

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กระทรวงแรงงานเป็น 1 ใน 20 กระทรวง ที่ก่อตั้งขึ้นใหม่ภายหลังการปฏิรูประบบราชการ ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติปรับปรุง กระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 และพระราชกฤษฎีกาโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ของ ส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ภารกิจของ กระทรวงแรงงานล้วนเกี่ยวข้องกับประชากรวัยแรงงาน ทั้งผู้ใช้แรงงาน ผู้ว่างงาน ผู้อยู่ในวัยศึกษา เล่าเรียน นายจ้าง ลูกจ้าง และเยาวชนผู้ที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงาน เหล่านี้นับเป็นกำลังสำคัญ ของประเทศซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงานที่ต้องเข้าไปดูแลรับผิดชอบตามขอบเขต ภารกิจหน้าที่ที่กำหนดไว้ สำหรับจังหวัดขอนแก่นซึ่งเป็นจังหวัดใหญ่และเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ในการนำร่องการพัฒนาทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมมากมาย มีประชากรประมาณ 1 ล้านแปด แสนคน อยู่ในกำลังแรงงาน 9 แสนกว่าคน หรือร้อยละ 51 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นภารกิจอันใหญ่หลวงที่หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดขอนแก่นต้องรับผิดชอบ และเร่งรัดการดำเนินงาน โดยเฉพาะการให้บริการต่าง ๆ แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายและภารกิจที่แท้จริงของกระทรวงแรงงานต่อไป

การรับทราบข่าวสารของประชาชนเพื่อมารับบริการงานตามภารกิจของกระทรวงแรงงาน ได้รวดเร็ว ถูกต้องและทั่วถึงนั้น ต้องขึ้นอยู่กับผู้ให้ข่าวสารคือ บุคลากรของหน่วยงานสังกัด กระทรวงแรงงาน ผู้รับข่าวสารคือ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน และสื่อกลางที่เป็นตัวถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ทั้ง 3 ส่วน มีความสำคัญและเกี่ยวเนื่องต่อกัน หรือเรียกอีกอย่างว่า เป็นกระบวนการ/ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์นั่นเอง

การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ด้านแรงงานของกระทรวงแรงงาน เป็นภารกิจเชิงรุกที่กระทรวงแรงงานให้ความสำคัญมาตั้งแต่สมัยจัดตั้งเป็นกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เมื่อปี พ.ศ. 2536 เรื่อยมา โดยเฉพาะในช่วงที่ประเทศเผชิญสถานการณ์ภาวะวิกฤต เศรษฐกิจ เนื่องจากผลกระทบจากกระแสเศรษฐกิจและสังคมโลก กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมมีหนังสือที่ รส 0210/ ว 377 ลงวันที่ 15 พฤษภาคม 2544 กำชับให้หน่วยงานสังกัด กระทรวงแรงงานฯ พิจารณาดำเนินการประชาสัมพันธ์ภารกิจของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการ

สังคม โดยใช้หลักการและแนวทางของสภาความมั่นคงแห่งชาติ กล่าวสรุปคือ “ควรยึดหลักบนพื้นฐานของความจริง เหมาะสม และทันต่อเหตุการณ์ โดยใช้สื่อบุคคลที่ประชาชนยอมรับนับถือให้มากขึ้น การประชาสัมพันธ์ที่ดีและเร่งด่วนในเรื่องสำคัญจะเป็นปัจจัยสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น ความรู้เท่าทันสถานการณ์และความสามัคคีในชาติได้” จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศ

อย่างไรก็ตาม ในยุคปัจจุบันที่ก่อตั้งเป็นกระทรวงแรงงานแล้ว กระทรวงแรงงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์และดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเรื่อยมา โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในรูปแบบต่าง ๆ ได้เกิดขึ้นตามนโยบายของผู้บริหารระดับสูง อาทิเช่น โครงการวิทยุแรงงาน โครงการกระทรวงแรงงานเพื่อประชาชน เป็นต้น ซึ่งแสดงว่า การประชาสัมพันธ์เป็นภารกิจและนโยบายที่ทุกยุคทุกสมัยให้ความสำคัญ และเป็นแนวทางที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบสิทธิประโยชน์สวัสดิการต่าง ๆ และมารับบริการจากหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงยิ่งขึ้น

จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดหนึ่งในส่วนภูมิภาคที่มีหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานปฏิบัติงานในจังหวัดถึง 6 หน่วยงาน ทุกหน่วยงานได้ดำเนินการที่สนองตอบต่อนโยบายของรัฐบาล กระทรวงแรงงาน และจังหวัดอย่างสม่ำเสมอ สำหรับภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกัน เป็นภารกิจที่ทุกภาคส่วนต่างให้ความสำคัญเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน พร้อมทั้งเน้นย้ำให้ปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพเป็นที่สุด หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัดขอนแก่นจึงได้มุ่งมั่นดำเนินการเพื่อสนองนโยบาย โดยปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ นับตั้งแต่ก่อตั้งกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมจนถึงปัจจุบัน แต่เนื่องจากจังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดใหญ่ปัญหาด้านแรงงาน ปัญหาทางสังคม และปัญหาอื่น ๆ มีมากมาย ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงาน ประกอบกับประชาชนรู้จักหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัดขอนแก่นและมาใช้บริการ แต่อยู่ในแวดวงที่จำกัดและไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ จึงได้ทำการศึกษาเนื้อหา รูปแบบองค์ประกอบ และหลักการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ พร้อมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่นที่ผ่านมา นำมาเป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ปัญหาและกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัดขอนแก่นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยคาดหวังว่าผลการศึกษาจะทำให้ประชาชนกลุ่ม

เป้าหมายของกระทรวงแรงงานสามารถได้รับข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานที่เป็นประโยชน์ และมารับบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมทั่วถึงต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวม

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัด และโอกาสที่เอื้ออำนวยในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ภารกิจด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น

1.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ที่มีประสิทธิภาพและสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงานได้อย่างแท้จริง

1.2.4 เพื่อเป็นข้อมูล/แนวทางในการวางแผน พัฒนาและปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ศึกษาเนื้อหา รูปแบบ องค์ประกอบ และหลักการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จากแนวคิด บทความ เอกสาร งานศึกษาวิจัยของนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง

1.3.2 ศึกษาข้อมูลทั่วไป สถานการณ์ด้านแรงงานของจังหวัดขอนแก่น และบทบาทภารกิจของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่นในปัจจุบัน

1.3.3 ศึกษาผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ภารกิจด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม/ กระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่นในภาพรวม ตั้งแต่ปี 2541 ถึง ปี 2546

1.4 นิยามศัพท์ในการศึกษา

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ซึ่งมีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน (รายละเอียดศึกษาต่อในบทที่ 2)

การเผยแพร่ (Publicity) หมายถึง การกระจายข่าวสารต่าง ๆ ของหน่วยงานไปยังกลุ่มที่ต้องการเผยแพร่ เป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เท่านั้น

ข่าว (News) หมายถึง ข้อเท็จจริง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือยังไม่เกิดขึ้น แต่ผู้คนสนใจ มีผลต่อความคิด ความเชื่อ ความเป็นไปได้ในสังคม

กิจกรรมสาธารณะ (Public Affairs) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือมีประโยชน์ต่อบางหน่วยงานใช้คำว่า “การประชาสัมพันธ์”

การประกาศ (Announcement) หมายถึง การบอกกล่าวแพร่กระจายข่าวสารแก่ผู้เกี่ยวข้องทราบ อาจจะทำขึ้นเป็นครั้งคราวตามโอกาสหรือความจำเป็นในแต่ละกรณี ส่วนใหญ่จะใช้ข้อความสั้น กระชับ

การประชุมแถลงข่าว (News Conference) หมายถึง การให้ข่าวสารต่าง ๆ แก่ผู้สนใจหรือสื่อมวลชน เพื่อนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชนอีกต่อหนึ่ง

การให้การศึกษา (Education) หมายถึง การให้ความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด ค่านิยม เป็นกรณีเฉพาะตามเนื้อหาวิชา ผู้รับมีเสรีภาพในการคิด การหาเหตุผล และสามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง ไม่มีการโน้มน้าวชักจูงให้เกิดความเชื่อถือ

ข่าวแจก (Press Release or News Release) หมายถึง ข่าวสารซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อจัดส่งแจกจ่ายสู่หนังสือพิมพ์หรือมวลชนอื่น ๆ เพื่อให้เผยแพร่แก่ประชาชนอีกทอดหนึ่ง

การจัดเหตุการณ์/กิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Special Event) หมายถึง การจัดเหตุการณ์/กิจกรรมพิเศษขึ้นเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามงานั้น ๆ ซึ่งทำให้ผู้เข้าชมได้รับความบันเทิงและประโยชน์อีกด้วย

ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กรในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจากประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อมของตัวเอง

ประชามติ (Public Opinion) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด/ ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อองค์กรและสถาบัน

สื่อ (Media) ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้เป็นตัวกลาง หรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์

สื่อมวลชน (Mass Communication Media) หมายถึง สื่อ หรือการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึง หรือเพื่อมวลชน/ กลุ่มประชาชนจำนวนมาก ได้แก่ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

แรงงาน/ กรรมกร (Labour, Labourer) หมายถึง ผู้ทำงานที่ใช้กำลังกายมากกว่ากำลังความคิดและฝีมือ หรือเรียกว่า “คนงาน” หรือ “ผู้ใช้แรงงาน”

กำลังแรงงาน (Labour force) หมายถึง ประชากรวัยทำงานที่มีงานทำและไม่มีงานทำ แต่พร้อมที่จะทำงาน หรือประชากรที่อยู่ในวัยที่สามารถทำงานได้และพร้อมที่จะทำงาน โดยไม่คำนึงว่าจะมีงานทำหรือไม่มีงานทำ และประเทศไทยกำหนดอายุประชากรวัยทำงานไว้ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป

ผู้อยู่ในวัยทำงาน (Employable) หมายถึง ผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งต้องการทำงานและสามารถที่จะทำงานได้ ไม่รวมถึงเด็กที่ต่ำกว่าวัยทำงาน คนที่พิการจนไม่สามารถทำงานได้ แม่บ้าน นักเรียน และผู้เกษียณอายุ

ผู้มีงานทำ (Employed Person) หมายถึง ผู้ที่ทำงานโดยจะได้รับค่าตอบแทนเป็นตัวเงินหรือไม่ก็ตาม ซึ่งอาจมีฐานะเป็นนายจ้าง ผู้ประกอบธุรกิจและผู้ช่วยธุรกิจในครัวเรือนก็ได้

ผู้ไม่มีงานทำ/ ผู้ว่างงาน (Unemployed Person) หมายถึง ผู้ประสงค์จะทำงาน แต่ยังหางานทำไม่ได้ หรือผู้ที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งต้องการทำงาน และสามารถทำงานได้แต่ยังหางานทำไม่ได้ เนื่องจากมีความรู้หรือฝีมือไม่เพียงพอ ร่างกายไม่เหมาะสม รอคอยบรรจุนาน หรือด้วยเหตุผลอื่น

นายจ้าง (Employer) หมายถึง ผู้ซึ่งตกลงรับลูกจ้างเข้าทำงานโดยจ่ายค่าจ้างให้หมายความรวมถึง ผู้ซึ่งได้รับมอบหมายให้ทำงานแทนนายจ้าง

ลูกจ้าง (Employee) หมายถึง ผู้ที่ทำงานให้แก่นายจ้าง โดยได้รับค่าจ้างหรือค่าตอบแทนจากการทำงานนั้น หรือผู้ซึ่งตกลงทำงานให้นายจ้างเพื่อรับค่าจ้าง ไม่ว่าจะรับค่าจ้างด้วยตนเองหรือไม่ รวมทั้งลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราว แต่ไม่รวมถึงลูกจ้างทำงานบ้าน

กระทรวงแรงงาน (Ministry of Labour) หมายถึง กระทรวง 1 ใน 20 กระทรวง ที่ก่อตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 และพระราชกฤษฎีกา โอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 (รายละเอียดศึกษาต่อในบทที่ 2)

หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น หมายถึง หน่วยงาน/ ส่วนราชการ ที่อยู่ภายใต้สังกัดกรม/ สำนักงานเทียบเท่ากรม ทั้ง 5 กรม/สำนักงาน ของกระทรวงแรงงาน ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ปัจจุบันมี 6 หน่วยงาน กล่าวคือ

1. ราชการบริหารส่วนภูมิภาค ได้แก่

(1) สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

(2) สำนักงานจัดหางานจังหวัดขอนแก่น สังกัดกรมการจัดหางาน

(3) สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดขอนแก่น สังกัดกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

(4) สำนักงานประกันสังคมจังหวัดขอนแก่น สังกัดสำนักงานประกันสังคม

2. ราชการบริหารส่วนกลาง ได้แก่

(1) สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ภาค 6 ขอนแก่น สังกัดกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

(2) ศูนย์ข่าวสารตลาดแรงงานจังหวัดขอนแก่น สังกัดกรมการจัดหางาน

1.5 วิธีการศึกษา

1.5.1 ใช้วิธีค้นคว้าข้อมูล ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.5.2 รวบรวมและสรุปข้อมูลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ที่ผู้ศึกษาปฏิบัติงานจริง

1.5.3 สัมภาษณ์บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้รับทราบถึงผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่นในภาพรวม

1.6.2 ได้ทราบปัญหา อุปสรรค หรือข้อจำกัดและโอกาสที่เอื้ออำนวยในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น

1.6.3 สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาเป็นข้อมูล/แนวทางในการวางแผน พัฒนา และปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ให้เหมาะสม และมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

1.6.4 ประชาชนกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน ได้รับรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และสามารถรับบริการต่าง ๆ ตรงตามความต้องการได้รวดเร็วและครอบคลุมทั่วถึงอย่างแท้จริง

๑

๘

รวมผลให้ วัด ๑-๖/๒๕๖
อ. น. ๖/๒๕๖๖/๒๕๖๖
- ๒๕๖๖/๒๕๖๖

๑

๒๕๖๖ / ๒๕๖๖/๒๕๖๖ / ๒๕๖๖ / ๒๕๖๖ / ๒๕๖๖ / ๒๕๖๖

บทที่ 2

ทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ผู้ศึกษาได้ทำการประมวลเอกสารและเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการศึกษา โดยแบ่งเป็น 6 ตอนคือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของการประชาสัมพันธ์ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ และหลักการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
4. แนวคิดเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ในการเข้าถึงประชาชน
5. งานศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ผลการประชาสัมพันธ์ของกรมการจัดหางาน
6. เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของการประชาสัมพันธ์ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ และหลักการประชาสัมพันธ์

2.1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

ความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ซึ่งมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relation” มีนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ ได้ให้ความหมายไว้หลายทัศนะ ดังนั้นเพื่อจะได้เข้าใจความหมายของการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน จึงขออ้างอิงคำนิยามโดยสรุป ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

อาจารย์สะอาด ตันสุภคุณ (อ้างใน พรทิพย์ วรกิจโรคาทร, การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์, 2531, หน้า 5 – 6) ไร้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกันในอันที่จะสร้าง หรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้การ

สนับสนุน ร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีกับความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย

John E. Marston (อ้างใน วิรัช ลภีรัตนกุล, การประชาสัมพันธ์, 2540, หน้า 4) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารที่มีการวางแผนและเป็นการสื่อสารเพื่อการชักจูงใจ (persuasive communication) โดยการจัดวางรูปแบบขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือกลุ่มประชาชนที่มีความหมายอย่างสำคัญต่อหน่วยงานนั้น
2. การประชาสัมพันธ์ คือ สถานการณ์การกระทำ หรือคำพูดใด ๆ ที่ทรงอิทธิพลต่อประชาชน
3. การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารความคิดอย่างมีทักษะไปสู่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายให้ได้ผลสมดังที่เราตั้งความปรารถนาไว้
4. การประชาสัมพันธ์ คือ การค้นหาว่าประชาชนชอบอะไรในตัวเรา และทำสิ่งนั้นให้มากยิ่งขึ้น และค้นหาว่าประชาชนไม่ชอบอะไรในตัวเรา แล้วทำสิ่งนั้นให้น้อยลง
5. การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารในอันที่จะประเมินถึงทัศนคติ หรือความคิดเห็นของประชาชนแล้วจัดตั้งนโยบายต่าง ๆ ขององค์การให้สอดคล้องกับผลประโยชน์ และความต้องการของประชาชน รวมทั้งการดำเนินการปฏิบัติงานด้านการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและยอมรับในหน่วยงาน

James Derriman (อ้างใน วิรัช ลภีรัตนกุล, การประชาสัมพันธ์, 2540, หน้า 2) ให้ความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์แตกต่างกับการโฆษณาและการเผยแพร่ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีด้วยการดำเนินงานในระบบสื่อสารสองทาง (two way operation) ซึ่งความเข้าใจอันดีนี้จำเป็นต้องกระทำร่วมกันทั้งสองฝ่าย คือ จากองค์การสถาบันสู่ประชาชน และจากประชาชนกลับสู่องค์การสถาบัน

Ivy Ledbetter Lee (อ้างใน เอกสารโครงการพัฒนาระบบทเรียนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับอาจารย์สถาบันราชภัฏนครสวรรค์ วิชาหลักการประชาสัมพันธ์ บทที่ 1, หน้า 1) นักวิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นนักประชาสัมพันธ์รุ่นใหม่ ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ สรุปว่า เป็นการดำเนินงานอะไรก็ตามที่มีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนเผยแพร่ออกไปให้ประชาชนได้เข้าใจถึงการดำเนินงานให้ประชาชนทราบ ประชาชนจะให้การสนับสนุนผลงานนั้น

Edward L. Bernays (อ้างใน เอกสาร โครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับอาจารย์สถาบันราชภัฏนครสวรรค์ วิชาหลักการประชาสัมพันธ์ บทที่ 1, หน้า 1) นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีผลงานเข้าสู่สถาบันการศึกษาในสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ. 1923 แสดงความคิดเห็นว่า การประชาสัมพันธ์มี 3 ประการด้วยกันคือ

1. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงาน
3. ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการ

2.1.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวางซับซ้อนมาก จึงต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและมีแบบแผน ต้องอาศัยทั้ง “ศาสตร์” และ “ศิลป์” นอกเหนือจากการต้องเรียนรู้ในวิชาการอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสังคมวิทยา มานุษยวิทยา จิตวิทยา ปรัชญาวิทยา และศาสตร์อื่น ๆ แล้ว ยังต้องเรียนรู้ถึงศิลปะในการเข้าถึงประชาชน การติดต่อสื่อสาร มนุษยสัมพันธ์ ตลอดจนการพูดและการเขียนอีกด้วย การประชาสัมพันธ์จึงนับว่าเป็นภารกิจที่มีความสำคัญเป็นอันดับรองต่อหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งพอจะสรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้เป็นข้อ ๆ ดังนี้ (อ้างใน เอกสาร โครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับอาจารย์สถาบันราชภัฏนครสวรรค์ วิชาหลักการประชาสัมพันธ์ และจากบทความของนายธีระพงษ์ โสคาศรี นักประชาสัมพันธ์และข้าราชการดีเด่นกรมประชาสัมพันธ์ ปี 2534)

1. การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น หมายถึง สร้างความรู้สึกรับรู้ที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่ ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเข้าใจ เกิดความเลื่อมใสและความผูกพันทางใจ การสร้างค่านิยมมีวิธีปฏิบัติได้หลายทาง ที่สำคัญคือ การก่อให้เกิดและรักษาไว้ซึ่งค่านิยมและสนใจตลอดไป โดยมุ่งมันไปในเรื่องที่ประชาชนเกิดความพึงพอใจเป็นสำคัญ
2. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกัน รักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน หมายถึง มีการพัฒนา ปรับปรุงตัวเอง แก้ไขพฤติกรรม ระเบียบวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ หรือไม่สะดวกใจเกี่ยวกับการบริการปัญหาต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและมองเราในแง่ร้าย แล้วนำไปวิพากษ์วิจารณ์จนทำให้เราเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือกล่าวได้ว่า เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ประชา

ชนเข้าใจเรานั่นเอง โดยการตรวจสอบความคิดเห็น ทศนคติ ความต้องการของประชาชน และทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

3. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและทำให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงาน หมายถึง การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การโฆษณาสินค้าหรือการโฆษณาชวนเชื่อ แต่เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีที่ถูกต้องบนพื้นฐานของความจริง ชอบธรรม/ ยุติธรรม และเปิดเผยความร่วมมือสนับสนุนที่เกิดจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงต้องเกิดจากความเข้าใจที่ถูกต้อง มีเหตุผลบนความเป็นจริง ไม่ใช่เกิดขึ้นเพราะการจงใจหรือใช้กลวงงโดยมิชอบ

4. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขยายและการตลาด หมายถึง การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้นคำนิยมให้เกิดขึ้นกับหน่วยงาน เมื่อประชาชนมีคำนิยม ความรู้สึกที่ดีแล้ว ก็มีใจพร้อมที่จะฟังข่าวสาร บริการต่าง ๆ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อในที่สุด การสำรวจประชามติตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น คำนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ยังช่วยให้มีการวางแผนงาน การจำหน่าย โฆษณา ฯลฯ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

นอกจากนั้น การประชาสัมพันธ์ยังมีบทบาทสำคัญต่อระบบสังคม ระบบเศรษฐกิจ และระบบการเมือง ดังตัวอย่าง อาทิเช่น

ระบบสังคม ทำให้สังคมกลายเป็นสังคมที่มีการรับรู้ข่าวสารเหมือนกัน ร่วมกันเกิดความรู้สึกเข้าใจ เห็นใจระหว่างกลุ่มสังคม เกิดความรู้สึกเสียสละอดทน ผลก็คือทำให้ประชาชนในสังคมสามารถช่วยกันพัฒนาบ้านเมืองและสังคมอย่างก้าวไกล เพราะความร่วมมือกันของประชาชนทุกกลุ่มในสังคมนั้นเอง

ระบบเศรษฐกิจ ทำให้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่หน่วยงาน สินค้าและบริการ การประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้ความสัมพันธ์ภายในหน่วยงานเป็นไปด้วยความรวดเร็ว เกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจเสรีอันเป็นประโยชน์แก่ประชาชนในการที่จะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ระบบการเมือง สร้างศรัทธาสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรหน่วยงานสถาบันของรัฐ เกิดความร่วมมือ ระหว่างรัฐกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ประชาชนได้รับทราบถึงนโยบายและการดำเนินงานตามนโยบายของประเทศ สร้างความสัมพันธ์อันดีในการเมืองภายในประเทศและระหว่างประเทศ

