employment System

พวงเพ็ญ บุญผาสุก¹ สุทธาพัฒน์ อมรเรืองตระกูล² สุพัตรา จันทนะศิริ³
Poungpen Boonphasuk¹ Sutthapat Amornruangtrakool² Supatra Chantanasiri³

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
Faculty of Business, Bangkokthonburi University, Thailand.
E-mail: ¹puangpen_b@hotmail.com, ³supatra.cha@bkkthon.ac.th

Received February 24, 2023; Revised April 3, 2023; Accepted April 22, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากร การเปิดรับ ความรู้ ทักษะ และ การตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ 2) ศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ และ 3) ศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และ การตัดสินใจเกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ แรงงานไทยอายุระหว่าง 18 – 39 ปี ที่สมัครไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ ซึ่งเคยเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงาน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ วิเคราะห์การถดถอยแบบง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อสังคมออนไลน์ที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข้อมูลสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ แอปพลิเคชันไลน์ 2) ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน และจากผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่าไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ความรู้เกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ และทัศนคติต่อการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์; การตัดสินใจ; ระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ

Abstracts

This article aimed to: 1) examine demographic traits, social media exposure, knowledge, attitudes, and decisions regarding employment in the Republic of Korea in accordance with the foreign labor employment system; 2) examine variations in demographic traits and social media exposure regarding employment in the Republic of Korea in accordance with the foreign employment system; and 3) study the influence of social media exposure, knowledge, attitudes, and decision-making on going to work in the Republic of Korea according to the foreign labor employment system. This study was quantitative research. The population was 400 Thai workers between the ages of 18 and 39 who applied to work in the Republic of Korea according to the foreign employment system. Also, they all had access to the social media accounts of the Ministry of Labor. A straightforward random sample strategy was utilized in this study to collect data using a questionnaire. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. Simple regression analysis and multiple regression analysis were the statistics employed in the testing. The findings revealed that: 1) The first social media with the highest average exposure was LINE application. 2) Different exposures to social media were caused by demographic factors as age, income, and educational attainment. Also, the comparison of the mean pairs revealed that there were no pairs that differed significantly at the 0.05 level. 3) The decision to work in the Republic of Korea in accordance with the foreign labor employment system was influenced by social media exposure, knowledge of working in the Republic of Korea under the foreign employment system, and attitudes toward working in the Republic of Korea under the foreign employment system.

Keywords: Social Media; Decision; the Foreign Labor Employment System

บทนำ

การจัดส่งแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ เป็นการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ และเป็นนโยบายที่สำคัญในเรื่องของการส่งเสริมการมีงานทำโดยแรงงานไทยจะได้รับประสบการณ์ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาประเทศได้อีกทางหนึ่ง และเนื่องจากทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญในการยกระดับการพัฒนาประเทศไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว จึงจำเป็นต้องมีการวางรากฐานการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศอย่างเป็นระบบ อันนำมาซึ่งการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) (ห้องสมุดเอกสารสาธารณะอ้างอิงเพื่อการพลิกโฉมรัฐบาลไปสู่ดิจิทัล, 2561)

สาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว การแสดง ศัลยกรรม การประกอบธุรกิจสินค้า และเทคโนโลยีในระดับแนวหน้าของประเทศในแถบเอเชีย และส่งสินค้า เทคโนโลยีชั้นนำไปสู่ตลาดทั่วโลกในด้านแรงงานชาวเกาหลีนั้น แต่เดิมยังเป็นประเทศผู้ส่งแรงงานไปทำงานในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกทั้งในยุโรปและอเมริกา ซึ่งปัจจุบันด้วยความมุ่งมั่นขยันขันแข็งของคนในชาติทำให้เศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลีมีการขยายตัว โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวม ทำให้ระดับการพัฒนาประเทศก้าวขึ้นสู่ประเทศชั้นนำของโลก และมีสถานภาพเป็นประเทศผู้รับแรงงานในปัจจุบันส่วนการไปทำงานต่างประเทศนั้นจะมีเฉพาะกลุ่มแรงงานฝีมือหรือบริษัทผู้รับเหมาชาวเกาหลีที่ไปประมูลงานก่อสร้าง ในประเทศกลุ่มตะวันออกกลาง และภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก สำหรับในส่วนของภาคอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลีก็ยังคงประสบกับภาวะการขาดแคลนแรงงานระดับล่าง จึงทำให้ภาครัฐบาลโดยกระทรวงแรงงาน และการจ้างงานของสาธารณรัฐเกาหลีต้องบริหารจัดการเพื่อช่วยบรรเทาปัญหาให้กับสถานประกอบการเหล่านี้ภายใต้ระบบอนุญาตจ้างแรงงานต่างชาติหรือ EPS (กองบริหารแรงงานไทยไปต่างประเทศ กรมการจัดหางาน, 2560) จากงานวิจัยของ (ณัฐกรและกตัญญู, 2563) ที่ศึกษาแรงจูงใจของแรงงานไทยที่ต้องการไปทำงานในสาธารณรัฐเกาหลีอย่างถูกกฎหมายพบว่าอายุที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา โอกาสเจริญเติบโตในหน้าที่การงานผลตอบแทนและสวัสดิการที่แตกต่างกัน และจากงานของ (สุทธิพรและนพดล, 2565) ที่ศึกษานโยบายแรงงานต่างชาติในตลาดแรงงานทุติยภูมิของเกาหลีได้พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจต่างกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร การเปิดรับ ความรู้ ทักษะ และ การตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) ของแรงงานไทย
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) ของแรงงานไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะ และการตัดสินใจเกี่ยวกับการไปทำงานที่ สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) ของแรงงานไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ สื่อในสังคมออนไลน์ที่ในปัจจุบันนิยม และมีการใช้งานสื่อสารแบบ 2 ทาง (Interactive) ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าถึง Social Media ประเภทต่าง ๆ ได้ สะดวกและรวดเร็ว โดยสามารถเข้ามาแบ่งปันความรู้ข้อมูลข่าวสารให้แก่อีกกันได้อย่างอิสระ และได้ตอบสนองความคิดเห็นกันได้อย่างทันที่ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561)

สิริลักษณ์ อุบลรัตน์ (2560) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ คือ เว็บไซต์เครือข่ายสังคม ออนไลน์ เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้งานบนอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการ และการใช้ชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนแปลงไปของคนในยุคสารสนเทศนี้ทำให้เวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น นอกจากนี้กระทรวงแรงงานยังใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) อีกทั้งใช้ติดต่อสื่อสารกับประชาชนรวมถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ แรงงานไทย มีดังนี้

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ให้บริการผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้งาน

ยูทูบ (YouTube) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นแพลตฟอร์มสำหรับเผยแพร่วิดีโอ โดยอัปโหลดผ่านช่องทางที่สามารถสร้างขึ้นเองได้โดยการสมัครเป็นสมาชิก

ไลน์ (Line) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถสนทนาผ่านทางแอปพลิเคชัน โดยผู้ใช้สามารถสื่อสาร ด้วยการส่งข้อความ รูปภาพ คลิปเสียง คลิปวิดีโอไปยังผู้ใช้อื่น ๆ ได้

แอปพลิเคชันทีโออีเอ (Application TOEA) เป็นแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับแรงงานไทยที่จะไปทำงานต่างประเทศและที่กำลังทำงานอยู่ในต่างประเทศรวมถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจโดยให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการไปทำงานต่างประเทศ สิทธิประโยชน์จากกองทุนเพื่อช่วยเหลือ คนหางานไปทำงานต่างประเทศ แรงงานคืนถิ่นที่กลับจากต่างประเทศ แนะนำการบริหารจัดการรายได้ของแรงงานไทย รวมถึงเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารและขอความช่วยเหลือเมื่อประสบปัญหาในต่างประเทศ

จากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ แสดงให้เห็นว่าการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีประสิทธิภาพ และมีหลากหลายประเภทให้เลือกใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล การให้ความรู้รวมทั้งเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาซึ่งเป็นช่องทางที่กระทรวงแรงงานนำมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการไปทำงานต่างประเทศตาม ระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) ได้แก่ Facebook, YouTube, Twitter, Line และ Application TOEA โดยจะศึกษาในส่วนของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper J.T. 1960, อ้างถึงใน สุภวัฒน์ สงวนงาม, 2557) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสาร เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสาร

เชมมวล เบคเกอร์ (Becker 1972, อ้างถึงใน นันทินี พิศวิลัย, 2558: 16) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจใส่ใจในการอ่าน ดูหรือฟังเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

สรุปได้ว่าการเปิดรับจากรับรู้ของประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม และมักเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการหรือใช้แก้ปัญหาของตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

Hideo Yamazaki (สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2548; 8) ให้ความหมายของความรู้ เป็น สารสนเทศที่ผ่านกระบวนการคิดเปรียบเทียบ เชื่อมโยงกับความรู้อื่น จนเกิดเป็นความเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ในการสรุปและตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ โดยไม่จำกัดช่วงเวลา

สรุปได้ว่า ความรู้ เป็นสิ่งที่สั่งสมจากการเรียนรู้ การค้นคว้า ประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการคิดเปรียบเทียบ เชื่อมโยงความรู้อื่น ๆ และผสมผสานกับความรู้และประสบการณ์เดิมจนเกิดเป็นความเข้าใจ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn, 1971) กล่าวว่าทัศนคติ คือความรู้สึกและความคิด เห็นที่บุคคล มีต่อสิ่งของบุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอ ใด ๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อม ที่จะแสดงปฏิกิริยา ตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

จี เมอร์ฟี แอล เมอร์ฟี และที นิวคอมบ์ (G. Murphy, L. Murphy and T. Newcomb, 1973) ให้ ความหมายของคำว่า ทัศนคติ หมายถึง ความชอบ หรือไม่ชอบพึงใจหรือไม่พึงใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ

สรุปได้ว่า ทัศนคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคติ

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ

Walter (1998 อ้างถึง จุริย์ พานทอง, 2558) ได้อธิบายความหมายของ คำว่า การตัดสินใจ (Decision) ไว้ว่า หมายถึง การเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะจากบรรดาทางเลือก ต่าง ๆ ที่มีอยู่

1. การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) ผู้บริโภคจะรับรู้ปัญหาได้เกิดจากการเห็นสภาพความ แตกต่างระหว่างสถานะที่ตนเองเป็นอยู่ (Actual State) กับสถานะที่ตนเองอยากจะเป็น (Ideal State)

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคดำเนินการในการค้นหาข้อมูลเพื่อ นำมาใช้ในการประเมินเลือกซื้อสินค้า

3. การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) เมื่อผู้บริโภคค้นหาข้อมูลแล้วขั้นตอน ต่อมาก็คือการ ที่ผู้บริโภคประเมินสินค้าจากตราสินค้าต่าง ๆ ว่าตราสินค้าใดดีกว่า

4. การซื้อสินค้า (Purchase) หลังจากผู้บริโภคประเมินสินค้าเรียบร้อยแล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้า หรือไม่ซื้อสินค้าที่ประเมินไว้ก็ได้

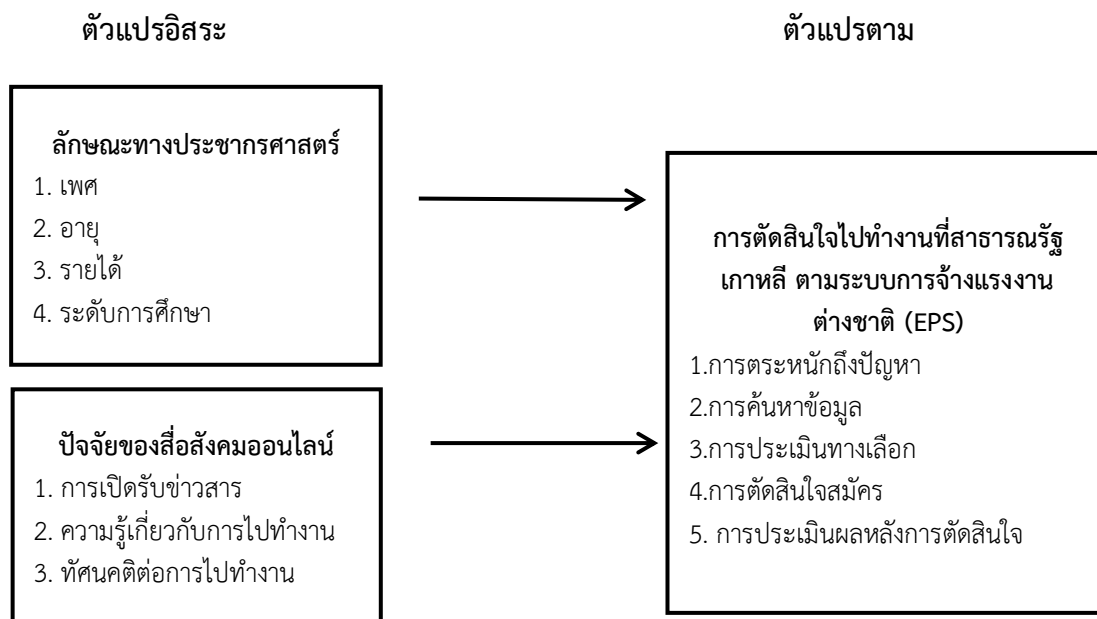
5. การประเมินหลังการซื้อสินค้า (Post Purchase) คือ หลังจากผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าและได้บริโภคสินค้านั้น แล้วเกิดความพึงพอใจในสินค้า (Satisfaction) จะส่งผลให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าซ้ำอีก หรือถ้าหากไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ในตัวสินค้าอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมตามมา

ความรู้เกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ

โครงการ Employment Permit System (EPS) สาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศอุตสาหกรรมทำให้ ค่าแรงของกลุ่มแรงงานเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วผนวกกับค่านิยมของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการทำงานในบริษัทใจกลาง เมืองใหญ่ ส่งผลให้ด้านธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กขาดแรงงานอย่างมาก ดังนั้นรัฐบาลเกาหลีต้องนำเข้า แรงงานต่างชาติจึงนำระบบการอนุญาตจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) มาบังคับใช้วันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2547 เพื่อ สามารถว่าจ้างแรงงานต่างประเทศได้ พร้อมทั้งมีกฎหมายคุ้มครองแรงงานต่างชาติอีกด้วยในส่วนของประเทศไทย ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจว่าด้วยการส่งแรงงานไปทำงานในเกาหลีใต้ภายใต้ระบบ EPS

กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบ การจ้างแรงงานต่างชาติครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสำรวจ (Survey) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อรวบรวมข้อมูล และเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มีแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร แนวคิดเกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (Employment Permit System for Foreign Workers : EPS) และแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ขอบเขตด้านพื้นที่

สถานประกอบการหรือบริษัทการจ้างแรงงานต่างชาติ

ขอบเขตด้านประชากร

แรงงานไทยที่สมัครไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS)

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ แรงงานไทยอายุระหว่าง 18 – 39 ปี ที่สมัครไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) ซึ่งเคยเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงาน จำนวน 400 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (Cochran,1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 และเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาผู้วิจัยจะดำเนินการเริ่มตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2564 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2565

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามในการศึกษาและผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือวิจัย โดยทำการทดสอบเครื่องมือ 2 ส่วน คือ 1) การตรวจสอบความตรง (Validity) ประกอบด้วยการตรวจสอบความ

ตรงเชิงเนื้อหา ผู้วิจัยจึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และ 2) การตรวจสอบความเที่ยง ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทำการทดสอบ จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ หลังจากได้ผลแล้ว จึงนำมารวบรวมเพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับแรงงานไทยที่สมัครไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลี ตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) ผู้วิจัยใช้การแจกแจง ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลในแบบสอบถาม ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis) ผู้วิจัยใช้วิธีการสถิติการคำนวณหาค่าความแตกต่าง (t-Test, one-way ANOVA) ได้แก่ สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน และใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปร โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งทำการวิเคราะห์ สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้เกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) และทัศนคติต่อการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS)สรุปผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75.25 มีอายุในช่วง 34 - 39 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 มีรายได้ในช่วง 35,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีระดับการศึกษา อนุปริญญาตรี/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 33.50