2.1.3 วัตถุประสงค์และหลักการประชาสัมพันธ์

1. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ (อ้างในเอกสารโครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับอาจารย์สถาบันราชภัฏนครสวรรค์ วิชาหลักการประชาสัมพันธ์)

1. วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

- (1) เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน
- (2) เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย
- (3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน

2. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน สถาบัน องค์การต่าง ๆ

(1) เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

(2) เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหาร/ฝ่ายจัดการ ได้ทราบถึงทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน

(3) เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้า และค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหาที่ยากที่เกิดขึ้นภายหลัง

(4) เพื่อให้ประชาชนยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการ พร้อมทั้งยังมีส่วนเพิ่มปริมาณมากขึ้น

(5) เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหาต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน

(6) เพื่อแนะนำฝ่ายบริหาร/ฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้อง เพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

3. วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ

- (1) เพื่อดึงดูดความสนใจ
- (2) เพื่อสร้างความเชื่อถือ
- (3) เพื่อสร้างความเข้าใจ

2. หลักการประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบันมีหลักการใหญ่ ๆ สำคัญ ๆ อยู่ 3 ประการ ดังนี้

(อ้างในเอกสาร โครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับอาจารย์ สถาบันราชภัฏนครสวรรค์ วิชาหลักการประชาสัมพันธ์)

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงาน บริการ และกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งเป็นการปูพื้นฐานแห่งความ

เข้าใจในองค์กรสถาบันทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกไปในทางที่ดีต่อองค์กรสถาบัน

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ซึ่งสำคัญมาก เพราะย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

3. การสำรวจประชามติ เป็นหลักที่สำคัญประการหนึ่ง เพราะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น จะต้องทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่เรียกว่า “ประชามติ” จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบสิ่งใด ตลอดจนทำที่ต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์กรสถาบัน เหล่านี้จะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์กรสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของประชาชนที่จะมีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ นั้น ควรยึดหลักปฏิบัติโดยสรุปคือ กระทำความดี สร้างความสนใจแก่ประชาชน และใช้เครื่องมือสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน ดังนี้ (อ้างในเอกสารโครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับอาจารย์สถาบันราชภัฏนครสวรรค์ วิชาหลักการประชาสัมพันธ์)

1. หน่วยงานองค์กร สถาบัน เป็นองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์อันดับแรกและสำคัญมาก ถ้าไม่มีองค์ประกอบส่วนนี้ ก็ไม่ทราบว่าจะทำการเผยแพร่ข่าวสารของใคร ภายในหน่วยงาน องค์กร สถาบัน มีปัจจัยที่สำคัญที่จะทำหน้าที่เป็นผู้เผยแพร่ หรือเรียกว่า “นักประชาสัมพันธ์” นั่นเอง

ผู้เผยแพร่ หรือนักประชาสัมพันธ์จะมีหน้าที่ 4 ประการ กล่าวคือ

(1) เป็นผู้รับฟังความคิดเห็น - สำรวจความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของประชาชนเพื่อจะได้สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้องกับประชามติ

(2) เป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา - ให้คำแนะนำในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายบริการหรือฝ่ายจัดการ เพื่อให้องค์กรสถาบันกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

(3) เป็นผู้ติดต่อสื่อสาร - เป็นคนกลางเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์การ สถาบัน

(4) เป็นผู้ประเมินผล - ติดตามประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปแล้วว่า ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่

2. ข่าวดสารในการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน องค์การ สถาบัน มีข่าวดสารหลากหลายที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการที่จะเผยแพร่เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ สิ่งนี้หน่วยงาน องค์การ สถาบันต้องประชาสัมพันธ์ โดยทั่ว ๆ ไปมี

- (1) หลักการ และนโยบาย
- (2) วัตถุประสงค์
- (3) วิธีการดำเนินงาน
- (4) การประพฤติปฏิบัติ
- (5) ผลงานและการบริการ

ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์ มี 4 ประเภท ได้แก่

(1) ข่าวแจ้งให้ทราบ - เป็นการแจ้งให้ทราบรายละเอียด สิ่งที่เกิดขึ้นหรือจะมีขึ้น ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีเนื้อหา รายละเอียดยาวมาก

(2) ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ - หน่วยงานอาจต้องการให้เรื่องบางเรื่องได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ แทนที่จะเปิดแถลงข่าวให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยจัดเป็นกิจกรรมพิเศษเพื่อเผยแพร่ข่าวและดึงดูดความสนใจ โดยมุ่งมั่นให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงานและมักจะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

(3) ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน - สำหรับเผยแพร่ กรณี มี/ เกิดเหตุการณ์เร่งด่วนที่สำคัญ ควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบอย่างรวดเร็ว และเน้นที่ความฉับไว

(4) ข่าวโต้ตอบเหตุการณ์ - อาจมีบางเรื่องที่เรื่องราวรับรู้ไปถึงสื่อมวลชน โดยมีได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์และกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกออกมาวิจารณ์

3. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้เป็นตัวกลางหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

(1) สื่อบุคคล หมายถึง สื่อที่ใช้คำพูดเป็นตัวกลางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

- 1) การพบปะพูดจาธรรมดา
- 2) การจัดตั้งหน่วยติดต่อ - สอบถาม

- 3) การพูดติดต่อกับทางโทรศัพท์
- 4) การแสดงปาฐกถา
- 5) การประชุมอภิปราย

(2) สื่อมวลชน เป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนจำนวนมากได้ ซึ่งในปัจจุบันมีหลายประเภท โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1) สิ่งพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนที่สำคัญในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่มีความถาวรมาก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสารประชาสัมพันธ์

2) วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวได้รวดเร็วและกว้างขวาง ถึงแม้ผู้รับข่าวจะอ่านไม่ได้ก็สามารถรับข่าวได้ และยังเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือมาก แต่รองมาจากโทรทัศน์

3) วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน ในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อการหันเหความคิด ความเชื่อถือได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนชนิดอื่น ๆ

4) ภาพยนตร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ อาจทำได้ทั้งแบบภาพยนตร์สารคดี ภาพยนตร์เพื่อการข่าวและเบ็ดเตล็ด

บุญรักษ์ บุญยะเขตมาลา (กุลโอบายสื่อศึกษา แผนสูศตวรรษที่ 21 (2) ผู้จัดการรายวัน น.7, มี.ค. 2541) กล่าวถึงสื่อมวลชนว่า เป็นกิจการที่มีนัยด้านภารกิจ (Mission) ในเชิงของสัญญาสังคม (Social Contract) เป็นอย่างสูง ไม่ใช่ธุรกิจที่มีความชอบธรรมในอันที่จะแสวงหาผลกำไรสูงสุดในความหมายเดียวกับสุนัข รongเท้า หรือปลากระป๋อง

(3) สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ และกระแสโลกาภิวัตน์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) ดาวเทียม หรือสถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือโลก ใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศ

2) อินเทอร์เน็ต ปัจจุบันเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันอย่างมาก การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่ได้ประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ ส่วนใหญ่ใช้ผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และระบบข้อมูลจาก

World Wide Web (www.) เป็น Website ของแต่ละแห่งให้ผู้เข้าเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ได้

อย่างไรก็ตาม การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ มีนักวิชาการทางการสื่อสารหลายท่าน ได้วางหลักไว้หลายประการ ดังขอกล่าวถึงในประเด็นสำคัญ โดยสรุปดังนี้

1. ต้องพิจารณาเปรียบเทียบคุณสมบัติ และข้อดีข้อเสียเป็นรายสื่อ แล้ว ตัดสินใจเลือกสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่ได้คะแนนสูง

2. อาศัยการวิจัย จะช่วยให้ทราบข้อเท็จจริงอื่น ๆ ที่ไม่เคยรู้มาก่อนได้

3. อาศัยข้อพิจารณานักวิชาการทางการสื่อสาร

4. การคำนึงถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้อง จะต้องมองตัวแปรหลายตัวผสมผสาน

กัน

5. ควรพิจารณาเพิ่มเติมในรายละเอียดอื่น ๆ อาทิเช่น ความรวดเร็ว

ต่อการรับ, ความคงทนถาวร, เนื้อที่เวลาของสื่อ และการมีส่วนร่วมของผู้รับข่าวสาร

4. กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสาร คือ “ผู้รับสาร” นั่นเอง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) กลุ่มประชาชนภายใน คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทำงานในองค์การ สถาบัน มีความเกี่ยวข้องกับผูกพันกับสถาบันอย่างใกล้ชิด

(2) กลุ่มประชาชนภายนอก คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกองค์การ สถาบันอาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การโดยตรง ทั้งนี้อาจเป็น ด้วยนโยบายหรือการดำเนินงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนเหล่านี้ หรืออาจเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์ หรือกิจกรรมขององค์การสถาบัน

2) กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ในละแวก เดียวกัน หรือท้องถิ่นเดียวกันกับองค์การสถาบัน หรือสถานที่สถาบันตั้งดำเนินการอยู่

3) กลุ่มประชาชนทั่วไป คือ กลุ่มประชาชนอื่น ๆ นอกเหนือ จากที่กล่าวมาข้างต้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

เมื่อเอ่ยถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ของ

หน่วยงาน องค์การ สถาบันใดก็ตาม หน่วยงาน องค์การ สถาบันนั้นจะต้องมีขั้นตอน กระบวนการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ มีการทำงานที่เป็นเอกภาพ สอดคล้องกันทุกขั้นตอน และเป็นไปตามแผนงานโครงการที่กำหนดไว้เหล่านี้ เป็นกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีนักวิชาการและนักประชาสัมพันธ์หลายท่านได้ศึกษาและสามารถกำหนดกระบวนการไว้ในรูปแบบ/ ทำนองเดียวกัน

Scott M. Cutlip & Allen H. Center (อ้างใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, การพัฒนาเครือข่าย การปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ : หลักการประชาสัมพันธ์, 2544) ผู้มีอิทธิพลต่อความคิดของนักวิชาการและนักประชาสัมพันธ์ทั่วไป ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. การวิจัย – การรับฟัง เป็นขั้นตอนแรก ซึ่งเป็นการหาข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ “ปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่” เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
2. การวางแผน – การตัดสินใจ เป็นขั้นตอนของการวางแผนและการตัดสินใจว่าจะใช้กิจกรรมและกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้าง ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือการแก้ไขปัญหที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่
3. การสื่อสาร เป็นขั้นตอนปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนที่สอง โดยใช้เครื่องมือ เทคนิค และกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร
4. การประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่า “งานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้น ได้ผลดีมามากน้อยเพียงไร”

Karl H. Friederich (อ้างใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, การพัฒนาเครือข่ายการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ : หลักการประชาสัมพันธ์, 2544.) ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

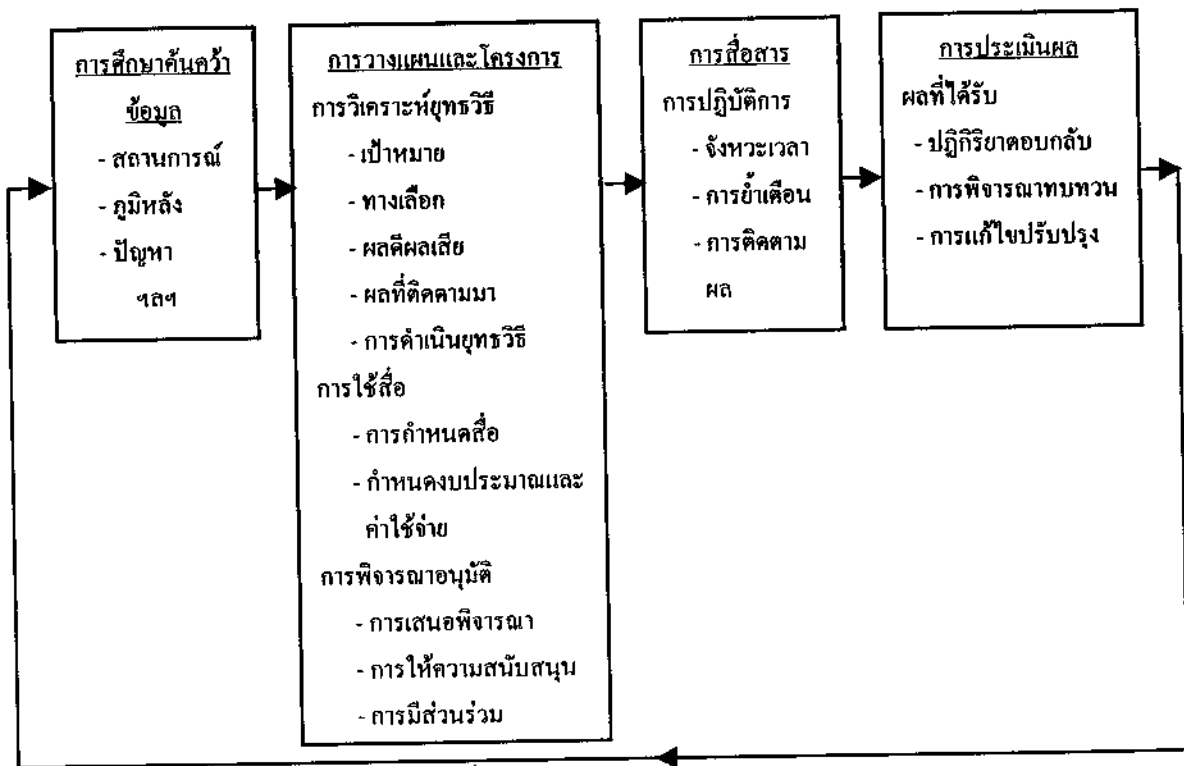
1. การหาข้อเท็จจริงและการวิจัย
2. การกำหนดนโยบายและการวางแผนโครงการ
3. การสื่อสาร
4. การประเมินผล

ประเด็นที่เน้น คือ การจัดลำดับความสำคัญของประชาชนกลุ่มเป้าหมายและการให้มีการสื่อสารสองทางไป – กลับ ซึ่งได้แทรกไว้ในขั้นตอนที่หนึ่งและสอง โดยเฉพาะขั้นตอนที่สองของเขา ยังเน้นถึงการกำหนดนโยบายก่อนด้วย

John E. Marston (อ้างใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, การพัฒนาเครือข่ายการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ : หลักการประชาสัมพันธ์, 2544.) ได้สร้างสูตรสำหรับกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่จะนำความสำเร็จสู่วิชาชีพนี้ โดยเรียกว่าสูตร R-A-C-E ตัว R หมายถึง การวิจัย (Research) ตัว A หมายถึง การกระทำ (Action) ตัว C หมายถึง การสื่อสาร (Communication) และตัว E หมายถึง การประเมินผล (Evaluation)

จากแนวความคิดของนักวิชาการทั้งหลายข้างต้น ส่วนใหญ่จะคล้ายคลึงกันซึ่งพอสรุปกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 1 แสดงกระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์



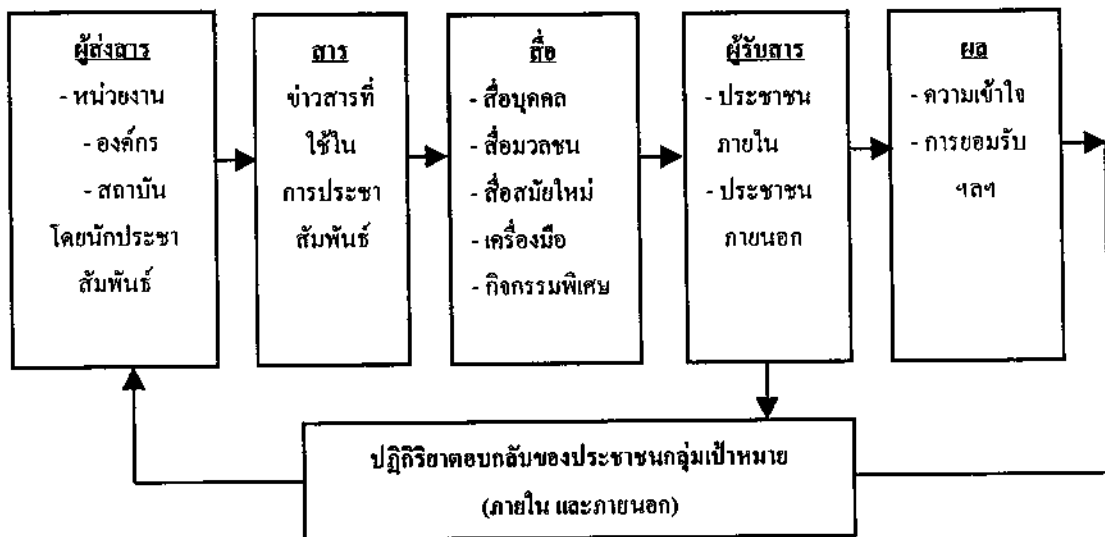
1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลหรือการทำวิจัย เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะต้องทำการศึกษาข้อมูลของหน่วยงานนั้น และเก็บรวบรวมข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุด เพื่อจะได้ทราบถึงปัญหาแท้จริงที่เกิดขึ้น โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถทำได้ 2 ลักษณะ คือ สัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารและบุคคลต่าง ๆ ที่อยู่ภายในสถาบัน และสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารและ

บุคคลต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน มีการวางแผนจัดเก็บและดำเนินการอย่างรอบคอบมีขั้นตอนเป็นระบบ ที่สำคัญ โดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์

2. การวางแผนและโครงการ ขั้นตอนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นขั้นตอนของการนำผลข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่ได้จากการวิจัยในขั้นตอนแรก มาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการ โดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน และผู้รับผิดชอบที่จะทำให้แผนงานนี้ลุล่วง ซึ่งการวางแผนไว้ล่วงหน้า จะทำให้การประสานงานและการแก้ไขปัญหาทำได้ง่าย รวมทั้งสามารถติดตามประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องวางแผนอย่างรอบคอบและเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ยุทธวิธีการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และการพิจารณาอนุมัติ ทั้งนี้ควรระวังไม่ให้แผนขัดแย้งกับนโยบายของหน่วยงาน และกำหนดแผนไว้ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

3. การสื่อสาร

แผนภูมิที่ 2 แสดงกระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์



การสื่อสารเป็นขั้นตอนการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้กำหนดไว้ในกิจกรรมตามแผนการประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับหรือประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยกระบวนการสื่อสารประกอบด้วย

- ผู้สื่อสาร หรือผู้ส่งสาร
- ข่าวสารหรือเนื้อหาสาระ
- ช่องทาง หรือสื่อ
- ผู้รับสารหรือประชาชนเป้าหมาย

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ผู้สื่อสารต้องรู้และเข้าใจเนื้อหาสาระของข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่อย่างดีและเลือกใช้ช่องทางที่ถูกต้องเหมาะสมกับผู้รับ นอกจากนี้สารจะไปถึงผู้รับอย่างสมบูรณ์นั้น เมื่อผู้รับสารแล้วจะต้องมีความเข้าใจในการเกิดการยอมรับ มีการปฏิบัติและมีปฏิริยาตอบกลับซึ่งเป็นไปตามกฎ 5 ข้อแห่งการสื่อสาร

4. การประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การประเมินผลกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เน้นว่าได้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง ซึ่งเป็นการดูปฏิริยาของกลุ่มเป้าหมายว่ามีความคิดเห็นหรือรู้สึกอย่างไรต่อการประชาสัมพันธ์ที่ได้เผยแพร่ออกไป และการประชาสัมพันธ์ได้รับความสนใจมากน้อยเพียงใด ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีปฏิริยาตอบกลับไม่ดีจะได้มีการพิจารณาทบทวนแก้ไข ปรับปรุงต่อไป ฉะนั้นจุดมุ่งหมายของการประเมินผลนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ในการเข้าถึงประชาชน

การประชาสัมพันธ์นั้น ต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจกันและไม่ขัดแย้งกัน ต้องโน้มน้าวทัศนคติหรือความคิดเห็นของประชาชนให้สนับสนุนกิจการของหน่วยงานได้ ฉะนั้นหลักมนุษยสัมพันธ์ในการเข้าถึงประชาชนก็เป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สามารถทำให้สัมพันธภาพระหว่างหน่วยงานกับประชาชนเกิดความราบรื่น กลมเกลียว และเข้าใจกันเป็นอย่างดี การประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง

พิชา (อ้างใน วารสารจัดหางานปริทัศน์, ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กุมภาพันธ์ – เมษายน 2544, หน้า 48) กล่าวไว้ในบทความเรื่อง “มนุษยสัมพันธ์ในการเข้าถึงประชาชน” ว่า ความหมายของมนุษยสัมพันธ์ คือ “การชนะจิตใจคนอื่นโดยสันติและถาวร” ทำอย่างไรจึงจะสามารถเข้าถึงประชาชนคือ ไม่ถึงกับเข้าไปนั่งครองอยู่ในหัวใจของประชาชน แต่อย่างน้อยก็ขอให้ประชาชนที่มาติดต่อและเพื่อนร่วมงานอยู่ด้วยกันอย่างยินดีที่จะเปิดใจให้ความร่วมมือร่วมใจโดยไม่ต้องอาศัยเงื่อนไขอื่นใด แต่ถ้ามนุษยสัมพันธ์เข้าถึงจิตใจผู้อื่นก็จะคล้อยให้มีการเคารพ เชื่อฟัง และจงรักภักดี จะทำให้การบริหารได้ทั้งใจคนและผลงานในที่สุด การเข้าถึงประชาชนเป็นวิถีทางหนึ่งในการครองใจคน สรุปได้ว่า การเข้าถึงประชาชนก็เพื่อจะครองใจคน และจะครองทุกสิ่งทุกอย่างได้ในภายหลังกนั้นเอง

ปกติการมีมนุษยสัมพันธ์ไม่อาจเกิดขึ้นเองโดยปราศจากคู่กรณี แต่จะเกิดขึ้นจากเหตุอีกฝ่ายหนึ่งมีเจตนาหวังผลกับอีกฝ่ายหนึ่ง การมีมนุษยสัมพันธ์จึงเน้นที่วิธีสร้างเหตุว่า ทำอย่างไรจะ