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง (= 3.59 , S.D. = 0.66) ในประเด็นการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์จากช่องทาง Line มากที่สุด รองลงมาคือ Facebook YouTube และ Application TOEA ตามลำดับ ซึ่งมีการเปิดรับผ่านช่องทาง Twitter น้อยที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเข้าถึงเนื้อหาประเภทข้อความตัวอักษร อยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมา มีการเข้าถึงเนื้อหาประเภทกราฟิก รูปภาพ เนื้อหาประเภทวิดีโอ และเนื้อหาประเภทปฏิสัมพันธ์ ตามลำดับ ส่วนใหญ่เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงาน ในช่วงเวลากลางคืน (19.01-24.00 น.) และเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงานครั้งละไม่เกิน 30 นาที อีกทั้งส่วนใหญ่เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงานโดยใช้โทรศัพท์มือถือ (Smart phone)

3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบ การจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) โดยภาพรวม อยู่ในระดับสูงที่สุด (= 4.32, S.D. = 0.51) ในประเด็น ทัศนคติต่อการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลี พบว่า 3 อันดับแรก ได้แก่ ข่าวสารข้อมูล ความคาดหวังจะได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ และอัตราค่าแรง ตามลำดับ อยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมา คือ ทัศนคติต่อสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า 3 อันดับแรก ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงานมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ สื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงานมีการนำเสนอข้อมูลได้อย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ และสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงานมีการออกแบบ การจัดหมวดหมู่ หรือหัวข้ออย่างชัดเจนและเหมาะสม ตามลำดับ

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ากลุ่ม ตัวอย่างค้นหา/ได้รับข้อมูลจากกระทรวงแรงงาน อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ สมัครไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีโดยได้มีการวางแผนไว้ก่อนอยู่ในระดับสูง และพบว่าค่าจ้าง/ค่าตอบแทนจากการทำงานในประเทศน้อยกว่าการทำงานต่างประเทศอยู่ในระดับสูง โดยข้ออื่นจะอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยไปทำงานต่างประเทศ มีการประเมินทางเลือกระหว่างการไปทำงานต่างประเทศ กับการทำงานในประเทศก่อนการสมัคร เศรษฐกิจภายในประเทศตกต่ำ/เกิดสภาวะการว่างงาน/ถูกเลิกจ้างงานจึงตัดสินใจสมัคร ขาดสิ่งจูงใจสำหรับ ความก้าวหน้าในอาชีพที่ทำอยู่ปัจจุบัน มีรายได้จาก การทำงานภายในประเทศไม่พอเลี้ยงดูครอบครัวจึงตัดสินใจสมัคร มีการประเมินทางเลือกจากข้อมูลที่ได้รับ มีการประเมินทางเลือกระหว่างการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีกับการทำงานในประเทศ อื่น ๆ ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ญาติ พี่น้อง หรือเพื่อนบ้าน และสมัครไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีจากคำแนะนำของผู้อื่นตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์	t/ F	P-value
เพศ	1.742	0.082
อายุ	336.905	0.000
รายได้	52.056	0.000
ระดับการศึกษา	5.710	0.000

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ รายได้และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

2. การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ความรู้เกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) และทัศนคติต่อการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลี
ตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ความรู้เกี่ยวกับการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) และทัศนคติต่อการไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) (Adjusted $R^2 = 0.863$)

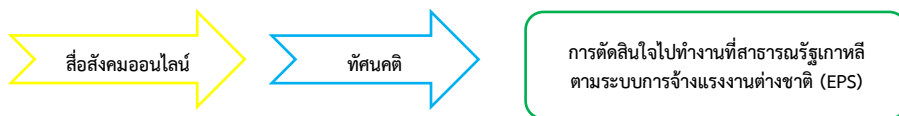
อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านลักษณะทางประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของกระทรวงแรงงานอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายสื่อสังคม ออนไลน์พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข้อมูลในระดับสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ Line ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Arffman (2020) พบว่าช่องทาง Line เป็นช่องทางที่ดีในการที่จะประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสังเกตเห็น ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่สำคัญ

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้ ทักษะและการตัดสินใจเกี่ยวกับการไปทำงานที่ สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) ของแรงงานไทยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริพงษ์ สุวรรณประภักดิ์ (2561) พบว่า ผู้รับสารที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการ เปิดรับเว็บไซต์ 77 ข่าวแต่ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธวัชรัตน์ ยศกรวราเกียรติ (2560) พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวนิยายจีนและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของ สำนักพิมพ์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อนวนิยายจีนของผู้บริโภค