ให้ผลเกิดขึ้นตามที่คาดหวังไว้ มีแนววิธีหนึ่งซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าใช้ได้ผลคือ แนววิธีเอาชนะมิตรและจงใจคน ซึ่งมีกฎ 6 ประการ ที่ทำให้คนนิยมเรา ดังนี้

1. จงให้ความสนใจแก่บุคคลที่เราติดต่อกด้วยความจริงใจ
2. จงยิ้ม
3. จงจำชื่อคนคนนั้นให้ได้และเรียกให้ถูกต้อง
4. จงเป็นนักฟังที่ดี
5. จงพูดในเรื่องที่เขากำลังสนใจ
6. จงทำให้เขาเกิดความรู้สึกว่าเป็นคนสำคัญ

เมื่อนุษย์สัมพันธ์ และการเข้าถึงประชาชนเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับจิตใจและร่างกาย คุณธรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่ง หรือเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการมีมนุษย์สัมพันธ์ เมื่อทุกสิ่งทุกอย่างเกิดขึ้นพร้อมกันในภาวะที่เขาพอใจและเราพอใจ ความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันย่อมเป็นไปได้โดยสันติและถาวรยั่งยืนตลอดไป จะเห็นได้ว่า หลักมนุษยสัมพันธ์ในการเข้าถึงประชาชนข้างต้นนี้ สามารถประยุกต์ใช้ได้สำหรับนักประชาสัมพันธ์ที่ต้องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ได้ในทุกสถานการณ์และทุกเหตุการณ์

2.5 งานศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ผลการประชาสัมพันธ์ของกรมการจัดหางาน

งานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งจะนำมาเสนอในที่นี้ เป็นงานศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ผลการประชาสัมพันธ์ของกรมการจัดหางาน ของกองวิชาการและแผนงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม (2545) โดยศึกษากลุ่มนายจ้าง หรือตัวแทนสถานประกอบการตามพื้นที่ต่าง ๆ 20 จังหวัด และกรุงเทพฯ รวมจำนวน 1,920 แห่ง และกลุ่มประชาชนกระจายตามพื้นที่เช่นเดียวกับสถานประกอบการ จำนวน 1,920 คน (ใช้แบบสอบถาม) สรุปประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของกรมการจัดหางาน ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ 13 ประเภท มากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ สำหรับสื่อประเภทเทปคาสเซ็ท และวีดิทัศน์รับรู้ข่าวสารน้อยที่สุด
2. ข่าวสารที่สถานประกอบการให้ความสนใจมากที่สุด เป็นข่าวการแข่งขันตำแหน่งงานว่าง รองลงมาคือ ข่าว “การจัดงานนัดพบแรงงาน” น้อยที่สุดคือ ข่าว “สินเชื่อเพื่อไปทำงานต่างประเทศ” ในส่วนของประชาชน ข่าวที่ได้รับรู้มากที่สุดคือ ข่าว “การรับสมัครงาน” รองลงมา

คือ ข่าว่า “การร่วมงานวันนัดพบแรงงาน” และน้อยที่สุดคือ ข่าว่า “การให้บริการแนะแนว และส่งเสริมการประกอบอาชีพ/ มหกรรมอาชีพ”

3. ประโยชน์ที่ได้รู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ สถานประกอบการเห็นว่า มีประโยชน์มากที่สุดคือ ข่าว่า “การแจ้งตำแหน่งงานว่าง” รองลงมาคือ ข่าว่า “การร่วมงานนัดพบแรงงาน” และน้อยที่สุดคือ ข่าว่า “สินเชื่อเพื่อไปทำงานต่างประเทศ” ในส่วนของประชาชนเห็นว่า มีประโยชน์มากที่สุด และรองลงมาเช่นเดียวกับสถานประกอบการ ส่วนที่น้อยที่สุดคือ ข่าว่า “การทำงานของแต่ละตัว”

4. วิธีการตอบสนองต่อข่าวสารของกรมการจัดหางานในส่วนของสถานประกอบการมีการตอบสนองในระดับปานกลาง มากที่สุดคือ ข่าว่า “การใช้บริการเกี่ยวกับการแจ้งตำแหน่งงานว่าง” เพื่อให้กรมการจัดหางานประกาศรับสมัครงาน ในส่วนของประชาชนมีการตอบสนองต่ำ โดยมีวิธีการตอบสนองคือ หลังได้รับข่าวสารแล้ว ได้แจ้งข่าวให้ผู้อื่นทราบและได้มาสมัครงาน

5. ข้อเสนอแนะ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของกรมการจัดหางานมีประสิทธิภาพ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง จึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

(1) ควรประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง และใช้ช่วงเวลาคือ ช่วงเช้าและหลังข่าวเวลา 18.00 – 22.00 น. เพราะทำให้ผู้ชมจดจำได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ แต่ค่าใช้จ่ายสูง ข่าว่าสารจึงต้องสั้น กระชับ มีสิ่งเร้าความสนใจให้เข้าใจและจดจำได้

(2) รูปแบบควรดึงดูด น่าสนใจแก่ผู้รับสื่อ

(3) ควรเพิ่มความถี่ในการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น และดำเนินการต่อเนื่องสม่ำเสมอ

(4) สื่อบุคคลเป็นสื่อสำคัญคือ การรับเชิญเป็นวิทยากรให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่ และการจัดรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่เข้าสู่หมู่บ้านอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

(5) ควรมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ทั้งภายใน ภายนอกกระทรวงแรงงาน และภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อลดค่าใช้จ่ายและประหยัดงบประมาณ

(6) กรมการจัดหางาน ควรฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของกรมการจัดหางาน เพราะบุคลากรเป็นเครื่องมือและสื่อสำคัญยิ่ง

(7) ผู้บริหารของหน่วยงานควรให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากผู้บริหารคือ ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ประชาชนให้ความเชื่อถือมากที่สุด

2.6 เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำมาเสนอในที่นี้ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและภารกิจของกระทรวงแรงงานที่หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด จะต้องยึดมั่น คำนึงการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ดังนี้

(1) ตระกูลสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544) และฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544) เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2544 ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาบนแนวคิดพื้นฐานที่เน้น “คน” เป็นศูนย์กลาง มุ่งพัฒนาเชิงรุกทั้งทางกาย จิตใจ และสติปัญญาให้เต็มศักยภาพโดยใช้การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเพียงเครื่องมือเพื่อการพัฒนาคน แต่เนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงต้นของแผนฯ ทำให้แนวทางการพัฒนาต้องชะงักงัน ไม่สามารถดำเนินการให้เป็นไปตามที่กำหนดได้เต็มที่ จึงต้องมีการปรับแผนฯ ทั้งในเรื่องการว่างงาน ความยากจน คุณภาพการศึกษา และการกระจายบริการทางสังคมโดยยังคงยึดแนวคิด วัตถุประสงค์ และยุทธศาสตร์การพัฒนาของแผนฯ เป็นกรอบหลักในการดำเนินงานต่อไป ซึ่งในส่วนของการพัฒนาคนและสังคมได้เน้นการลดผลกระทบจากการว่างงาน ส่งเสริมการมีงานทำในชนบท พัฒนาและช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ป้องกันและแก้ไขปัญหาสังคม เสริมสร้างค่านิยมที่ดีงาม และพัฒนากลไกการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผลการพัฒนาในช่วง 2 ปีแรกของแผนฯ พบว่า คุณภาพของคนไทยจำนวนมากยังอยู่ในระดับที่ไม่น่าพึงพอใจ เพราะไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวิทยาการสมัยใหม่ที่เข้ามา พร้อมกับกระแสโลกาภิวัตน์ได้ อย่างไรก็ตามคนและก้าวมันหันโลกได้ทำที่ควร กล่าวคือคนไทยจำนวนมากยังขาดโอกาสในการเข้าถึงและไม่ได้รับการคุ้มครองจากหลักประกันความมั่นคงทางสังคม โดยเฉพาะกลุ่มคนยากจนและผู้ด้อยโอกาสซึ่งกระทบต่อคุณภาพชีวิตและอยู่ดีมีสุขของคนในสังคม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม แห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคน และการคุ้มครองทางสังคมที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมให้ “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาบนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

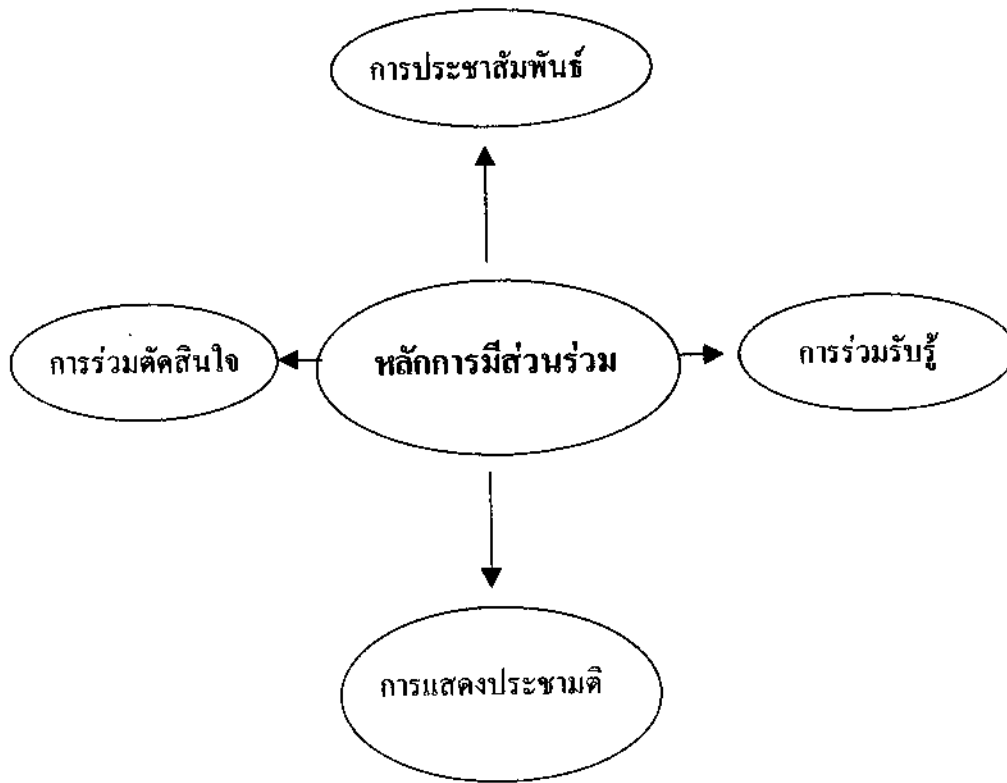
จะเห็นได้ว่า “คน” เป็นเป้าหมายหลักของการพัฒนาของประเทศ นับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 เรื่อยมา และ “คน” ก็เป็นเป้าหมายหลักตามภารกิจของกระทรวงแรงงานเช่นกัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ผู้ว่างงาน คนวัยแรงงานต่าง ๆ ของประเทศ กระทรวงแรงงานและหน่วย

งานในสังกัด มีหน้าที่ต้องเข้าไปดูแลรับผิดชอบ และพัฒนาคุณภาพชีวิต พวกเขาให้ดีขึ้นอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข ความเจตนาารมณ์และแนวทางของแผนพัฒนาฯ ทั้ง 2 ฉบับต่อไป

(2) หลักการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี

การบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 เป็นแนวทางวิธีการที่กระทรวงแรงงานนำมาใช้ในการพัฒนาระบบบริหารจัดการ เพื่อยกระดับการบริหารและให้บริการประชาชน โดยมุ่งเน้นไปที่การนำเอาระบบมาตรฐานสากลของประเทศไทยด้านการจัดการและสัมฤทธิ์ผลของภาครัฐ (P.S.O) และระบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ (RBM) มาใช้ในกระทรวงแรงงานเป็นลำดับแรก โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ มุ่งทำให้ระบบราชการมีความเป็นเลิศสามารถรองรับกับการพัฒนาประเทศในยุคโลกาภิวัตน์ โดยยึดหลักธรรมาภิบาล และประโยชน์สุขของประชาชนเป็นตัวตั้ง ซึ่งเป็นแนวทางหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีนั่นเอง โดยประกอบด้วย หลักพื้นฐาน 6 ประการ ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบและหลักความคุ้มค่า ในที่นี้จะขอกล่าวเฉพาะหลักความมีส่วนร่วมซึ่งหมายถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้และเสนอความเห็นในการตัดสินใจปัญหาสำคัญของประเทศไม่ว่าด้วยการแจ้งความเห็นได้สวน สาธารณะ การประชาพิจารณ์ การแสดงประชามติ หรืออื่น ๆ ทั้งในระดับประเทศ ระดับภาครัฐ และระดับองค์กร อาทิเช่น ในระดับภาครัฐควรมีการสำรวจความเห็นของผู้รับบริการเพื่อปรับปรุงงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในระดับองค์กรจะต้องมีการวางระบบการรับฟังความคิดเห็นและการรับเรื่องราวร้องทุกข์ที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และขณะเดียวกันภายในองค์กรเอง จะต้องสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการบริหารภายในด้วย

แผนภูมิที่ 3 แสดงหลักการมีส่วนร่วมตามแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี



แสดงให้เห็นว่า กระทรวงแรงงานให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นที่ประชาชนเป็นหลักสอดคล้องตามแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดีในการปฏิบัติราชการของข้าราชการเจ้าหน้าที่ทุกระดับ

(3) วิสัยทัศน์ พันธกิจ และโครงสร้างของกระทรวงแรงงาน

การปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ต้องดำเนินการภายใต้กรอบ แนวทางที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานกำหนดและมอบนโยบายไว้ การประชาสัมพันธ์เป็นเสมือนสื่อกลางที่ทำให้ประชาชนรับทราบและเข้าใจภารกิจของหน่วยงานและนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจกันในการพัฒนา ป้องกัน แก้ไขปัญหา จนส่งผลให้เกิดความสงบสุขมั่นคงของประเทศได้ต่อไปในอนาคต ดังนั้นเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาในบทต่อไป จึงขอกล่าวถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และโครงสร้างของกระทรวงแรงงาน โดยสรุปดังนี้

1. วิสัยทัศน์

“กระทรวงแรงงานเป็นองค์กรหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศ มุ่งเน้นให้แรงงานเป็นแรงงานที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะส่งเสริมและสนับสนุนขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและอยู่บนพื้นฐานของควมมีหลักประกันในอาชีพและความมั่นคงในชีวิต มีสภาพแวดล้อม มีคุณภาพชีวิตที่ดี”

2. พันธกิจ

1) ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต และความมั่นคงในการทำงานของแรงงาน

2) ส่งเสริมและขยายโอกาสการมีงานทำ

3) ดำเนินการประสาน และส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพกำลังแรงงานให้เกิดผลิตภาพพร้อมรับการแข่งขันเสรี

4) เสริมสร้างคุณภาพชีวิต และความมั่นคงทางสังคม

5) พัฒนาสมรรถนะการบริหารแรงงาน

และเพื่อให้การปฏิบัติราชการของกระทรวงแรงงาน สามารถผลักดันให้บรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจ จึงได้กำหนดนโยบายไว้ 4 ด้าน ได้แก่

(1) นโยบายปฏิรูประบบราชการ

(2) นโยบายการพัฒนาขีดความสามารถให้กระทรวงแรงงานเป็น

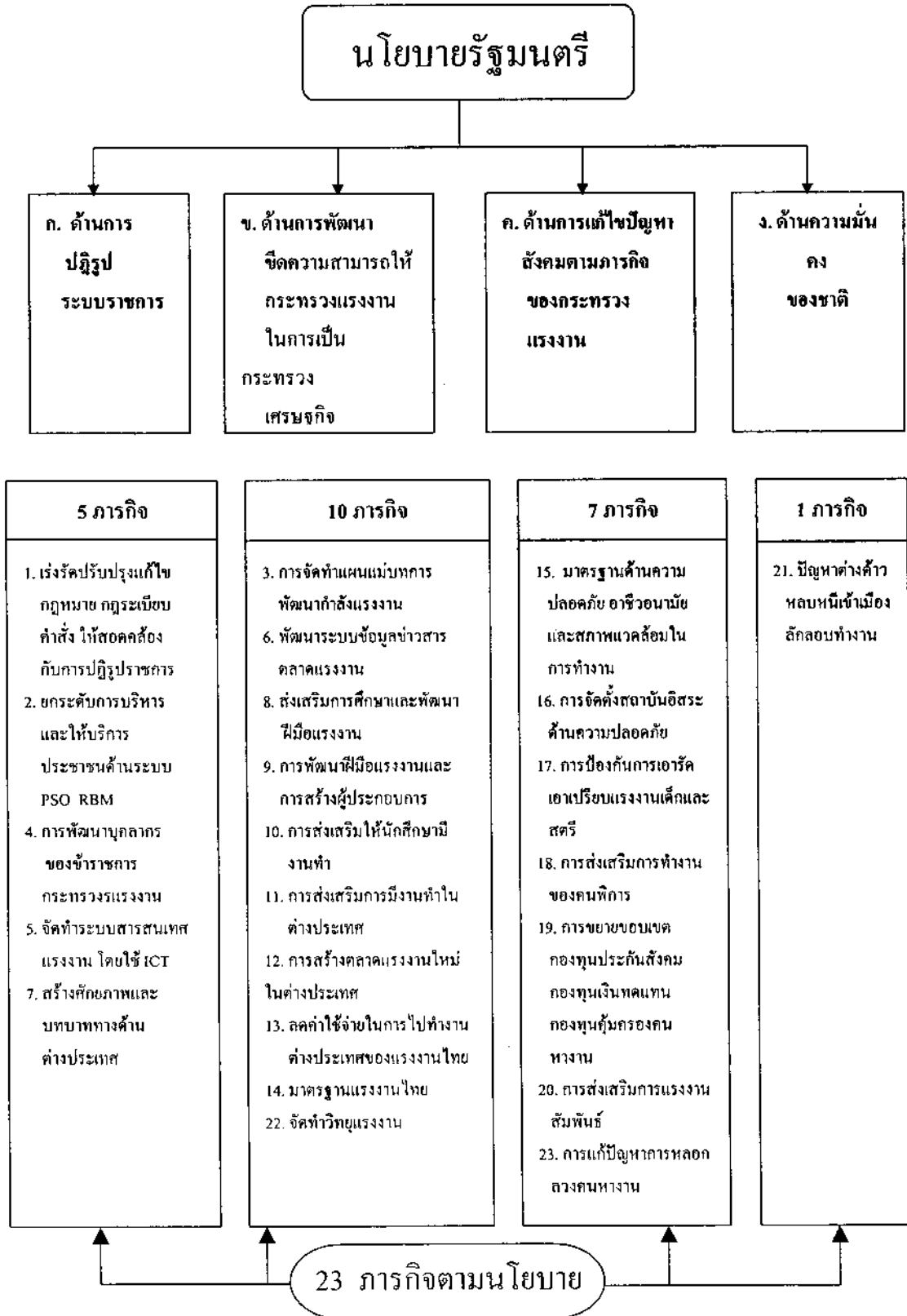
กระทรวงเศรษฐกิจ

(3) นโยบายแก้ไขปัญหาสังคมตามภารกิจของกระทรวงแรงงาน

(4) นโยบายด้านความมั่นคงของชาติ

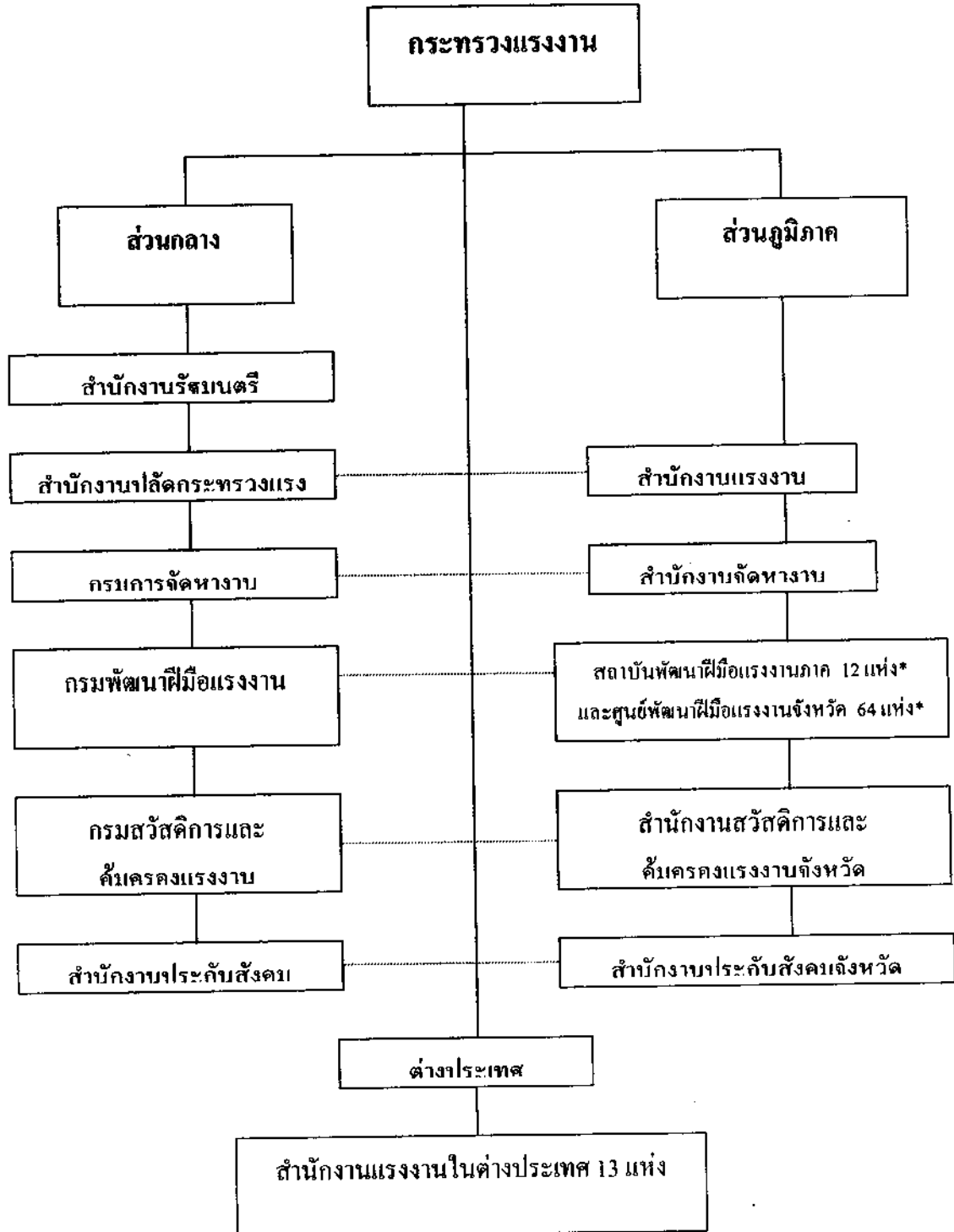
รายละเอียดตามแผนภูมิที่ 4

แผนภูมิที่ 4 แสดงการแปลงนโยบาย 4 ด้าน ไปสู่ 23 ภารกิจ



3. โครงสร้างของกระทรวงแรงงาน

แผนภูมิที่ 5 แสดงโครงสร้างของกระทรวงแรงงาน



หมายเหตุ * = ราชการส่วนกลางตั้งอยู่ในภูมิภาค

จากกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ ได้มีการแบ่งส่วนราชการภายในเป็นราชการบริหาร ส่วนกลาง และราชการบริหารส่วนภูมิภาค ตามแผนภูมิข้างต้นและสืบเนื่องจากพระราชบัญญัติ ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ทำให้กระทรวงแรงงานมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการ บริหารและคุ้มครองแรงงาน พัฒนาฝีมือแรงงาน ส่งเสริมให้ประชาชนมีงานทำ และราชการอื่นตาม ที่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงแรงงานหรือส่วนราชการที่สังกัดกระทรวง แรงงาน จึงกำหนดให้มีส่วนราชการ ดังต่อไปนี้

1. สำนักงานรัฐมนตรี มีภารกิจเกี่ยวกับราชการทางการเมือง เพื่อสนับสนุน ภารกิจของรัฐมนตรี และประสานนโยบายระหว่างกระทรวงฯ
2. สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน มีภารกิจเกี่ยวกับการพัฒนายุทธศาสตร์ แปลงนโยบายของกระทรวงเป็นแผนปฏิบัติจัดสรรทรัพยากรและบริหารราชการประจำทั่วไปของ กระทรวงเพื่อการบรรลุเป้าหมายและเกิดผลสัมฤทธิ์ตามภารกิจของกระทรวง
3. กรมการจัดหางาน มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีงานทำและคุ้มครองแรง งาน โดยการศึกษวิเคราะห์สถานะตลาดแรงงานและแนวโน้มตลาดแรงงาน เป็นศูนย์กลางข้อมูล ตลาดแรงงาน รวมทั้งพัฒนาและส่งเสริมระบบการบริหารด้านการส่งเสริมการมีงานทำ เพื่อให้ ประชากรมีงานทำที่เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ และความถนัด ไม่ถูกหลอกลวง ตลอดจน ได้รับสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมและเป็นธรรม
4. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีภารกิจเกี่ยวกับการพัฒนาฝีมือแรงงาน ศักยภาพ กำลังแรงงานและผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนากำลังแรงงาน ให้มีฝีมือ ได้มาตรฐานในระดับสากล และ ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
5. กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน มีภารกิจเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐาน แรงงาน การคุ้มครองแรงงาน ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน การแรงงานสัมพันธ์ การแรงงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ และการสวัสดิการแรงงาน โดยการพัฒนา มาตรฐาน กลไก รูปแบบ มาตรฐานรูปแบบ ส่งเสริม สนับสนุน และแก้ไขปัญหา เพื่อเพิ่มโอกาส ในการแข่งขันทางการค้า และพัฒนาแรงงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี
6. สำนักงานประกันสังคม มีภารกิจเกี่ยวกับการบริหารการประกันสังคมและ กองทุนเงินทดแทน โดยการจัดการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้แรงงานมีหลักประกันการดำรงชีวิต ที่มั่นคง

บทที่ 3

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านแรงงาน ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านแรงงาน ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ผู้ศึกษาขอเสนอสรุปข้อมูลที่เกี่ยวข้องและผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านแรงงานในภาพรวม เพื่อประกอบการแสดงผลงาน โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. นโยบายของผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์
2. ข้อมูลทั่วไปและสถานการณ์ด้านแรงงานของจังหวัดขอนแก่น
3. บทบาทภารกิจของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น
4. ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านแรงงาน ในภาพรวมของหน่วยงาน สังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น

3.1 นโยบายของผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์

3.1.1 นโยบาย ฯพณฯ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน (นายสุวิจน์ ลิปิถพัลลภ) ท่านได้ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ภารกิจของกระทรวงแรงงานเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งจะเห็นได้จากภารกิจต่าง ๆ อาทิเช่น

1.1 การจัดหน่วยบริการเคลื่อนที่ สํารวจปัญหาและความต้องการของประชาชน และการดำเนินรายการวิทยุแรงงาน เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารภารกิจต่าง ๆ ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน และเปิดโอกาสให้ประชาชนสอบถามข้อมูลหรือร้องเรียนปัญหาในรายการ พร้อมตอบข้อซักถามได้ทันที โดย ฯพณฯ ได้กล่าวในวันแถลงข่าวเปิดตัววิทยุแรงงาน เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2546 ตอนหนึ่งว่า “สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สะดวกรวดเร็ว สามารถเข้าถึงประชาชนทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โครงการวิทยุแรงงาน เป็นกลยุทธ์ของการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ที่จะเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกระทรวงแรงงาน เพื่อที่กระทรวงจะมีโอกาสในการเตรียมความพร้อมรับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะ และหาแนวทางร่วมในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการให้บริการด้านแรงงานที่ถูกต้องไปยังประชาชนต่อไป ซึ่งโครงการนี้ เป็นส่วนหนึ่งตามนโยบายรัฐบาลที่กำหนดให้กระทรวงแรงงาน เกี่ยวข้องปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ ดังนั้น การรับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหว ปัญหาด้านแรงงานอย่างกว้างขวาง จะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไข

ปัญหาทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ราชการวิทยุแรงงานจะเป็นสื่อกลางในการรับรู้ข่าวสารสำหรับแรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีแรงงานไทยทำงานอยู่ ซึ่งจะขยายคลื่นวิทยุการส่งสัญญาณไปยังได้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย อีกด้วย”

1.2 การดำเนินงานของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานที่เกี่ยวข้องกับภาคี เป็นภารกิจที่กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ได้มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ในการเป็นภาคีร่วมมือระหว่างกันในการพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยได้ปฏิบัติงานที่สำคัญประการหนึ่งอย่างสม่ำเสมอ คือการเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์การพัฒนาศักยภาพฝีมือแรงงาน โดยประสานขอความร่วมมือหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และสื่อมวลชน ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การกิจกรรมพัฒนาฝีมือแรงงาน การรับสมัครเข้ารับการพัฒนาฝีมือแรงงาน ฯลฯ

1.3 การป้องกันแก้ไขปัญหาและปราบปรามการหลอกลวงคนหางาน กระทรวงแรงงานได้กำหนดมาตรการออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ มาตรการด้านการปราบปราม ได้แต่งตั้ง คณะกรรมการอำนวยการปราบปรามการหลอกลวงคนหางาน และควบคุมค่าใช้จ่ายในการไปทำงานต่างประเทศ พร้อมแต่งตั้งคณะอนุกรรมการต่าง ๆ อีก 7 คณะ ซึ่ง 1 ใน 7 คณะ คือ คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่ข่าวสารการหลอกลวง โดยดำเนินการร่วมกับคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการอื่น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาการหลอกลวงคนหางานให้มีประสิทธิภาพเป็นสำคัญ และมาตรการด้านการป้องกัน มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง เพื่อให้คนงานได้มีความรู้ความเข้าใจขั้นตอนการสมัครงานและการไปทำงานต่างประเทศอย่างถูกต้องตามกฎหมายทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน แผ่นพับ แผ่นปลิว และโปสเตอร์

1.4 การขยายความคุ้มครองประกันสังคมกรณีว่างงาน ซึ่งจะเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ได้มีการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์การประกันสังคมอย่างสม่ำเสมอทางสื่อต่าง ๆ และขอความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ลูกจ้าง ผู้ใช้แรงงาน ได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง

3.1.2 นโยบายผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น

ท่านผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น ทุกยุคทุกสมัย ได้ให้ความสำคัญกับงานด้านประชาสัมพันธ์ ที่ปฏิบัติกันโดยสม่ำเสมอ คือ โครงการจังหวัดเคลื่อนที่ เป็นการนำบริการต่าง ของหน่วยงานในจังหวัด ทั้งภาครัฐและเอกชน ไปสู่พี่น้องประชาชนที่ห่างไกลตามพื้นที่อำเภอ/กิ่งอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัด เป็นประจำทุกเดือน หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัดขอนแก่น ร่วมออกหน่วยเคลื่อนที่ด้วยทุกครั้ง โดยนำภารกิจของทุกหน่วยงาน ไปให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำและตอบปัญหาที่เกี่ยวข้องทางด้านแรงงานด้วย นอกจากนี้

ท่านผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น ยังให้ความสำคัญกับการแถลงข่าวและการจัดรายการวิทยุต่าง ๆ ตลอด เห็นได้ชัดเจนในสมัยนายบุญชูรงค์ นิลวงศ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น ปี 2544 ให้ได้ความสำคัญอย่างยิ่งกับ "ประชาชน" จึงเกิดรายการ "ผู้ว่าฯ พบประชาชน" เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้รับทราบการทำงานความห่วงใยของผู้ว่าฯ ที่พยายามทำงานเพื่อประชาชน โดยออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงทุกแห่งในจังหวัด เป็นประจำทุกสัปดาห์ ๆ ละ 15 ครั้ง ๆ ละ 30 นาที และถ่ายทอด/เผยแพร่ทางหอกระจายข่าวให้ประชาชนในหมู่บ้าน/ชุมชน รับฟังอีกด้วย นอกจากนี้ ท่านยังให้ความสำคัญกับ "สื่อมวลชน" ผู้ซึ่งเป็นสื่อกลางสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชน โดยทุกเดือน จะนัดพบสื่อมวลชนเป็นประจำ ตามโครงการ "ผู้ว่าราชการจังหวัดพบสื่อมวลชน" หรือ "จับเข่าคุยกัน" เพื่อเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนทุกสาขาได้มีโอกาสพบปะสนทนา ชักถาม เสนอแนะเรื่อง ต่าง ๆ อย่างเป็นกันเอง

3.2 ข้อมูลทั่วไปและสถานการณ์ด้านแรงงานของจังหวัดขอนแก่น

3.2.1 ข้อมูลทั่วไป

จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดศูนย์กลางการพัฒนาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2339 ในที่นี้ขอกล่าวสรุปข้อมูลทั่วไปเป็นด้าน ๆ ดังนี้

1. ด้านกายภาพ

1) ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดขอนแก่น ตั้งอยู่ที่ราบสูงโคราช ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 445 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 10,885.99 ตารางกิโลเมตร หรือ 6.8 ล้านไร่ เท่ากับร้อยละ 6.5 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดอุดรธานี เลย และหนองบัวลำภู
- ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดนครราชสีมา และบุรีรัมย์
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดกาฬสินธุ์ และมหาสารคาม
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดชัยภูมิ และเพชรบูรณ์

2) สภาพภูมิประเทศ สภาพพื้นที่ทั่วไปเป็นที่ราบสูง มีพื้นที่สูงต่ำสลับเป็นลูกคลื่นลาดเทลงไปทางทิศตะวันออก และทิศใต้ มีที่ราบลุ่มบางตอนแถบลุ่มน้ำชี ลุ่มน้ำพอง ทิศตะวันตกเป็นที่ราบสูงและภูเขา ส่วนทิศตะวันออกเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ

3) ลักษณะภูมิอากาศ โดยทั่วไปเป็นแบบทุ่งหญ้าในเขตร้อนคือ มีฝนตกสลับกับแห้งแล้ง ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้และตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งเป็น 3 ฤดู คือ

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคม ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม และฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์

2. ด้านการปกครอง

1) เขตการปกครอง แบ่งออกเป็น 20 อำเภอ 5 กิ่งอำเภอ 198 ตำบล 2,249 หมู่บ้าน และมีหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 31 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 194 แห่ง และสภาตำบล 3 แห่ง

2) ประชากร จากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ณ เดือนมิถุนายน 2546 จังหวัดขอนแก่น มีประชากร รวม 1,844,129 คน เป็นชาย 926,336 คน และหญิง 917,793 คน

3. ด้านเศรษฐกิจ

1) พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง ถั่วเหลือง ช่างพารา ส้มเขียวหวาน และผักปลอดสารพิษ โดย ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่นที่มีพื้นที่ปลูกเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ อ้อย และมันสำปะหลัง ตามลำดับ สำหรับส้มเขียวหวาน เริ่มหันมาสนใจปลูกมากขึ้นในปี 2541 โดยเปลี่ยนจากปลูกอ้อยมาปลูกส้มเขียวหวานแทน ส่วนผักปลอดสารพิษ จังหวัดขอนแก่นถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งซึ่งเป็นแหล่งผลิตผักปลอดสารพิษที่สำคัญของประเทศครอบคลุมในทุกพื้นที่

2) การเกษตรกรรม มีพื้นที่ทำการเกษตรในจังหวัด 4,077,983 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 59.97 ของพื้นที่จังหวัดทั้งหมด โดยที่นามีพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ พื้นที่ปลูกพืชไร่ และพื้นที่ไม้ผลตามลำดับ อาชีพทำนา จึงเป็นอาชีพที่สำคัญที่สุดของจังหวัด ก็ว่าได้

3) การปศุสัตว์ สัตว์เลี้ยงที่สำคัญของจังหวัด คือ โคเนื้อ โคนเนื้อ ไก่พื้นบ้าน และปลาน้ำจืด โดยเฉพาะปลาน้ำจืดเป็นสัตว์น้ำจืดที่เป็นสัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดขอนแก่น

4) การสหกรณ์ มีสหกรณ์ทั้งสิ้น 127 สหกรณ์ สมาชิก 216,084 คน จำแนกเป็น สหกรณ์ภาคการเกษตร 81 สหกรณ์ สมาชิก 170,852 คน และสหกรณ์นอกภาคเกษตร 43 สหกรณ์ สมาชิก 45,286 คน

5) อุตสาหกรรม มีการพัฒนาขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดมากขึ้น โดยเฉพาะด้านการลงทุน และการจ้างงาน เพราะได้ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดในภาพรวม งานด้านอุตสาหกรรม แบ่งออกเป็น 2 ประเภทที่สำคัญ ได้แก่

1. อุตสาหกรรมทั่วไป แยกตามจำนวนเงินลงทุนได้เป็น 3 ประเภท คือ อุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดเล็ก อุตสาหกรรมขนาดกลาง และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

2. อุตสาหกรรมในครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นประเภทหัตถกรรมที่ทำภายในครัวเรือน และเป็นกิจกรรมที่ทำในสมาชิกครัวเรือน และกลุ่มครัวเรือนในหมู่บ้าน ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากผ้า เช่น ผ้าไหม เป็นต้น ผลิตภัณฑ์จักสาน ผลิตภัณฑ์จากไม้และเครื่องปั้นดินเผา ส่วนใหญ่ถือเป็นอาชีพเสริม ผลิตในช่วงที่เว้นว่างการเกษตร

6) การท่องเที่ยว มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศ เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี อาจจะเป็นเพราะจังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมทุกด้าน โดยเฉพาะโรงแรม มีจำนวน 27 แห่ง ห้องพัก 2,978 ห้อง และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทั่วไปหลายแห่ง ตลอดทั้งมีงานเทศกาลสำคัญของจังหวัดที่มีผู้ไปเที่ยวชมเป็นจำนวนมาก เช่น งานเทศกาลไหมฯ งานเทศกาลดอกคูณเสียงแคน เป็นต้น

4. ด้านสังคม

1) การศึกษา มีสถานศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาล - มหาวิทยาลัย จำนวน 1,406 แห่ง จำนวนครู - อาจารย์ 21,170 คน นักเรียน - นักศึกษา 415,023 คน

2) การศาสนา สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา รวม 1,420 แห่ง แยกเป็น วัด 1,442 แห่ง โบสถ์คริสต์ 20 แห่ง และมัสยิด 2 แห่ง นอกจากนี้ มีศูนย์อบรมเด็กก่อนเกณฑ์ในวัด 91 แห่ง โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกธรรม - บาลี 174 แห่ง แผนกสามัญศึกษา 26 แห่ง และมหาวิทยาลัยสงฆ์ 2 แห่ง

3) การสาธารณสุข มีสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ 28 แห่ง เอกชน 4 แห่ง และมีบุคลากรด้านสาธารณสุข เป็นแพทย์ 575 คน บุคลากรสาธารณสุข 4,812 คน อาสาสมัครสาธารณสุข 22,695 คน

5. ด้านโครงสร้างและระบบบริการพื้นฐาน

1) การคมนาคม มีเส้นทางคมนาคมสามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดอื่น ๆ ในภูมิภาคได้โดยรอบ เส้นทางคมนาคมที่สำคัญได้แก่ ทางรถยนต์ สามารถเดินทางโดยทางหลวงแผ่นดินได้ 7 สาย ทางรถไฟใช้เส้นทางรถสายกรุงเทพฯ - หนองคาย โดยมีจุดรับ - ส่ง ในเขตจังหวัด 4 อำเภอ และทางเครื่องบิน ท่าอากาศยานขอนแก่น สามารถรองรับเครื่องบินแบบโบอิง 737 - 400 ความจุ 149 ที่นั่ง ซึ่งบินในเส้นทางขอนแก่น - กรุงเทพฯ วันละ 4 เที่ยวบิน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 45 นาที

2) ไฟฟ้า แหล่งผลิตไฟฟ้าที่สำคัญ คือ โรงไฟฟ้าพลังน้ำเขื่อนอุบลรัตน์และ โรงไฟฟ้าพลังความร้อนน้ำพอง

3) ประปา มีประปาในเขตเมือง โดยการประปาส่วนภูมิภาคบริการประชาชน ซึ่งอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของสำนักงานประปา เขต 6 ขอนแก่น มีแหล่งผลิต 8 แห่ง

4) การสื่อสาร และ โทรคมนาคม

- ไปรษณีย์โทรเลข มีที่ทำการ ไปรษณีย์โทรเลข 27 แห่ง

- โทรศัพท์ มีจำนวนชุมสาย 42 แห่ง และจำนวนหมายเลข

โทรศัพท์ 93,608 หมายเลข

- สถานีวิทยุและโทรทัศน์ มีสถานีวิทยุกระจายเสียง 15 สถานี มีสถานีวิทยุโทรทัศน์ 1 สถานี และมีศูนย์ข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์ 5 สถานี

- สำนักงานพิมพ์ท้องถิ่น มีหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง 18 ฉบับ และมีหนังสือพิมพ์ประจำท้องถิ่น 12 ฉบับ

- หอกระจายข่าวและเสียงตามสายประจำหมู่บ้าน ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นศูนย์กลางการสื่อสารของชุมชน เป็นระบบการกระจายเสียงของหมู่บ้านที่ทำให้ชาวบ้านรับรู้ข่าวสารเหตุคว่นเหตุร้ายได้อย่างรวดเร็วปัจจุบัน มี 1,500 หอในพื้นที่ 20 อำเภอ 5 กิ่งอำเภอ

- สื่อมวลชน มีสมาคมสื่อมวลชนจังหวัดขอนแก่น 1 สมาคม สมาชิก 153 คน มีนักจัดรายการวิทยุ (เฉพาะรายการข่าว) 16 คน และมีสื่อมวลชนในจังหวัดประมาณ 230 คน

- อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน (อปม.) 40 คน

5) แหล่งน้ำ มีแหล่งน้ำตามธรรมชาติที่สำคัญต่อการอุปโภคบริโภคและการเกษตรของจังหวัด ได้แก่ ลำน้ำชี ลำน้ำพอง ลำน้ำเชิญ แม่น้ำทุกสายมีต้นกำเนิดมาจากเทือกเขาทางตะวันตกของจังหวัด โดยมีพื้นที่ลุ่มน้ำรวมทั้งหมด 10,921 ตารางกิโลเมตร และแหล่งน้ำชลประทาน ประกอบด้วย แหล่งน้ำตามโครงการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก

6. สภาพปัญหาของจังหวัด

1) ปัญหาการพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยวิเคราะห์จากข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ของจังหวัดขอนแก่น ปี 2544 พบว่า ยังไม่ผ่านเกณฑ์ตามเป้าหมาย จำนวน 11 ตัวชี้วัด อาทิเช่น รายได้เฉลี่ย 20,000.-บาท/ปี ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 37.49 เป็นต้น

2) สภาพปัญหาสำคัญ จำนวนตามตัวชี้วัดข้อมูลพื้นฐานระดับหมู่บ้าน (กชช.2ค.) เรียงลำดับตัวชี้วัดที่มีปัญหามากที่สุด ปี 2544 จำนวน 2,032 หมู่บ้าน ได้แก่ การทำการเกษตรฤดูแล้ง (ร้อยละ 82.48) น้ำเพื่อการเกษตร (ร้อยละ 52.49) การอพยพหางานทำ (ร้อยละ 40.40) การประกอบอาชีพอื่น ๆ (ร้อยละ 24.95) สิทธิในที่ดิน (ร้อยละ 18.94) การใช้ประโยชน์ที่ดิน (ร้อยละ 16.68) การประกอบอาชีพและการมีงานทำ (ร้อยละ 16.43) เป็นต้น