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาสามารถสรุปองค์ความรู้ใหม่ตามแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 ปัจจัยของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ

สรุปองค์ความรู้

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีต่อการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีมาก โดยเฉพาะแอปพลิเคชันไลน์ ส่งผลถึงทัศนคติที่ดีของผู้ที่ต้องการสมัครใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ควรเน้นการสื่อสารโดยให้ข้อมูลในหลากหลายแง่มุม และข้อมูลที่น่าเสนอจะต้องครอบคลุมในทุก ๆ ด้านที่สำคัญที่สามารถนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ
2. ควรมุ่งเน้นไปที่ประเด็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นที่กลุ่มเป้าหมายจะต้องทราบก่อนการสมัครไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS)

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพิ่มเครื่องมือการวิจัยอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปทำงานที่สาธารณรัฐเกาหลีตามระบบการจ้างแรงงานต่างชาติ (EPS) ของแรงงานไทย และได้รายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวมากขึ้น
2. อาจพิจารณานำตัวแปรทดสอบอื่น ได้แก่ โครงสร้างขององค์กร ประเภทงานที่ทำมาร่วมทดสอบด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กองบริหารแรงงานไทยไปต่างประเทศ กรมการจัดหางาน. (2563). ข้อมูลสถิติคนหางานที่ได้รับอนุญาตให้เดินทางไปทำงานต่างประเทศ(รายปี). สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://doe.go.th/prd/overseas/statistic/param/site/149/cat/81/sub/0/pull/category/view/list-label>
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2562). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2565 จาก: <https://www.mdes.go.th/>

- จूरีย์ พานทอง. (2558). *ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ที่มี
อิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโอท็อปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร(การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐกร มั่นจิตต์ และ กตัญญู หิรัญญสมบุญ. (2563). แรงจูงใจของแรงงานไทยที่ต้องการไปทำงานในสาธารณรัฐ
เกาหลีอย่างถูกกฎหมาย. *วารสารการบริหารและการจัดการ*, 10(2), 14-27.
- ธวัชรัตน์ ยศกรวราเกียรติ. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการ
ตัดสินใจซื้อนวนิยายจีน(วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต)* จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มัทนียา ปรีชาขนาดุล. (2563). *อิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแมวมาเลี้ยงของคนวัยทำงาน.
(วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)* มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันท์น พิศวิสัย. (2558). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com
ในเขตกรุงเทพมหานคร(การค้นคว้าอิสระ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทธิพร บุญมาก, นพดล สาลีโกชน. (2562). นโยบายแรงงานต่างชาติในตลาดแรงงานหัตถิกรรมของเกาหลีใต้.
วารสารสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ, 11, 78-100.
- สุภาวัฒน์ สงวนงาม. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมใน
เขตกรุงเทพมหานคร(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- สิริพงษ์ สุวรรณประภักดิ์. (2561). *พฤติกรรมการเปิดรับ ทศนคติและแรงจูงใจของประชาชนที่มีต่อการเปิดรับ
ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ : กรณีศึกษาเว็บไซต์ 77 ข่าวเด็ด(วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต)*.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิริลักษณ์ อุบลรัมย์ (2560). *พฤติกรรมการเปิดรับรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางสื่อใหม่กรณีศึกษา
รายการปักหมุดหยุดป่วย. (การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต)*. ดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2548). *การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ:
สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (8 มิถุนายน 2561). *สื่อสังคมออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน
2565. จาก:<http://www.oic.go.th/ginfo/moreinfo.asp>
- Arffman, K. (2020). *Promotional possibilities in LINE application for foreign tourism sector
companies in South-Korea*(Bachelor's Thesis Degree). Haaga-Helia University of Applied
Sciences.
- Murphy, G., Murphy, L., & Newcomb, T. (1973). *Experimental Social Psychology*. New York:
Research in Visuak and Environmental Education.
- Norman, L. M. (1971). *Introduction To Psychology*. Boston: Hougston Miffin Company.