7. เป้าหมายการพัฒนาจังหวัด

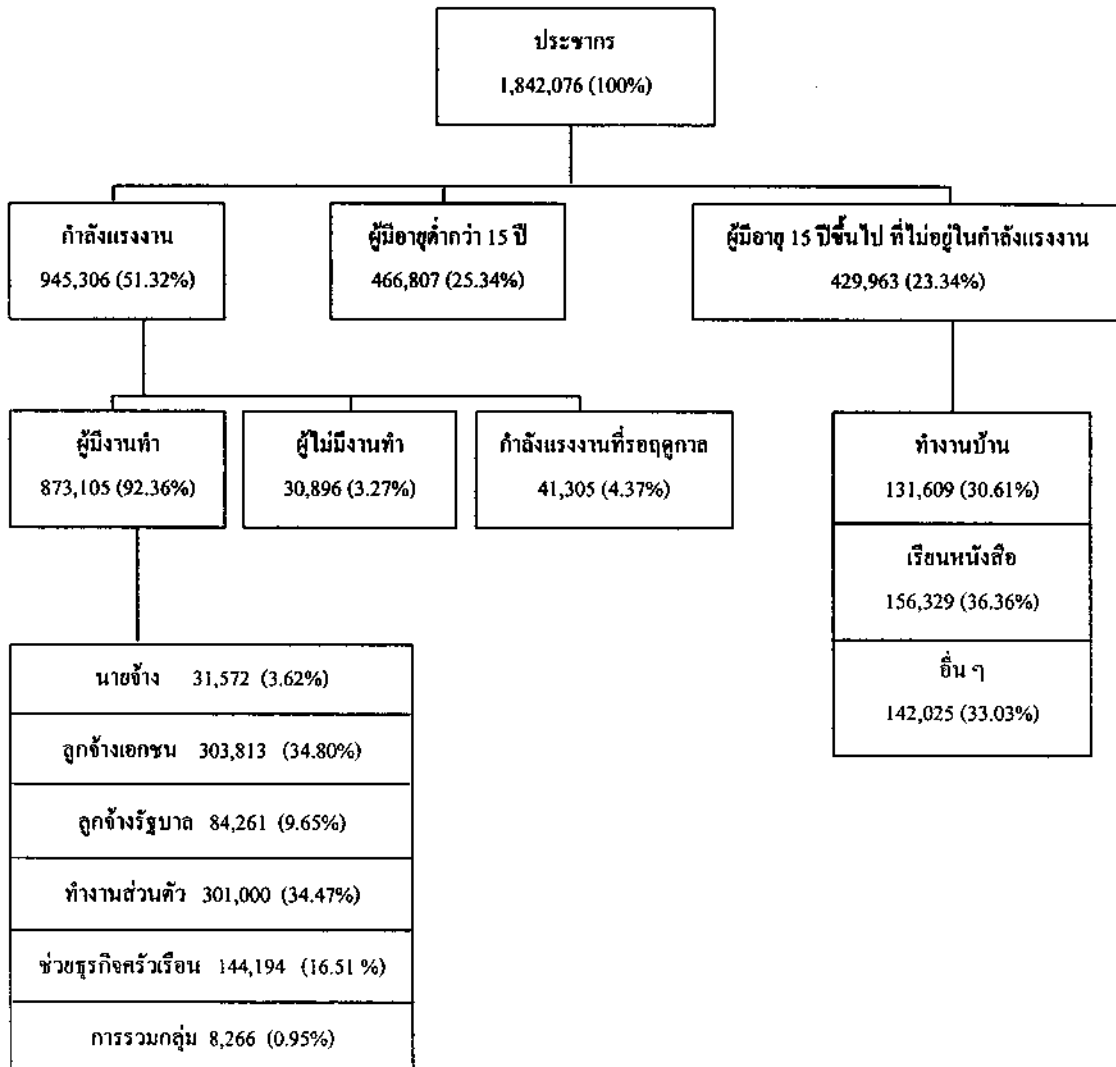
จากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานระดับหมู่บ้าน จปฐ. ปี 2544 จังหวัดมีตัวชี้วัดที่ยังไม่บรรลุเป้าหมาย 11 ตัวชี้วัด และมีหมู่บ้านเร่งรัดพัฒนา อันดับ 1 จากข้อมูล กชช.2 ค. ปี 2544 จำนวน 1 หมู่บ้าน จังหวัดได้ให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาคู่คุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างเร่งด่วน โดยเน้นย้ำให้ทุกหน่วยงานที่ได้รับอนุมัติงาน/โครงการ และงบประมาณจัดงาน/โครงการ และกิจกรรม ตามแผนฯ ปี 2546 ลงในพื้นที่หมู่บ้านเป้าหมายเพื่อการพัฒนาและหมู่บ้านเร่งรัดพัฒนา อันดับ 1 และเร่งรัดพัฒนา อันดับ 2 จำนวน 288 หมู่บ้าน โดยมีเป้าหมายให้สามารถยกระดับหมู่บ้านเร่งรัดพัฒนาอันดับ 1 ให้เป็นหมู่บ้านเร่งรัดพัฒนา อันดับ 2 และยกระดับหมู่บ้านเร่งรัดพัฒนาอันดับ 2 จำนวน 287 หมู่บ้าน ให้สามารถยกระดับเป็นหมู่บ้านเร่งรัด อันดับ 3 ให้ได้ในอัตราร้อยละ 40 หรือ 114 หมู่บ้าน เมื่อสิ้นปีงบประมาณ 2546

3.2.2 สถานการณ์ด้านแรงงานของจังหวัดขอนแก่น

สืบเนื่องจากจังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดใหญ่ มีกำลังแรงงานคิดเป็นร้อยละ 51 ของประชากรทั้งหมด มีผลให้ปัญหาทางสังคมต่าง ๆ รวมทั้งปัญหาด้านแรงงาน มีจำนวนทวีขึ้นตามมาด้วย ในที่นี้ ขอเสนอสถานการณ์ด้านแรงงานของจังหวัดที่เป็นผลงานของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาศึกษาและแจกแจงในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) ประชากรและกำลังแรงงาน

แผนภูมิที่ 6 แสดงโครงสร้างประชากรและกำลังแรงงาน ของจังหวัดขอนแก่น ปี 2546



หมายเหตุ ข้อมูลจากสำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น ณ เมษายน 2546

จากผลสำรวจของสำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นมีประชากรรวม 1,842,076 คน แยกเป็นชาย 925,241 คน และหญิง 916,835 คน กำลังแรงงานรวม 945,306 คน คิดเป็นร้อยละ 51.32 ของประชากรทั้งหมด เป็นผู้มีงานทำ 873,105 คน คิดเป็นร้อยละ 92.36 ของกำลังแรงงานทั้งหมด ผู้ไม่มีงานทำ 30,896 คน คิดเป็นร้อยละ 3.27 ของกำลังแรงงานทั้งหมด และเป็นกำลังแรงงานที่รอฤดูกาล 41,305 คน คิดเป็นร้อยละ 4.37 ของกำลังแรงงานทั้งหมด

2) อัตราการว่างงาน

ตารางที่ 1 อัตราการว่างงานของจังหวัดขอนแก่น เมื่อเปรียบเทียบ ปี 2544 – 2546

รายการ	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546 (ณ เดือนเมษายน 2546)
ประชากร	1,815,783	1,827,955	1,842,076
กำลังแรงงาน	902,375	958,036	945,306
ผู้มีงานทำ	835,648	871,629	873,105
ผู้ไม่มีงานทำ	66,727	53,635	30,896
รอฤดูกาล	38,105	32,772	41,305
อัตราการว่างงาน	7.1	5.6	3.3

ที่มา : สำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น

อัตราการว่างงานของจังหวัดขอนแก่น ตั้งแต่ปี 2544 มีแนวโน้มลดลง คือ ปี 2544 มีอัตราการว่างงาน 7.1 ปี 2545 มีอัตราการว่างงาน 5.6 และปี 2546 ณ เดือนเมษายน 2546 มีอัตราว่างงานลดลง 3.3

3) การจ้างงาน

ตารางที่ 2 การจ้างงานในจังหวัดขอนแก่น (หน่วย : คน)

	ปี 2545 ไตรมาส 1	ปี 2546 ไตรมาส 1	เพิ่มขึ้น/ ลดลง ร้อยละ
ผู้สมัครงาน : คน 1/	1,478	1,292	-12.58
ตำแหน่งงานว่าง : อัตรา 1/	728	985	35.30
การบรรจุงาน : คน 1/	182	129	-29.12
แรงงานต่างประเทศ : คน 2/	2,073	2,823	36.18

ที่มา : 1/ ศูนย์ข่าวสารตลาดแรงงาน จังหวัดขอนแก่น

2/ สำนักงานบริหารแรงงานไทยไปต่างประเทศ กรมการจัดหางาน

ด้านการจ้างงาน ความต้องการด้านแรงงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.30 และแรงงานที่เดินทางไปต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีแรงงานที่เดินทางไปต่างประเทศจำนวน 2,823 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.18

4) สถานประกอบการและลูกจ้าง

ตารางที่ 3 จำนวนสถานประกอบการจังหวัดขอนแก่น แยกตามขนาด

ขนาดสถานประกอบการ	จำนวน (แห่ง)	จำนวนลูกจ้าง (คน)
ลูกจ้าง 1 – 9 คน	4,971	16,782
ลูกจ้าง 10 – 49 คน	1,269	25,746
ลูกจ้าง 50 – 99 คน	149	9,998
ลูกจ้าง 100 – 999 คน	105	24,245
ลูกจ้าง 1,000 คนขึ้นไป	10	16,158
รวมทั้งสิ้น	6,504	92,929

ที่มา : สำนักงานสถิติการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดขอนแก่น ข้อมูลวันที่ 24 เมษายน 2546

5) การส่งเสริมการมีงานทำในประเทศ

การส่งเสริมการมีงานทำในประเทศ มีผู้มาลงทะเบียนสมัครงานผ่านสำนักงานจัดหางานจังหวัดขอนแก่น ตั้งแต่เดือนมกราคม – มิถุนายน 2546 จำนวน 3,907 คน ได้รับการบรรจุงาน 189 คน มีตำแหน่งงานว่าง จำนวน 1,680 อัตรา ในตำแหน่งเกี่ยวกับการผลิต การขายส่ง ขายปลีก กักตุนอาหาร โรงแรม บริการการเงิน การประกันภัย และเสมียนพนักงาน

6) การบริหารแรงงานไทยไปต่างประเทศ

การบริหารแรงงานไทยไปต่างประเทศ จังหวัดขอนแก่นมีบริษัทจัดหางานต่างประเทศ 9 แห่ง มีแรงงานไทยเดินทางไปทำงานต่างประเทศมากเป็นอันดับ 2 ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ในปี 2545 มีจำนวน 10,118 คน และปี 2546 (ตั้งแต่เดือนมกราคม – มิถุนายน 2546) มีจำนวน 4,311 คน ส่วนใหญ่เดินทางไปได้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย ชองกง และอิสราเอล ในตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานด้านช่างและผู้ใช้อุปกรณ์ในการขนส่ง คนงานหรือกรรมกร และผู้ปฏิบัติงานอาชีพด้านบริการ สำหรับการร้องทุกข์กรณีถูกเอารัดเอาเปรียบในการไปทำงานต่างประเทศ มี

คนงานร้องทุกข์ผ่านศูนย์ป้องกันและปราบปรามการหลอกลวงคนหางาน (ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2545 – สิงหาคม 2546) จำนวน 313 คน ช่วยเหลือให้ได้รับเงินคืน จำนวน 313 คน เป็นเงิน 1,189,190.25.- บาท

7) แรงงานต่างด้าวที่เข้าเมืองผิดกฎหมาย

- ขึ้นทะเบียนปี 2544	จำนวน 680 คน
- ต่อทะเบียนถึง 6 พฤศจิกายน 2545	จำนวน 438 คน
- สัญชาติลาว	จำนวน 277 คน
- สัญชาติพม่า	จำนวน 146 คน
- สัญชาติกัมพูชา	จำนวน 15 คน

แรงงานต่างด้าวที่เข้าเมืองผิดกฎหมายและได้รับการผ่อนผันให้ทำงานในจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่ทำงานเป็นกรรมกรในโรงงาน ผู้รับใช้ในบ้าน และคนงานในแปลงเพาะปลูก

- รายงานผลการถ่ายรูปของแรงงานต่างด้าวที่เข้าเมืองผิดกฎหมาย ระหว่างวันที่ 26 กรกฎาคม – 8 สิงหาคม 2546 จำนวน 346 คน

- สัญชาติลาว	จำนวน 111 คน
- สัญชาติพม่า	จำนวน 221 คน
- สัญชาติกัมพูชา	จำนวน 14 คน

ที่เหลืออีก 92 คนเป็น

- แรงงานต่างด้าวได้ถูกนายจ้างยกเลิกการจ้างงานแล้ว จำนวน 84 คน
- แรงงานต่างด้าวขอเปลี่ยนแปลงนายจ้าง เนื่องจากนายจ้างเดิมเสียชีวิต

และยังไม่ได้รับการถ่ายรูปพิมพ์ลายนิ้วมือ จำนวน 1 คน

- คงเหลือแรงงานต่างด้าวที่ยังไม่ได้แจ้งออก จำนวน 7 คน ซึ่งทางสำนักงานจัดหางานจังหวัดขอนแก่นได้ส่งหนังสือถึงนายจ้างแล้ว เพื่อให้ชี้แจงข้อเท็จจริง แต่ยังไม่ปรากฏว่า นายจ้างจะมาแจ้งออกแต่อย่างใด และทางสำนักงานจัดหางานจังหวัดขอนแก่นจะได้ดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

8) การพัฒนาฝีมือแรงงาน

การพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ภาค 6 ขอนแก่น ดำเนินการฝึกอบรมฝีมือแรงงาน ระหว่างเดือนตุลาคม 2545 – กรกฎาคม 2546 ทั้งสิ้น จำนวน 17,624 คน (ร้อยละ 209 ของเป้าหมาย 8,430 คน) เป็นการศึกษาเตรียมเข้าทำงานแก่แรงงานใหม่

และฝึยกะดัดฝีมือแรงงานแก่แรงงานในตลาดแรงงาน ผู้ถูกเลิกจ้างว่างงาน รวมทั้งสิ้น จำนวน 5,190 คน (ร้อยละ 101 ของเป้าหมาย 5,175 คน) และทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน 1,409 คน (ร้อยละ 100.94 ของเป้าหมาย 1,325 คน) สาขาที่ดำเนินการฝึก 6 กลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มงานช่างยนต์ กลุ่มงานช่างไม้และก่อสร้าง กลุ่มงานช่างเครื่องกลโรงงาน กลุ่มงานช่างไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ กลุ่มงานช่างอุตสาหกรรมศิลป์ กลุ่มงานธุรกิจและบริการ

9) การคุ้มครองแรงงาน

- การตรวจคุ้มครองแรงงานและความปลอดภัยในการทำงาน พบว่า สถานประกอบการที่ผ่านการตรวจ จำนวน 483 แห่ง ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายร้อยละ 54.04 (261 แห่ง) ผู้ใช้แรงงานได้รับการปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย 43,098 คน คิดเป็น ร้อยละ 135.10 ของผู้ใช้แรงงานที่ผ่านการตรวจและถูกจ้างร้องทุกข์ต่อพนักงานตรวจแรงงาน 94 ราย ส่วนใหญ่เป็นกรณีนายจ้างค้างจ่ายค่าจ้างและจ่ายค่าชดเชยกรณีให้ออกจากงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการช่วยเหลือให้ได้รับสิทธิประโยชน์ตามกฎหมาย 82 ราย เป็นเงิน 992,221.38.- บาท

- การตรวจความปลอดภัยในการทำงาน สถานประกอบการปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายความปลอดภัย ร้อยละ 54.42 สถิติการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน จำแนกความร้ายแรง และรายจังหวัด (กรณีหยุดงาน 3 วันขึ้นไป) ช่วง 5 เดือนแรกของปี 2546 (ณ พฤษภาคม 2546) มีอัตราเฉลี่ย : 1,000 คน เท่ากับ 1.57 คิดเป็นร้อยละ 31.59 ของเป้าหมายในการลดสถิติอุบัติเหตุในการทำงาน ปี 2546 เฉลี่ย : 1,000 คน

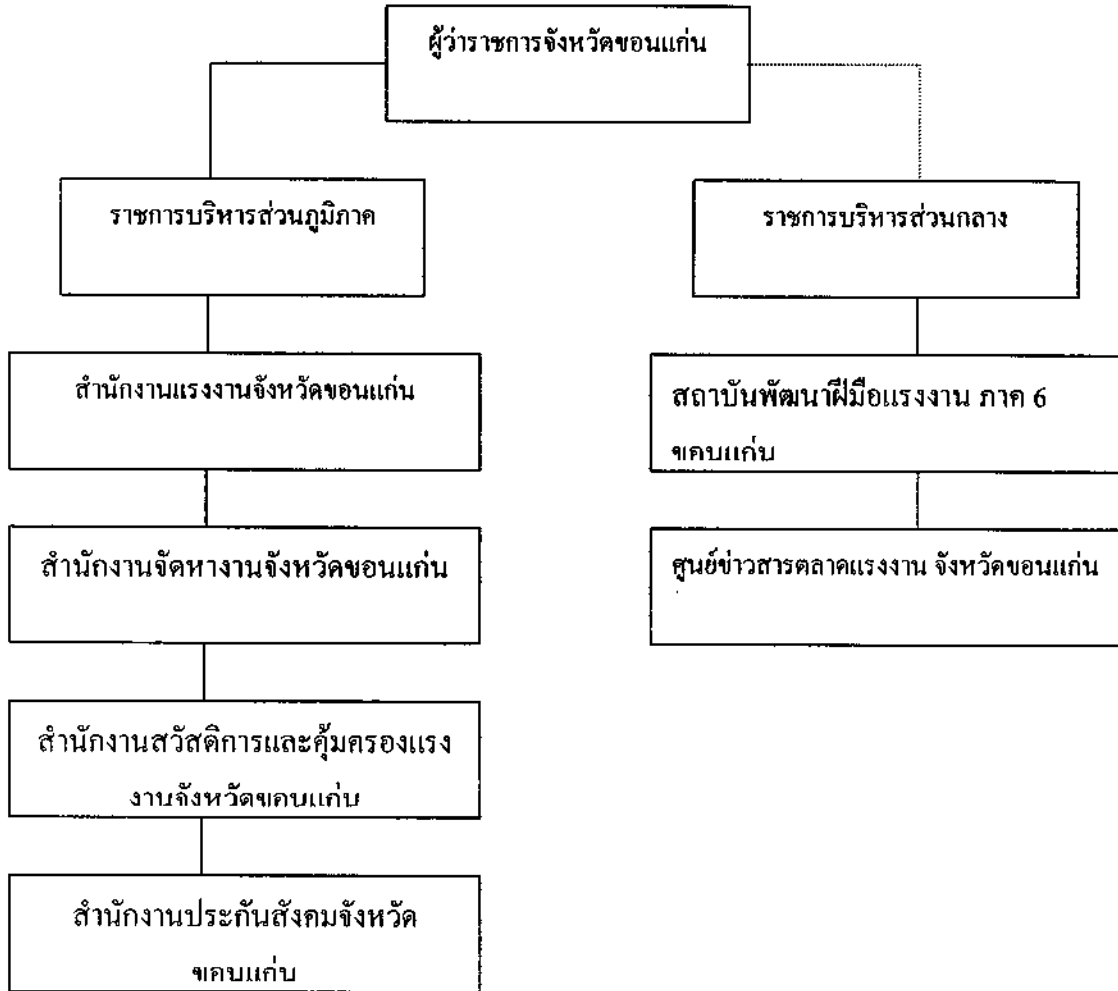
- ด้านแรงงานสัมพันธ์ มีสหภาพแรงงาน 1 แห่ง ในปี 2546 มีการไกล่เกลี่ยระงับข้อพิพาทแรงงาน 1 แห่ง ลูกจ้างเกี่ยวข้อง 236 คน ไม่มีการนัดหยุดงาน/ปิดงาน ไม่มีลูกจ้างเกี่ยวข้อง และมีการยื่นข้อเรียกร้องของลูกจ้างจนได้รับการแก้ไขปัญหา สามารถบันทึกข้อตกลงสภาพการจ้างแล้ว สำหรับการจัดสวัสดิการสังคมที่นอกเหนือกฎหมายกำหนด เช่น เช่าที่พักให้ลูกจ้างจัดนันทนาการให้ เป็นต้น

10) หลักประกันแรงงาน

ผู้ประกันตนในระบบประกันสังคม จำนวน 91,590 คน และมีสถานประกอบการขึ้นทะเบียน จำนวน 4,881 แห่ง มีผู้ประกันตนมาขอรับสิทธิประโยชน์ทั้ง 2 กองทุน คือ กองทุนประกันสังคมและกองทุนเงินทดแทน รวม 17,898 ราย เป็นเงิน 52,518,864.32 บาท และในปี 2546 ได้จัดเก็บเงินสมทบระหว่างเดือนมกราคม – มิถุนายน 2546 จำนวน 169,971,476.50 บาท เฉลี่ย 28,328,579.91 บาทต่อเดือน

3.3 บทบาทภารกิจของหน่วยงาน สังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น

แผนภูมิที่ 7 แสดงโครงสร้างหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น



หมายเหตุ ———— สายการบังคับบัญชา
..... ประสานงาน

จังหวัดขอนแก่น มีหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ทั้งหมด 6 หน่วยงาน ซึ่งเป็นราชการบริหารส่วนภูมิภาค 4 หน่วยงาน และราชการบริหารส่วนกลาง 2 หน่วยงาน ภายใต้การบังคับบัญชา และกำกับดูแลของผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัดขอนแก่นนั้นก็เช่นเดียวกัน มีหน่วยงานที่รับผิดชอบร่วมกันในปัจจุบัน ก็คือ หน่วยงานสังกัด

กระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ทั้ง 6 หน่วยงาน ซึ่งแต่ละหน่วยงานมีภารกิจตามแนวทางที่กระทรวงแรงงานกำหนดที่แตกต่างกัน แต่การปฏิบัติงานในภารกิจทั้งหมดต่างก็เกี่ยวเนื่อง และสอดคล้องกันจึง ขอสรุปบทบาทหน้าที่ ภารกิจของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น แต่ละหน่วยงานในปัจจุบันเพียงคร่าว ๆ ดังนี้

1. สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น เป็นราชการบริหารส่วนภูมิภาค สังกัดกระทรวงแรงงาน มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน พ.ศ. 2545

- (1) กำกับ ดูแล ติดตาม และประเมินผลแผนการปฏิบัติราชการของกระทรวงในความรับผิดชอบของส่วนราชการสังกัดกระทรวงในเขตพื้นที่จังหวัด
- (2) ดำเนินการเกี่ยวกับงานยุทธศาสตร์ งานนโยบายและแผน งานพัฒนาเป็นศูนย์กลางสารสนเทศด้านแรงงานในเขตพื้นที่จังหวัด
- (3) ประสานและดำเนินการ โครงการพิเศษด้านแรงงานในเขตพื้นที่จังหวัด
- (4) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย

อย่างไรก็ตามการปฏิบัติงานในปัจจุบัน สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่นได้ปฏิบัติงานอย่างจริงจังตามนโยบายของผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงแรงงานในเรื่อง การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงานด้านแรงงานให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจถูกต้อง โดยประสานการปฏิบัติกับหน่วยงานในสังกัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการดำเนินงานเพื่อพัฒนาค่าจ้างและรายได้แห่งชาติ (นโยบายค่าจ้างขั้นต่ำ) และการรับเรื่องร้องทุกข์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับปัญหาด้านแรงงานและประสานการปฏิบัติกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาด้านแรงงานนั้นหรืออีกนัยหนึ่ง สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่นเปรียบเสมือนหน่วยงานผู้แทนกระทรวงแรงงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในจังหวัดขอนแก่นนั่นเอง .

2. สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ภาค 6 ขอนแก่น เป็นราชการบริหารส่วนกลาง สังกัดกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน พ.ศ. 2545

- (1) ดำเนินการฝึกอบรมฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานและศักยภาพแรงงาน โดยใช้เทคโนโลยีระดับกลางและระดับสูงเพื่อสร้างผู้ชำนาญการเฉพาะทาง
- (2) ดำเนินการฝึกอบรมฝีมือแรงงาน เพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานและศักยภาพแรงงาน และผู้ประกอบการ

(3) ดำเนินการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน และดำเนินการแข่งขันฝีมือแรงงานทุกระดับของเขตที่รับผิดชอบ

(4) ส่งเสริม ประสานการสร้างเครือข่ายการพัฒนาฝีมือแรงงานและศักยภาพแรงงานและผู้ประกอบการ รวมทั้งการบริหารจัดการกองทุนพัฒนาฝีมือแรงงานในเขตพื้นที่

(5) สนับสนุนการใช้หรือปรับปรุงระบบ รูปแบบ หลักสูตร อุปกรณ์ช่วยฝึกเทคโนโลยี การพัฒนาฝีมือแรงงานและการพัฒนาบุคลากรฝึกให้กับภาครัฐและภาคเอกชนในเขตพื้นที่

(6) ส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชน ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาฝีมือแรงงาน และศักยภาพแรงงานตามกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงานในเขตพื้นที่

(7) ดำเนินการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่

(8) ควบคุม ดูแล ให้คำปรึกษาและสนับสนุนด้านเทคนิคและบุคลากรให้กับศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานในเขตพื้นที่

(9) สนับสนุนการฝึกอบรมฝีมือแรงงานด้านเทคนิคและบุคลากรให้กับศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานในเขตพื้นที่

(10) ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ประสานความเชื่อมโยง สร้างและพัฒนาเครือข่ายการพัฒนาศักยภาพกำลังแรงงานทั้งในและต่างประเทศ

(11) เป็นฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการการพัฒนาแรงงานและประสานงานการฝึกอาชีพจังหวัด

(12) ปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

อาศัยตามอำนาจหน้าที่ข้างต้น ทำให้ภารกิจของสถาบันฯ จึงเกี่ยวข้องกับการฝึกอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงานแก่เยาวชน ผู้ว่างงาน ผู้ที่ทำงานอยู่แล้วในตลาดแรงงาน หรือผู้ถูกเลิกจ้าง ได้แก่ การฝึกเตรียมเข้าทำงาน การฝึกยกระดับฝีมือแรงงาน การส่งเสริมมาตรฐานฝีมือแรงงาน และการส่งเสริมและประสานงานการพัฒนาฝีมือแรงงาน โดยรับผิดชอบการพัฒนาฝีมือแรงงานในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน รวม 7 จังหวัด คือ ขอนแก่น เลย อุดรธานี หนองคาย สกลนคร กาฬสินธุ์ และหนองบัวลำภู

3. สำนักงานจัดหางานจังหวัดขอนแก่น เป็นราชการบริหารส่วนภูมิภาค สังกัดกระทรวงแรงงาน มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน พ.ศ. 2545

(1) ปฏิบัติการ และประสานงานที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกรมในเขตพื้นที่
จำกัด

(2) รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผนงาน และโครงการต่อ
กรมการจัดหางานและสำนักงานแรงงานจังหวัด

(3) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่
เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

ฉะนั้น การกิจของสำนักงานจัดหางานจังหวัดขอนแก่น กล่าวคือ บริการจัดหางาน
ในประเทศ บริการจัดหางานไปต่างประเทศ การส่งเสริมการมีงานทำ (งานแนะแนวอาชีพ และ
ทดสอบความพร้อมด้านอาชีพ) การควบคุมการทำงานของคนต่างด้าว และการคุ้มครองคนหางาน
(การป้องกันและปราบปรามการหลอกหลวงคนหางาน)

4. สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดขอนแก่น เป็นราชการบริหาร
ส่วนภูมิภาค สังกัดกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกระทรวงแบ่ง
ส่วนราชการ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน พ.ศ. 2545

(1) ปฏิบัติการและประสานงานที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกรมในเขตพื้นที่
จังหวัด

(2) รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผนงาน และโครงการต่อ
สำนักงานแรงงานจังหวัด

(3) ปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่
เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

ภารกิจจึงเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองแรงงานทั้งในระบบและนอกระบบ การแรงงาน
สัมพันธ์ การส่งเสริมและพัฒนาความปลอดภัยในการทำงานและการส่งเสริมการจัดสวัสดิการ
แรงงานในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น

5. สำนักงานประกันสังคมจังหวัดขอนแก่น เป็นราชการบริหารส่วนภูมิภาค สังกัด
สำนักงานประกันสังคม มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกระทรวงแบ่งส่วนราชการ สำนักงานประกันสังคม
กระทรวงแรงงาน พ.ศ. 2545

(1) ปฏิบัติการและประสานงานที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกรมในเขตพื้นที่
จังหวัด

(2) รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผนงาน และโครงการต่อ
สำนักงานแรงงานจังหวัด

(3) ปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

ภารกิจจึงเกี่ยวข้องกับการให้ความคุ้มครอง สร้างหลักประกันให้แก่ลูกจ้างทั้งในและนอกเวลาทำงานและดูแลผู้ประกันตนลูกจ้างให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ตามกฎหมายว่าด้วยการประกันสังคมและกฎหมายว่าด้วยเงินทดแทน

6. ศูนย์ข่าวสารตลาดแรงงานจังหวัดขอนแก่น เป็นราชการบริหารส่วนกลางที่ปฏิบัติงานในระดับภาค สังกัดกองวิจัยตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีภารกิจหลัก

(1) รวบรวมและวิเคราะห์ตลาดแรงงาน และแนวโน้มความต้องการแรงงาน

(2) จัดทำข่าวสารตลาดแรงงาน (วารสาร)

(3) ประสานการให้บริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานและตำแหน่งงานว่างทั้งภาครัฐและเอกชนแก่ประชาชนถึงระดับตำบลและหมู่บ้าน

(4) จัดทำทะเบียนกำลังแรงงาน (ผู้สำเร็จการศึกษา และทหารกองประจำการ)

(5) ตรวจสอบการเชื่อมโยงข้อมูลคอมพิวเตอร์ออนไลน์งานแนะแนวอาชีพ จะเห็นได้ว่า หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานจังหวัดขอนแก่น ทั้ง 6 หน่วยงาน มีภารกิจหน้าที่ที่เน้นการให้บริการประชาชนเป็นหลักสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้แรงงาน ผู้อยู่ในวัยแรงงาน และผู้ว่างงานเป็นสำคัญ ซึ่งมีการทำงานที่ต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกัน แต่จะมีประสิทธิภาพ/ ได้ผลดีต่อกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ก็ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยและข้อจำกัดหลาย ๆ ด้าน สำหรับการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่สำคัญซึ่งทุกหน่วยงานต้องดำเนินการ เพราะทุกภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการประชาชนต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นสื่อกลางที่ทำให้งานประสบความสำเร็จตามนโยบายของกระทรวงแรงงานทุกชั้นตอนก็ว่าได้

3.4 ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านแรงงานในภาพรวมของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ทั้ง 6 หน่วยงาน ตามภารกิจด้านแรงงานที่ได้รับมอบหมาย ตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน นโยบายของปลัดกระทรวงแรงงาน และนโยบายของผู้ว่าราชการจังหวัด จะเป็นการเสนอข้อมูลการดำเนินงาน นับตั้งแต่ ปี 2541 – 2546 ในขณะที่อยู่ภายใต้สังกัดกระทรวงแรงงาน

และสวัสดิการสังคม และหลังการปฏิรูประบบราชการเป็นกระทรวงแรงงานแล้ว จนถึงปัจจุบัน โดยค้นคว้า รวบรวมข้อมูลจากการที่ผู้ศึกษาปฏิบัติงานจริงและสัมภาษณ์บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้าน ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง จึงขอสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมตามประเด็นต่าง ๆ 2 ประเด็น ดังนี้

3.4.1 วัตถุประสงค์และเป้าหมาย ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภารกิจด้าน แรงงาน ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น กล่าวคือ

1) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการให้บริการต่าง ๆ ตามภารกิจของ หน่วยงานแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบ เข้าใจ และสามารถมารับบริการได้ด้วยความสะดวก และถูกต้องอย่างแท้จริง โดยกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้ใช้แรงงาน ผู้ที่อยู่ในวัยแรงงาน/กำลังศึกษา ผู้ว่างงาน และผู้ถูกเลิกจ้าง

2) เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงาน และ ประชาชน ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับ เชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน ต่าง ๆ ได้ โดยกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป

3) เพื่อป้องกันปัญหาด้านแรงงานต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายในพื้นที่ เช่น ปัญหาการหลอกลวงคนหางานไปทำงานต่างประเทศ เป็นต้น หากประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความ เข้าใจ และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อหน่วยงานก็จะสามารถเป็นสื่อกลางในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ อื่น หรือเป็นหูเป็นตาให้หน่วยงาน เพื่อสกัดกั้น/ป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเกิดขึ้นได้ โดยกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ใช้แรงงาน ผู้ที่อยู่ในวัยแรงงาน/กำลังศึกษา ผู้ว่างงาน ผู้ถูกเลิกจ้าง และประชาชนทั่วไป

3.4.2 ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านแรงงาน ในภาพรวมของ หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น สรุปดังนี้

1) การแต่งตั้งคณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน กล่าวคือ

1.1 สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น ในฐานะหน่วยงาน ประสานการปฏิบัติงานโครงการต่าง ๆ ตามนโยบายของรัฐบาล กระทรวงฯ และจังหวัด กับ หน่วยงานในสังกัด และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้เล็งเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เป็นภารกิจที่ สำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน สังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัด ทุกหน่วยงาน จึงได้ประชุมปรึกษาหารือ ทุกส่วนราชการในสังกัด ซึ่งได้เห็นพ้องและมีมติร่วมกันให้ แต่งตั้งคณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของจังหวัดขอนแก่น ขึ้น 1 คณะ สำนักงานแรงงาน จังหวัดขอนแก่นจึงได้ขออนุมัติแต่งตั้งคณะทำงานชุดนี้ขึ้นเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2545 และ ทบทวนคำสั่งแก้ไขเพิ่มเติมรายชื่ออีกครั้งเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2546

1.2 คณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน จังหวัดขอนแก่น จัดตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ เพื่อให้ส่วนราชการสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด มีการบูรณาการกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร/ ความรู้ ด้านแรงงานต่าง ๆ ให้ประชาชนรับทราบอย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันปัญหา ด้านแรงงานที่อาจเกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดได้อีกทางหนึ่งด้วย คณะทำงานฯ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

(1) ที่ปรึกษาคณะทำงาน ได้แก่ หัวหน้าส่วนราชการ สังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด ทั้ง 6 หน่วยงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัด และผู้แทนสื่อมวลชน ในพื้นที่อีก 7 ท่าน มีหน้าที่กำหนดนโยบาย แนวทางการปฏิบัติงาน และให้คำปรึกษาแนะนำแก่ คณะทำงาน ให้การสนับสนุน และช่วยแก้ไขปัญหาคืออุปสรรคต่าง ๆ

(2) คณะทำงาน ประกอบด้วย นักวิชาการแรงงาน 7 ว ของสำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น เป็นหัวหน้าคณะทำงาน และข้าราชการหน่วยงานสังกัด กระทรวงแรงงานในจังหวัด ทั้ง 6 หน่วยงาน ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน นั้น ๆ ร่วมเป็นคณะทำงาน โดยนักวิชาการแรงงาน 6 ว ของสำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่นเป็น คณะทำงานและเลขานุการ/ ผู้ช่วยเลขานุการ คณะทำงานฯ มีหน้าที่ที่สำคัญ คือ

- จัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน และ ดำเนินการตามแผนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัด
- เป็นผู้ประสานงานการข่าวกับสื่อมวลชนท้องถิ่นตาม ภารกิจของหน่วยงานและสอดคล้องตามนโยบายกระทรวงฯ
- สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร และสื่อประชาสัมพันธ์แก่ อำนวย การ ตำบลด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ประสานงานและสรุปรวบรวมผลการปฏิบัติงาน โดย รายงานต่อผู้ว่าราชการจังหวัดและปลัดกระทรวงฯ เป็นประจำทุกเดือน

1.3 สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น ได้จัดประชุมคณะทำงาน ประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน จังหวัดขอนแก่น เพื่อปรึกษาหารือ แนวทางการปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ให้ได้สัมฤทธิ์ผลมากที่สุด และแจ้งนโยบาย/ ข้อเสนอของกระทรวงในเรื่องการ ประชาสัมพันธ์ให้คณะทำงานฯ ทราบเพื่อเตรียมพร้อมในการปฏิบัติงานต่อไป โดยเริ่มประชุมเมื่อ เดือนมกราคม – มิถุนายน 2546 ทุกเดือน รวมจำนวน 6 ครั้ง

1.4 สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น ได้รายงานผลการประชุม คณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานจังหวัดขอนแก่น ให้จังหวัดขอนแก่นและกระทรวงแรงงาน ทราบเป็นประจำทุกครึ่ง รวมจำนวน 6 ครั้ง

2) การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ “สื่อบุคคล” หมายถึง สื่อที่ใช้คำพูดเป็น ตัวกลางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

2.1 การให้คำปรึกษาแนะนำ/ การให้การศึกษา คือ การให้ความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งทุกหน่วยงานได้ให้คำปรึกษาแนะนำ/ ให้ความรู้แก่ผู้มาติดต่อราชการทั้งทางตรงคือ การรับเรื่องราวร้องทุกข์ด้วยตนเอง และทางโทรศัพท์ ซึ่งจังหวัดขอนแก่น มีหมายเลขโทรศัพท์สาย ค่วน (Hotline) 1694 เพื่อรับเรื่องราวร้องทุกข์ปัญหาด้านแรงงาน ส่วนทางอ้อมก็คือ เมื่อออก หน่วยงานเคลื่อนที่หรือไปร่วมประชุม สัมมนากับหน่วยงานอื่น ๆ ก็สามารถประชาสัมพันธ์หน่วยงาน การกิจของกระทรวงได้ ซึ่งปฏิบัติกันมาโดยตลอดและสม่ำเสมอ

2.2 การเป็นวิทยากร ทุกหน่วยงานทั้งหัวหน้าส่วนราชการและ ข้าราชการ ได้ร่วมเป็นวิทยากรบรรยายภารกิจของหน่วยงาน ให้หน่วยงานภาครัฐ เอกชน นายจ้าง ลูกจ้างตามสถานประกอบการ ผู้นำท้องถิ่น และประชาชนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบการให้บริการ ต่าง ๆ เพื่อความเข้าใจ และมารับบริการได้อย่างถูกต้อง อาทิเช่น เป็นวิทยากรบรรยายเรื่องศูนย์ สงเคราะห์ราษฎรประจำหมู่บ้าน ให้แก่ คณะกรรมการศูนย์สงเคราะห์ฯ และสมาชิก อบต. เป็นต้น

2.3 การประชุม/อบรม/สัมมนา ทั้งร่วมประชุมกับหน่วยงานอื่น และจัดประชุม/อบรม/สัมมนา ของหน่วยงาน เพื่อเผยแพร่ภารกิจ และชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับ งานในหน้าที่ สิทธิประโยชน์และสวัสดิการต่าง ๆ ที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย พึงจะได้รับ ซึ่งเป็น โอกาสในการซักถามปัญหาข้อข้องใจที่ชัดเจนขึ้น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันและกันได้ อย่างแท้จริง อาทิเช่น การอบรมกฎหมายที่ควรรู้แก่ผู้ใช้แรงงาน อบรมคนหางานเพื่อเตรียมตัวไป ทำงานต่างประเทศ ประชุมชี้แจงเรื่องความรู้แนวทางปฏิบัติงานประกันสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น ในฐานะหน่วยงานสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นได้ ดำเนินการพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานในสังกัด เพื่อให้ข้าราชการทุกหน่วยงาน เป็นผู้รอบรู้ใน หลาย ๆ ด้าน/ภารกิจ สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของทุกหน่วยงานได้ ซึ่งจะนำไปสู่การ ปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพต่อไป โดยจัดอบรมพัฒนาบุคลากรทั้ง 6 หน่วยงาน เป็นประจำทุกปี ปีละ 1- 2 ครั้ง อาทิเช่น การสัมมนา A – I – C การอบรมเทคนิคการประชาสัมพันธ์ การอบรมพัฒนา บุคลากรเพื่อรองรับการปฏิรูประบบราชการ การสัมมนาคณะทำงานพัฒนาศูนย์สงเคราะห์ราษฎร ประจำหมู่บ้าน เพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ใหม่ เป็นต้น

3) การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ “สื่อมวลชน” เป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยงาน และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไปจำนวนมากได้ ซึ่งมีหลายประเภทที่ทุกหน่วยงานได้ดำเนินการ ได้แก่

3.1 สิ่งพิมพ์

(1) เอกสารประชาสัมพันธ์

☐ ข่าว - ข่าวแจ้งให้ทราบทั่วไป อาทิเช่น แจ้งการดำเนินงานจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

- ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น ข่าวจัดงานวันแรงงานแห่งชาติ ปี 2546 ของจังหวัดขอนแก่น เป็นต้น
- ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน อาทิเช่น ข่าวสถานการณ์สงครามตะวันออกกลางที่มีผลกระทบต่อคนไทย เป็นต้น

ส่วนใหญ่ ลักษณะข่าวได้ทำเป็นข่าวแจกจ่ายสู่หนังสือพิมพ์ หรือหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อขอความร่วมมือให้เผยแพร่แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปอีกทอดหนึ่ง

☐ วารสารประชาสัมพันธ์ - เป็นเอกสารที่ผลิตเผยแพร่ออกมาเป็นระยะ ๆ ติดต่อกัน สำหรับหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดขอนแก่น ได้จัดทำดังนี้

- วารสารแรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดขอนแก่น จัดทำเป็น 2 เดือน ต่อ 1 ครั้ง โดยสำนักงานแรงงานฯ เป็นหน่วยงานประสานและดำเนินการจัดทำ โดยรวบรวม และสรุปเนื้อหาสาระจากหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด ทั้ง 6 หน่วยงาน ทุก 2 เดือน เนื้อหาส่วนใหญ่เกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานที่สำคัญ ๆ ของทุกหน่วยงาน สาระความรู้ที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้แรงงานและผู้ค้าโอกาสทางสังคม ตลอดจน งาน/กิจกรรมที่จะดำเนินการต่อไปในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงฯ โดยได้ส่งเผยแพร่ไปที่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชนและอำเภอ/ กิ่งอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล ทั้ง 20 อำเภอ 5 กิ่งอำเภอ ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น โดยดำเนินการเมื่อปี 2545 ครั้งละ 350 ฉบับ รวม 4,200 ฉบับ

- วารสารข่าวสารตลาดแรงงาน หมายถึง เอกสารที่ผลิตและเผยแพร่ โดยศูนย์ข่าวสารตลาดแรงงานจังหวัดขอนแก่น เนื้อหาเป็นรายงานเกี่ยวกับสถานการณ์ตลาดแรงงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ข่าวการหลอกลวงคนหางานไปทำงานต่างประเทศ อาชีพอิสระ ตำแหน่งงานว่าง และบทความต่าง ๆ โดยจัดทำเป็นวารสารรายเดือน ๆ ละ 1

ครั้ง ส่งเผยแพร่ตามหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน อำเภอ/ กิ่งอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล ในพื้นที่ 20 อำเภอ 5 กิ่งอำเภอ ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวม 19 จังหวัด เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2541 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน (เดือนกันยายน 2546) รวม 63 ครั้ง ๆ ละประมาณ 2,400 ฉบับ รวม 151,200 ฉบับ

☐ หนังสือ/ รายงาน/ เอกสาร ที่จัดทำเป็นรูปเล่ม เป็นลักษณะผลงานที่ได้จากการรวบรวม วิเคราะห์ สรุปผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา และจัดทำเป็นรูปเล่ม เผยแพร่ตามหน่วยงาน อำเภอ/ กิ่งอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวข้อง โดยจัดทำเป็นระยะ ๆ หลังการปฏิบัติงานตามภารกิจนั้น ๆ สิ้นสุดลง หรือประกอบการดำเนินกิจกรรม/ โครงการ หรือดำเนินการในช่วงสิ้นปีงบประมาณ อาทิเช่น รายงานสถานการณ์การทดลองลงคนหางานจังหวัดขอนแก่น โดยศูนย์ป้องกันและปราบปรามการทดลองลงคนหางานจังหวัดขอนแก่น ข้อมูล/ ผลการดำเนินงานสำคัญ ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานจังหวัดขอนแก่น โดยสำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น, รายงานผลการพัฒนาฝีมือแรงงานปีงบประมาณ 2545 โดยสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ภาค 6 ขอนแก่น เอกสารประกอบการฝึกอบรมโครงการสร้างเครือข่ายแรงงานนอกระบบ สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

☐ แผ่นปลิว เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน/กิจกรรมต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เชิญชวนกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปร่วมกิจกรรม เพื่อมารับบริการให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ข้อความในแผ่นปลิวจะสั้น กระชับ น่าสนใจ บอกวันเวลา สถานที่ให้ชัดเจน และบอกกิจกรรมที่เด่น ๆ สำคัญ ๆ หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดได้จัดทำแผ่นปลิวเพื่อแจกจ่ายตามสถานประกอบการและอำเภอ/ กิ่งอำเภอท้องที่ต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนผู้ใช้แรงงานและประชาชนร่วมกิจกรรมมากที่สุด อาทิเช่น แผ่นปลิวงานวันแรงงานแห่งชาติ งานวันนัดพบแรงงานจังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

☐ แผ่นพับ เป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของหน่วยงาน เพื่อให้ประชาชนมาติดต่อรับบริการได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งเป็นการถ่ายทอดสาระความรู้/ เกร็ดความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ซึ่งเป็นเป้าหมายของกระทรวงฯ โดยสามารถใช้แผ่นพับได้ในทุกสถานการณ์ที่จัดงานประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น แผ่นพับบริการของหน่วยงานกระทรวงแรงงานจังหวัดขอนแก่น โดยสำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น, ภารกิจสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ภาค 6 ขอนแก่น, สาระนั้นรู้เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองแรงงาน เป็นต้น เหล่านี้หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานได้จัดทำขึ้นทุกหน่วยงานเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยตลอดอย่างสม่ำเสมอ

๓ ประกาศ ส่วนใหญ่จะดำเนินการตีพิมพ์ ประกาศ ณ ที่ทำการของหน่วยงานเอง หรือขอความร่วมมือหน่วยงานรัฐและเอกชนท้องถิ่น ตีพิมพ์ประกาศเพื่อ ประชาสัมพันธ์ เนื้อหาที่ประกาศเป็นเรื่องค่อนข้างเร่งด่วนและสำคัญ ซึ่งต้องการบอกกล่าวแพร่ กระจายข่าวสารให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง และสนใจทราบร่วมกิจกรรม/ มารับบริการโดยด่วนต่อไป อาทิเช่น การประกาศรับสมัครงาน รับสมัครเยาวชน และบุคคลทั่วไปเข้ารับการฝึกอบรม เป็นต้น

๔ เอกสารเผยแพร่ในการประชุมหัวหน้าส่วนราชการ ประจำจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีการประชุมเป็นประจำทุกเดือน ๆ ละ 1 ครั้ง ในส่วนของหน่วยงาน สังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด ได้จัดทำข่าวสั้นๆ เผยแพร่เป็นเอกสารแจกที่ประชุมเมื่อมีเหตุ การณ์เร่งด่วนหรือสำคัญที่กระทรวงฯ สั่งการ/เห็นควรเผยแพร่ให้ทุกส่วนราชการ/อำเภอท้องที่ รับทราบโดยแจกที่ประชุมครั้งหนึ่งประมาณ 350 ฉบับ อาทิเช่น ข่าวศูนย์ช่วยเหลือด้านแรงงาน และสวัสดิการสังคมจังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

(2) หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/ วารสาร ของสำนักงานพิมพ์ ท้องถิ่นและหน่วยงานต่าง ๆ เป็นการจัดทำข่าว/บทความเกี่ยวกับภารกิจผลการปฏิบัติงานของ หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัดที่สำคัญ และควรเผยแพร่ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนได้รับทราบและเข้าใจ เพื่อประโยชน์ของพวกเขาเหล่านั้น โดยดำเนินการเป็นประจำ ในลักษณะส่งข่าว/บทความตามหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารส่วนกลางและท้องถิ่น ซึ่งจังหวัด ขอนแก่นมีประมาณ 30 ฉบับ และส่งไปตามวารสารหน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัดขอนแก่นที่เกี่ยวข้อง ด้วย อาทิเช่น วารสารแคว...วงอุตสาหกรรม คอลัมภ์สามเทวดาสัมพันธ์ โดยสำนักงานสวัสดิการ และคุ้มครองแรงงานจังหวัดขอนแก่น มติชนรายสัปดาห์ ข่าวสด มหาวิทยาลัยขอนแก่น วารสาร สาธารณสุข

นอกจากนั้นวารสาร/ข่าวสารที่กระทรวงแรงงานและ กรมต่าง ๆ ในสังกัดกระทรวงแรงงาน ส่งมาเผยแพร่ในจังหวัดขอนแก่น สำนักงานแรงงานจังหวัด ขอนแก่น และหน่วยงาน ในสังกัด ได้นำเผยแพร่ตามหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานใน ระดับท้องถิ่น ภูมิภาค ทุกครั้ง อาทิเช่น ข่าวกระทรวงแรงงาน วารสารกระทรวงแรงงานฯ สารสัมพันธ์ประกันสังคม จัดหางานปริทัศน์ วารสารเผยแพร่คนรักงาน อนุสารแรงงาน เป็นต้น

3.2 วิทยุกระจายเสียง

(1) การจัดรายการทางสถานีวิทยุท้องถิ่น หน่วยงาน สังกัดกระทรวงฯ ในจังหวัด ได้ร่วมกันจัดรายการ “กระทรวงแรงงานฯ พบประชาชน” ทางสถานี วิทยุกองทัพภาคที่ 2 ระบบเอฟเอ็ม 88.25 MHz. ช่วงเวลา 16.30 - 17.00 น. ทุกวันพฤหัสบดีที่ 3 - 4

ของเดือน เมื่อปี 2541 – 2542 โดยขอความอนุเคราะห์จากทางสถานีวิทยุท้องถิ่น เพื่อให้ทุกหน่วยงานในสังกัดหมุนเวียนกันจัดรายการดังกล่าว เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของหน่วยงานให้ได้ประโยชน์ต่อผู้รับฟังรายการมากที่สุด

(2) “เครือข่ายวิทยุ” ของกระทรวงแรงงาน จังหวัด

ขอนแก่น หน่วยงานสังกัดกระทรวงฯ ในจังหวัด จัดรายการวิทยุของแต่ละหน่วยงาน ทางสถานีวิทยุท้องถิ่น เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของกระทรวงฯ หน่วยงานตน และหน่วยงานในสังกัดกระทรวงฯ ทุกหน่วยงาน พร้อมสารนำรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้แรงงานและประชาชนทั่วไป เป็นประจำทุกสัปดาห์ ได้แก่

☐ รายการจัดหางานพบประชาชน และจัดหางานแจ้งข่าว ทางสถานีวิทยุ วปอ.12 ขอนแก่น ระบบ AM. 603 KHz. ทุกวันจันทร์ และทางสถานีวิทยุ กองทัพอากาศที่ 2 ระบบ FM 88.25 MHz. ทุกวันพฤหัสบดีที่ 2 และ 3 ของเดือน ตามลำดับ โดยสำนักงานจัดหางานจังหวัดขอนแก่น เป็นหน่วยงานรับผิดชอบการดำเนินการ

☐ รายการสามเทวดาพบประชาชน ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ระบบ FM. 99.5 MHz. ทุกวันพุธ และวันพฤหัสบดี โดยสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดขอนแก่น เป็นหน่วยงานรับผิดชอบการดำเนินการ

☐ รายการเผยแพร่ข่าวประกันสังคม ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ระบบ FM. 99.5 MHz. ทุกวันพฤหัสบดีที่ 3 ของเดือน โดยสำนักงานประกันสังคมจังหวัดขอนแก่น เป็นหน่วยงานรับผิดชอบการดำเนินการ

☐ รายการเสียงชุมชนคนขอนแก่น ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ระบบ FM. 99.5 MHz. ทุกวันพฤหัสบดีที่ 2 ของเดือน โดยสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ภาค 6 ขอนแก่น เป็นหน่วยงานรับผิดชอบการดำเนินการ

(3) สถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น จังหวัดขอนแก่นมีสถานีวิทยุกระจายเสียง 15 สถานี นักจัดรายการวิทยุ (เฉพาะรายการข่าว) 16 คน และหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน 1,500 หอ ซึ่งหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด ได้จัดทำข่าว ส่งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นประจำสม่ำเสมอ โดยมีเป้าหมายผู้รับฟังรายการเป็นผู้ใช้แรงงาน ผู้อยู่ในวัยศึกษา/วัยทำงาน ผู้ว่างงาน ผู้ถูกเลิกจ้าง และประชาชนทั่วไปที่ห่างไกล ทั้งในเมืองและชนบท ได้รับประโยชน์สารนำรู้ให้ทั่วถึงและครอบคลุมที่สุด ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากทางสถานีวิทยุ นักจัดรายการวิทยุ และผู้นำท้องถิ่น ทุกแห่ง

(4) การรับฟังรายการวิทยุแรงงานของกระทรวงแรงงาน
ทุกหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดร่วมติดตามรับฟังรายการวิทยุแรงงานอย่างสม่ำเสมอ
โดยมอบหมายให้ข้าราชการเจ้าหน้าที่ทุกหน่วยงานรับฟังหมุนเวียนกันไป เป็นประจำทุกวัน เพื่อรับ
ทราบข่าวสารการดำเนินงาน และตอบปัญหาที่เกี่ยวข้องได้ทันที่ทาง สถานีวิทยุกระจายเสียง
แห่งประเทศไทย ระบบ AM. ความถี่ 64.8 KHz.

3.3 วิทยุโทรทัศน์

เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต ของ
ประชาชนในปัจจุบันนี้มาก ซึ่งค่อนข้างมีค่าใช้จ่ายสูงในการออกอากาศ หรือโฆษณาประชาสัมพันธ์
หน่วยงานในสังกัดฯ จึงขอความร่วมมือสื่อประเภทนี้ ในลักษณะเชิญจัดทำข่าวพิธีเปิดงาน/
กิจกรรม/โครงการ ของหน่วยงาน และถ่ายทอดสดเฉพาะงานสำคัญที่ผู้บริหารระดับสูงมอบ
นโยบายพบปะประชาชน อาทิเช่น จัดทำข่าวพิธีเปิดการอบรมอาสาสมัครแรงงานไทยด้านขนสพคดี
ของสำนักงานประกันสังคมจังหวัดขอนแก่น ถ่ายทอดสดการประชุมหารือภาคีร่วมในการบริหาร
แรงงานของจังหวัดขอนแก่น โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานเป็นประธานมอบนโยบาย ซึ่ง
สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น เป็นหน่วยงานรับผิดชอบจัดการประชุม เป็นต้น

4) การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ “สื่อสมัยใหม่” เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุค
สังคมข่าวสารหรือยุคสารสนเทศ กระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรง
งานในจังหวัด ได้จัดทำขึ้นเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต ใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านทางระบบข้อมูล
Website ของหน่วยงานนั้นได้ ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างปรับปรุงพัฒนาให้เป็นระบบมากขึ้น Website
ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงฯ ในจังหวัด มีทุกหน่วยงาน อาทิเช่น www.molsw.go.th
www.kkisd.com www.geocities.com/doi_kkn www.geocities.com/lm_kkn

5) การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ “การออกหน่วยเคลื่อนที่”

5.1 โครงการจังหวัดเคลื่อนที่ เป็นนโยบายของผู้ว่าราชการ
จังหวัดขอนแก่น ที่จัดทำโครงการนี้ขึ้น เพื่อนำบริการของหน่วยงานทุกหน่วยในจังหวัด ไปสู่
ประชาชน ถึงพื้นที่ห่างไกล/ทุรกันดาร ในอำเภอ/กิ่งอำเภอต่าง ๆ ทั้ง 20 อำเภอ 5 กิ่งอำเภอ
เดือนละ 1 – 2 ครั้ง/อำเภอ ซึ่งหน่วยงานสังกัดกระทรวงในจังหวัด ได้ร่วมออกหน่วยเคลื่อนที่
ในลักษณะ “หน่วยงานกระทรวงฯ เคลื่อนที่” ด้วยทุกครั้ง โดยให้บริการด้านช่างต่าง ๆ โดยไม่
คิดมูลค่า ให้คำปรึกษาปัญหาด้านแรงงานฯ เผยแพร่ข่าวสาร/แผ่นพับที่เป็นประโยชน์ต่อประชา
ชน และมอบสิ่งของอุปโภคบริโภคแก่ราษฎร/เด็กนักเรียนที่ยากไร้

5.2 โครงการเทศบาลนครขอนแก่นเคลื่อนที่ เป็นโครงการตามนโยบายของนายกเทศมนตรีนครขอนแก่น ที่มุ่งนำบริการในภารกิจเทศบาลรับผิดชอบ และภารกิจของหน่วยงานรัฐเอกชนที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ไปสู่ราษฎรในชุมชนต่าง ๆ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง/ชุมชน โดยได้ขอความร่วมมือให้หน่วยงานสังกัดกระทรวงฯ ในจังหวัด ร่วมออกหน่วยเคลื่อนที่ดังกล่าว ซึ่งสำนักงานแรงงานฯ ได้ประสานหน่วยงานในสังกัด ร่วมออกหน่วย และมอบเอกสารประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนในแต่ละชุมชน ทุกครั้งโดยสม่ำเสมอ

5.3 โครงการ อบต.เคลื่อนที่ องค์การบริหารส่วนตำบล บางตำบล ได้จัดโครงการ อบต.เคลื่อนที่ โดยขอความร่วมมือให้สำนักงานแรงงานฯ ประสานหน่วยงานในสังกัด ร่วมออกหน่วยเคลื่อนที่ให้บริการประชาชนในพื้นที่ อบต. รับผิดชอบ ซึ่งหน่วยงานในสังกัด ให้ความร่วมมือและร่วมออกหน่วยด้วย อาทิเช่น อบต. เมืองเก่า อ.เมือง จ.ขอนแก่น เป็นต้น

5.4 โครงการตามนโยบายของกระทรวงฯ

(1) การร่วมประชุมประจำเดือนของกำนันผู้ใหญ่บ้าน เป็นนโยบายที่กระทรวงฯ กำหนดให้ทุกหน่วยงานในสังกัดร่วมกันออกไปประชุมชี้แจงภารกิจของหน่วยงานและกระทรวงฯ หรือภารกิจที่สำคัญเร่งด่วนแก่ผู้นำท้องถิ่นให้ครอบคลุมทั่วถึงทุกพื้นที่ โดยเฉพาะในวันประชุมประจำเดือน กำนันผู้ใหญ่บ้านทุกอำเภอ/ กิ่งอำเภอ ซึ่งสำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่นได้ทำหน้าที่ประสานการดำเนินงานต่าง ๆ และเริ่มดำเนินการในนามคณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานจังหวัดขอนแก่น ทุกหน่วยงานในสังกัดร่วมกันออกหน่วยเคลื่อนที่ร่วมประชุมกับอำเภอ/ กิ่งอำเภอ เป็นประจำทุกเดือน ๆ ละ 2 - 4 อำเภอ/ กิ่งอำเภอ นับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - มิถุนายน จำนวน 8 ครั้ง 13 อำเภอ 3 กิ่งอำเภอ

(2) การช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย กระทรวงแรงงานมีนโยบายให้หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดบูรณาการภารกิจและบริการต่าง ๆ ไปให้การช่วยเหลือแก่ผู้ประสบอุทกภัย ซึ่งทุกหน่วยงานในสังกัดจึงได้ร่วมกันออกหน่วยเคลื่อนที่ เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย โดยให้บริการประชาชนและผู้ไ้แรงงานที่ประสบความเดือดร้อน เนื่องจากเหตุอุทกภัยตามบทบาทและภารกิจที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2545 - กุมภาพันธ์ 2546 ในพื้นที่ 9 อำเภอ จำนวน 15 ครั้ง

5.5 โครงการตามภารกิจปกติของหน่วยงาน เป็นภารกิจด้านประชาสัมพันธ์ที่ทุกหน่วยงาน ต้องดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการในแต่ละปีเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานและให้บริการต่าง ๆ แก่ผู้ใช้แรงงานและประชาชนกลุ่มเป้าหมายถึงพื้นที่ อาทิเช่น

โครงการจัดงานเคลื่อนที่ โครงการนัดพบแรงงานย่อย โครงการจัดหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ งานแก้ไขปัญหาอคติ โครงการประกันสังคมเคลื่อนที่ เป็นต้น

6) การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ “การจัดกิจกรรมพิเศษ”

6.1 โครงการเดินรณรงค์ “ร่วมใจ แรงงานไทย ไร้ยาเสพติด” เป็นโครงการตามนโยบายกระทรวงฯ ที่มุ่งสนองตอบนโยบายของรัฐบาล ด้านป้องกันและปราบปรามปัญหาเสพติด ลักษณะกิจกรรมเป็นการเดินรณรงค์เพื่อต่อต้านยาเสพติด โดยความร่วมมือร่วมใจของข้าราชการ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัดทุกคน และผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการทุกแห่งในจังหวัด และเป็นการประชาสัมพันธ์บทบาท การกิจของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานด้วย ซึ่งมีผู้ใช้แรงงานร่วมเดินรณรงค์ ประมาณ 1,300 คน เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2546

6.2 กิจกรรมเนื่องในวันแรงงานแห่งชาติ จังหวัดขอนแก่น เป็นกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นทุกปี ในวันที่ 1 พฤษภาคม “วันแรงงานแห่งชาติ” โดยมีกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับผู้ใช้แรงงานโดยเฉพาะ อาทิเช่น นิทรรศการของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ การบริการต่าง ๆ ตามภารกิจของหน่วยงาน เช่น นัดพบแรงงานบริการด้านช่าง ฯลฯ และกิจกรรมกีฬาสนันทนาการต่าง ๆ มากมาย ซึ่งถือว่าเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของหน่วยงานได้อีกทางหนึ่งด้วย

6.3 วันนัดพบแรงงานใหญ่และมหกรรมอาชีพ สำนักงานจัดหางานจังหวัดขอนแก่นเป็นหน่วยงานเจ้าภาพ และหน่วยงานสังกัดกระทรวง ในจังหวัด ร่วมออกฐานนิทรรศการให้บริการต่าง ๆ ตามภารกิจ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานของหน่วยงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่จัด 2 ปี ต่อ 1 ครั้ง ณ บริเวณสนามหน้าศาลากลางจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีผู้มาร่วมกิจกรรมและรับบริการอย่างคับคั่งทุกครั้ง

6.4 การประชุมหารือภาคีร่วมในการบริหารแรงงานของจังหวัดขอนแก่น เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานและนโยบายของปลัดกระทรวงแรงงาน โดยหน่วยงานในสังกัดทุกหน่วยงานร่วมมือกันจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของกระทรวง และขอความร่วมมือทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดร่วมดำเนินงานและประชาสัมพันธ์งานด้านแรงงานต่อไปด้วย กิจกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น เชิญทุกภาคส่วน ร่วมประชุมเพื่อรับทราบนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน มีการจัดนิทรรศการและให้คำปรึกษาปัญหาด้านแรงงานของหน่วยงานในสังกัด เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2546 ณ โรงแรมโซฟิเทลราชาออคิต ขอนแก่น มีผู้ร่วมกิจกรรมประมาณ 2,000 คน

6.5 การจัดงานวันสถาปนากระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เป็นลักษณะการจัดหน่วยบริการ “กระทรวงแรงงานฯ เคลื่อนที่” ของจังหวัดขอนแก่น ตามพื้นที่ต่าง ๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงฯ ประสบปัญหาความเดือดร้อนจำนวนมาก โดยหมุนเวียนกันไปทุกปี ปีละ 1 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์วันสถาปนากระทรวงแรงงานฯ (23 กันยายน) และมีกิจกรรมการให้บริการต่าง ๆ ตามภารกิจ นิทรรศการของหน่วยงาน การสนทนาการต่าง ๆ ซึ่งทุกหน่วยงานในสังกัดร่วมกันจัดกิจกรรมพิเศษขึ้นเพื่อพี่น้องประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไป

6.6 งานเทศกาลใหม่ฯ เป็นงานประเพณีประจำปีของจังหวัดขอนแก่น ซึ่งจัดขึ้นทุกปี ๆ ละ 1 ครั้ง ในช่วงระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน – 10 ธันวาคม ณ บริเวณศาลากลางจังหวัดขอนแก่น เพื่อออกร้านนิทรรศการต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐเอกชนในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของหน่วยงานได้ ดังนั้นหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานฯ ในจังหวัด จึงได้ร่วมออกร้านจัดนิทรรศการเผยแพร่ภารกิจของกระทรวงฯ เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ

6.7 โครงการ/กิจกรรมพิเศษตามนโยบายของรัฐบาล กระทรวงฯ และจังหวัด หน่วยงานสังกัดกระทรวงในจังหวัด ทุกหน่วยงาน ได้สอดแทรกการประชาสัมพันธ์ภารกิจให้บริการของกระทรวงแรงงาน และหน่วยงานในสังกัด เข้าไว้ในโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ตามนโยบายของรัฐบาลกระทรวงฯ และจังหวัด โดยตลอด ได้แก่ นโยบายป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด กองทุนหมู่บ้าน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการแก้ไขปัญหาค่าความยากจน

7) ความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนท้องถิ่น หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดขอนแก่น มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนทุกแขนง เนื่องจากถือว่าเป็นสื่อกลางสำคัญที่ต้องพึ่งพาอาศัยและขอความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจบริการไปสู่กลุ่มเป้าหมายของกระทรวงฯ และประชาชนทั่วไปได้ครอบคลุม กว้างขวาง และทั่วถึงให้มากที่สุด กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนท้องถิ่นมีมากมาย อาทิเช่น

7.1 การจัดงานแถลงข่าว หมายถึง หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัดจัดงานแถลงข่าว โดยเชิญสื่อมวลชนร่วมงาน เพื่อนำข่าวไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป เช่น แถลงข่าวการจัดงานวันแรงงานแห่งชาติจังหวัดขอนแก่น การจัดงานวันนัดพบแรงงานใหญ่และมหกรรมอาชีพ เป็นต้น

7.2 การแสดงข่าว “สื่อมวลชน พบผู้ว่าฯ ขอนแก่น” สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่น เป็นหน่วยงานเจ้าภาพดำเนินการ เดือนละ 1 ครั้ง โดยมีสื่อมวลชนในจังหวัด ร่วม 60 แห่ง รับฟังข้อราชการ/ผลงาน ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานฯ ร่วมงานแสดงข่าวด้วยทุกครั้ง

7.3 การร่วมงาน/ร่วมเป็นเกียรติพิธีเปิดงาน/เปิดกิจกรรม การจัดกิจกรรม/จัดอบรม ประชุมสัมมนา ต่าง ๆ ได้เชิญสื่อมวลชนท้องถิ่นทั้งหนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ ร่วมงาน/ร่วมเป็นเกียรติ จัดทำข่าวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม/พิธีเปิดงาน/กิจกรรม โดยสม่ำเสมอ

7.4 ผู้ประสานงานการข่าวของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานจังหวัดขอนแก่น สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น ได้แจ้งชื่อผู้ประสานงานการข่าวของหน่วยงานสังกัดกระทรวงฯ ในจังหวัด ในนามคณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ให้สื่อมวลชน ประมาณ 80 แห่ง เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่สื่อหากต้องการข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานของหน่วยงานใด จะได้ติดต่อกับผู้ประสานงานการข่าวของหน่วยงานนั้นได้ทันที

7.5 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทุกหน่วยงาน ได้ส่งข่าว/สปอต เพื่อขอความร่วมมือผู้สื่อข่าว ทุกประเภทกระจายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีทุกครั้ง

8) การรายงานผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น เป็นหน่วยงานประสาน สนับสนุน และติดตามการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานในสังกัด โดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ได้รวบรวมและสรุปรายงานส่งจังหวัดและกระทรวงฯ เป็นประจำสม่ำเสมอ โดยแยกการรายงานได้ 3 ประการ ดังนี้

8.1 การรายงานเป็นประจำทุกเดือน เป็นการรายงานผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ ภาพถ่ายที่แสดงผลการปฏิบัติงานนั้น ๆ รวมทั้งการติดตามรับฟังรายการวิทยุแรงงาน เป็นประจำทุกสิ้นเดือน ๆ ละ 1 ครั้ง โดยรวบรวมและสรุปรายงานจากข้อมูล/ผลงานของหน่วยงานในสังกัดทุกหน่วยงาน

8.2 การรายงานภายหลังสิ้นสุดกิจกรรม เมื่อจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลงานด้านประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยงาน เสร็จสิ้นแล้ว สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น ได้รวบรวมและสรุปเป็นรายงานส่งจังหวัดและกระทรวงฯ ทุกครั้ง โดยเฉพาะโครงการอบรม/สัมมนาต่าง ๆ แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงฯ อาทิเช่น โครงการช่วยเหลือ

ผู้ประสานอุทกภัย (หน่วยเคลื่อนที่) โครงการเดินรณรงค์ “รวมใจแรงงานไทย ไร้ยาเสพติด” การจัดงานวันแรงงานแห่งชาติจังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

8.3 การรายงานตามที่กระทรวงฯ สั่งการ ในบางครั้งกระทรวงฯ ได้สั่งการให้ดำเนินการภารกิจการงานประชาสัมพันธ์ที่เร่งด่วน และขอทราบผลการปฏิบัติงาน สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น ได้ประสานหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน ในจังหวัด เพื่อปฏิบัติตามข้อสั่งการ แล้วรวบรวมรายงานกระทรวงฯ โดยด่วนต่อไปทุกครั้ง อาทิเช่น การรายงานผลการอำนวยความสะดวก และประชาสัมพันธ์ผู้มาติดต่อราชการ การรายงานผลการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภารกิจตามนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน (ตั้งแต่เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2545) เป็นต้น

บทที่ 4

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาคำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ เป็นไปในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ภายนอก โดยมีกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ผู้ที่อยู่ในวัยแรงงาน ผู้ที่อยู่ในวัยศึกษา ผู้ว่างงาน ผู้ถูกเลิกจ้าง และประชาชนที่เป็นกำลังแรงงานของชาติ เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และประชาชนทั่วไปซึ่งจะเป็นผู้แพร่กระจายข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง

2. วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น เพื่อเผยแพร่นโยบาย การดำเนินงาน ผลงาน บริการและกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวสารความเคลื่อนไหวของหน่วยงานให้กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่มข้างต้นได้ทราบ รู้จัก เข้าใจ จนสามารถมารับบริการได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเพื่อเป็นการป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับหน่วยงานหรือบริการของหน่วยงาน ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานและการป้องกันย่อมเกิดผลดีกว่าที่ด้อมมาทำการแก้ไขภายหลัง

3. หน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ทุกหน่วยงาน เป็นผู้ส่งข่าวสารให้สื่อในลักษณะข่าวสารของหน่วยงานใดหน่วยงานนั้นส่งโดยไม่มีคนกลาง และสำนักงานแรงงานจังหวัดเป็นเพียงหน่วยงานที่รอรับการรายงานผลการดำเนินงานเมื่อเสร็จสิ้นการส่งข่าวเรียบร้อยแล้ว ทุกสิ้นเดือน อย่างไรก็ตาม จังหวัดขอนแก่นได้จัดตั้ง คณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของจังหวัด ซึ่งมีบทบาทในการดำเนินงานโดยปกติ คือ การประชุมปรึกษาหารือแนวทางปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เป็นประจำทุกเดือน และจัดทำแผนปฏิบัติงานฯ ซึ่งได้ดำเนินการแล้ว คือ แผนการเข้าร่วมประชุมประจำเดือนกำนันผู้ใหญ่บ้าน ตามพื้นที่อำเภอ/ กิ่งอำเภอต่าง ๆ

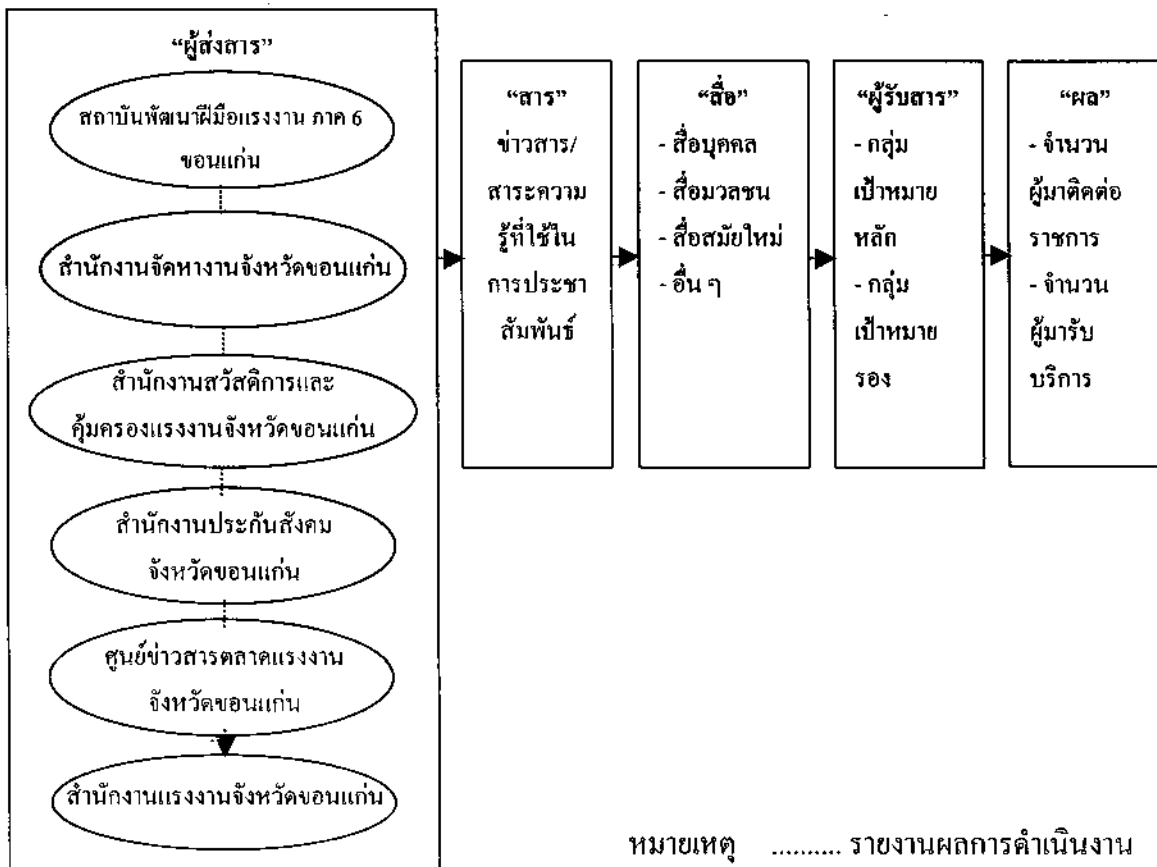
4. สื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ส่วนใหญ่เป็นสื่อบุคคลและสื่อมวลชน สื่อบุคคล เน้นการให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ติดต่อราชการ และร่วมประชุมหรือจัดประชุม/ อบรม/ สัมมนา บ้างตามที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ สำหรับสื่อมวลชน เน้นสิ่งพิมพ์ในรูปแบบข่าวแจก วารสาร ส่งไปยังหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และสื่อท้องถิ่นต่าง ๆ ส่วนวิทยุกระจายเสียงเป็นเครือข่ายวิทยุแรงงาน

ซึ่งหน่วยงานในสังกัด 4 หน่วยงาน จัดรายการทางสถานีวิทยุของหน่วยงานตนเอง แต่หน่วยงาน สังกัดกระทรวงฯ ทุกหน่วยงาน ได้ส่งข่าวฝากเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ

5. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น เป็นการดำเนินงานในระบบสื่อสารทางเดียว มุ่งนำข่าวสารบริการสู่ประชาชนให้ได้มากที่สุดผล สัมฤทธิ์พิจารณาจากจำนวนผู้มาติดต่อราชการหรือมารับบริการ จึงอาจกล่าวได้ว่า เป็นการทำงาน เจริญมากกว่าเชิงรุก อย่างไรก็ตาม การทำงานเชิงรุกในภารกิจการประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการเช่น กัน โดยออกมาในแนวทาง “การจัดกิจกรรมพิเศษ” ตามนโยบายของรัฐบาล กระทรวงฯ และ จังหวัด เป็นครั้งคราว

ดังนั้น เพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้นถึงกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านแรงงาน ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ตั้งแต่ปี 2541 – 2546 (ปัจจุบัน) จึงได้สรุปเป็นรูปแบบ “การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน ของหน่วยงานสังกัด กระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น” ตามแผนภูมิ ต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 8 แสดงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัด กระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น (ปัจจุบัน)



4.2 การวิเคราะห์ในภาพรวม

ผู้ศึกษา ได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานหน่วยงาน สังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดของ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น สรุปดังนี้

1. จุดแข็งและโอกาส

1) ด้านบทบาทและภารกิจของหน่วยงาน - กระทรวงแรงงาน มีบทบาทภารกิจที่ กว้างขวางครอบคลุมกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ โดยเฉพาะผู้ใช้แรงงาน และเป็นภารกิจที่ บรรเทาความเดือดร้อนและช่วยเหลือชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นภารกิจที่ทุกคน ไม่อาจปฏิเสธได้ บทบาทภารกิจของหน่วยงานสังกัดกระทรวง ในจังหวัดก็เช่นกัน เป็นที่ดึงดูดใจ ยอมรับแก่ผู้มารับบริการ โดยได้รับประโยชน์จากการมารับบริการทั้งสิ้น

2) ด้านบุคลากรของหน่วยงาน

2.1 ข้าราชการเจ้าหน้าที่ เป็นผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานแต่ละหน่วยงานมาเป็น เวลาหลายปีแล้ว จึงมีความเชี่ยวชาญ และมีความสามารถในงานตามภารกิจของตน พร้อมทั้งมี กำลังกายกำลังใจที่จะปฏิบัติงานได้เต็มที่

2.2 จำนวนบุคลากรของทุกหน่วยงาน มีอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ครบตามกรอบ และมีลูกจ้างชั่วคราวที่สามารถช่วยปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ได้มากพอ

2.3 ผู้บริหารหน่วยงานเห็นความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็น นโยบายของกระทรวงฯ และจังหวัด ผู้บริหารทุกหน่วยงาน ได้ให้ความร่วมมือมอบหมายให้ บุคลากรของหน่วยงานร่วมปฏิบัติงานทุกครั้ง

3) ด้านสื่อท้องถิ่น

3.1 มีสื่อในท้องถิ่นจำนวนมาก ที่เป็นปัจจัยต่อการเอื้ออำนวยด้านการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ทั้งหนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ อาสาสมัครด้านแรงงาน ต่าง ๆ

3.2 การประสานงานกับสื่อท้องถิ่น เป็นไปด้วยดี และสื่อทุกประเภทให้ความ ร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสารอย่างดียิ่ง

4) ด้านข้อมูลข่าวสาร - เนื้อหาสาระ/ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ มีขอบเขตกว้างขวางและน่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไป เนื่องจากเกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตของคนทั้งสิ้น

5) ด้านผู้รับข่าวสาร (กลุ่มเป้าหมาย) - กลุ่มเป้าหมายของการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น อันได้แก่นายจ้างลูกจ้างในสถานประกอบการ ผู้ว่างงานในพื้นที่ต่าง ๆ ผู้อยู่ในวัยศึกษาไม่ได้เรียนต่อ แต่ต้องการฝึกอาชีพ และประชาชนผู้ใช้แรงงานทั่วไป เหล่านี้ มีจำนวนมาก ซึ่งเป็นโอกาสที่หน่วยงานสามารถคัดเลือก และเจาะลึกไปที่กลุ่มเป้าหมายนั้นโดยเฉพาะ และมีจุดยืนที่มั่นคงในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างแน่นอน

6) ด้านงบประมาณ - หน่วยงานในสังกัดฯ ได้รับการจัดสรรงบประมาณ เพื่อประชาสัมพันธ์งาน/โครงการเฉพาะเรื่องตามแผนปฏิบัติการฯ เป็นประจำทุกปี ซึ่งทำให้สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์งาน/โครงการนั้น ๆ ได้ ตามปกติโดยไม่ต้องขอรับการสนับสนุนงบประมาณเพิ่มเติม

7) ด้านการติดตามประเมินผล - จำนวนผู้มาติดต่อ/ผู้มารับบริการในแต่ละหน่วยงาน มีจำนวนมาก ซึ่งเป็นการติดตามประเมินผลทางอ้อมที่แสดงให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง

8) ด้านการบริหารงาน

8.1 มีคณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการดำเนินงานต่าง ๆ และประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

8.2 มีการบูรณาการการปฏิบัติงานซึ่งทุกหน่วยงานในสังกัดให้ความร่วมมือกันดำเนินงาน โดยเฉพาะกิจกรรมพิเศษตามนโยบายผู้บริหารระดับสูง

9) ด้านนโยบาย - รัฐบาล กระทรวงฯ และจังหวัด ต่างมอบนโยบายให้หน่วยงานในสังกัดฯ เน้นภารกิจประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางและครอบคลุมทุกพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ ในกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงฯ โดยเฉพาะนโยบายการปฏิรูประบบราชการเน้นการบริการที่รัฐให้แก่ประชาชนที่มีประสิทธิภาพ ยึดประชาชนเป็นหลัก การประชาสัมพันธ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สนองตอบนโยบายดังกล่าว โดยสามารถนำบริการของรัฐไปสู่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

10) **ด้านเศรษฐกิจ** - ด้วยวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อทางสังคมมีผู้ว่างงานจำนวนมาก ปัญหาด้านแรงงานต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เหล่านี้ การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร/ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการด้านแรงงาน เพื่อลด/แก้ไขบรรเทาปัญหาให้เบาบางลง และยังสามารถสกัดกั้นปัญหาให้เพิ่มทวีรุนแรงขึ้นได้อีกด้วย

11) **ด้านสังคมวัฒนธรรม**

11.1 สังคมไทยมีลักษณะเปิดกว้าง ยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างได้ง่าย แต่ก็ยังคงรักษาวัฒนธรรมและคุณค่าความเป็นไทยไว้ โดยเฉพาะวัฒนธรรมที่เอื้ออาทร พึ่งพาช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญให้การประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานประสบผลสำเร็จ

11.2 การกระตุ้นให้เกิดประชาสังคม ทำให้ประชาชนเกิดการตื่นตัว สนใจมีส่วนร่วมในการพัฒนาต่าง ๆ และสนใจข่าวสารบ้านเมืองมากขึ้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นสื่อกลางนำข่าวสารไปสู่พี่น้องประชาชนที่ห่างไกลได้

12) **ด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยี**

12.1 ยุคโลกาภิวัตน์เปิดโอกาสให้การศึกษาและการเรียนรู้ พัฒนาไปกว้างขวางขึ้น ทั้งอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ การประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตจึงเป็นส่วนสำคัญหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ทุกหน่วยงาน มี Website ของหน่วยงานเอง ซึ่งสามารถประชาสัมพันธ์ข่าวสาร/ข้อมูลความรู้ด้วยสื่อประเภทนี้ได้

12.2 การคมนาคมติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร/ข้อมูลความรู้ต่าง ๆ แพร่กระจายไปได้ทุกพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ชนบทห่างไกล ปัจจุบันสามารถรับข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อทุกประเภทได้รวดเร็วและชัดเจนขึ้น

2. จุดอ่อนและข้อจำกัด

1) **ด้านบทบาทภารกิจของหน่วยงาน** - ถึงแม้ว่าบทบาทภารกิจของกระทรวงแรงงานจะกว้างขวางและครอบคลุมประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ แต่ภารกิจการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน เป็นเพียงภารกิจแฝงที่ยังไม่เป็นรูปธรรม/ไม่มีบทบาทที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนนัก

2) **ด้านบุคลากรของหน่วยงาน**

2.1 บุคลากรยังขาดการรอบรู้ในภารกิจของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานของหน่วยงานอื่น การประชาสัมพันธ์จึงไม่ได้ประสิทธิภาพเท่าที่ควร

2.2 ผู้บริหารให้ความสำคัญกับนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ แต่ไม่มีการมอบหมายให้ข้าราชการเจ้าหน้าที่คนใดคนหนึ่งปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ ทำให้การปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง

2.3 ขาดการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่มีการจัดอบรมหลักสูตรการประชาสัมพันธ์มาเป็นระยะเวลานานแล้ว ซึ่งมีผลให้การพัฒนา/ปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานฯ ค่อนข้างล่าช้า

3) ด้านสื่อท้องถิ่น - ขาดการประสานงานที่ต่อเนื่องกับสื่อท้องถิ่นต่าง ๆ โดยเฉพาะอาสาสมัครด้านแรงงาน ซึ่งเป็นสื่อกลางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านแรงงานไปสู่ประชาชนในพื้นที่ได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง

4) ด้านข้อมูลข่าวสาร

4.1 เนื้อหาสาระ/ ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ค่อนข้างล่าช้า ไม่มีเหตุการณ์ ล้ำสมัย และบางครั้งเนื้อหาสั้น/ น้อยเกินไป รายละเอียดไม่ชัดเจน

4.2 ความถี่ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารน้อยเกินไป และขาดความต่อเนื่อง ทำให้ขาดความประทับใจ/ การยอมรับจากผู้รับข่าวสาร

4.3 รูปแบบข้อมูลข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ไม่น่าสนใจ/ ไม่ดึงดูดใจเพียงพอ ซึ่งมีผลให้ถูกละเลยจากกลุ่มเป้าหมาย แสดงให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ล้มเหลว

5) ด้านผู้รับข่าวสาร (กลุ่มเป้าหมาย)

5.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ใช้แรงงานทั้งหมดในจังหวัดขอนแก่น มีจำนวนกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมดในจังหวัด ซึ่งมีจำนวนมาก และเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ ประชากรอยู่กระจายตามพื้นที่ การเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์จึงเป็นไปได้ด้วยความยากที่จะครอบคลุม/ ให้ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด

5.2 ช่วงเวลาที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการเผยแพร่ทางสถานีวิทยุ

6) ด้านงบประมาณ - งบประมาณเฉพาะภารกิจงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานในภาพรวมโดยเฉพาะ ไม่ได้ได้รับการจัดสรร ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกได้เท่าที่ควร เนื่องจากไม่มีงบประมาณดำเนินการ ถึงแม้ว่าจะได้รับจัดสรรงบประมาณตามแผนฯ ปกติ ซึ่งก็ไม่เพียงพอแต่อย่างใด

7) ด้านการติดตามประเมินผล - ขาดการติดตามประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ จึงทำให้ไม่สามารถรับรู้ปฏิกิริยาตอบกลับของกลุ่มเป้าหมายว่า การประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ผลในทางบวกหรือทางลบ

8) ด้านการบริหารงาน

8.1 ถึงแม้จะมีศูนย์กลางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านแรงงานของจังหวัด ในรูปคณะทำงานฯ แต่ยังไม่ครอบคลุมถึงหน่วยงานภาครัฐ เอกชนที่ปฏิบัติการกิจด้านแรงงานต่าง ๆ ทำให้การประสานความร่วมมือยังอยู่ในภาวะจำกัดและไม่สมบูรณ์

8.2 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานในสังกัดฯ ขาดการวางแผนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นระบบไม่ครบวงจร

8.3 ขาดการบริหารงานในเชิงบูรณาการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะการประชาสัมพันธ์เฉพาะหน่วยงาน แต่จะบูรณาการด้านประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจกรรมพิเศษตามนโยบายผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น

9) ด้านเศรษฐกิจ - วิฤตติเศรษฐกิจก่อให้เกิดปัญหาด้านแรงงานมากมาย การประชาสัมพันธ์ เช่น เครื่องมือช่วยให้ปัญหานั้นเบาบางลง/ ป้องกันปัญหาทวีเพิ่มขึ้น แต่ขณะเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ต้องทั่วถึงและแก้ไขปัญหาก็สอดคล้องตามกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งค่อนข้างเป็นไปได้ยาก/ในระดับหนึ่ง ที่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจให้หมดสิ้นลงไปได้ง่ายดายนัก

10) ด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

10.1 การประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตของหน่วยงาน สังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ถึงแม้จะมี Website ของหน่วยงานแล้ว แต่ระบบข้อมูลยังไม่ดีมีประสิทธิภาพ ต้องพัฒนา/ปรับปรุง ให้เป็นระบบและปฏิบัติงานได้อย่างแท้จริงต่อไป

10.2 ค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อมวลชนบางประเภทและสื่อสมัยใหม่ ค่อนข้างสูงแต่งบประมาณของหน่วยงานมีจำกัดไม่เพียงพอ จึงไม่สามารถประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อประเภทนี้ได้เท่าที่ควร ซึ่งหากมีงบประมาณสำหรับสื่อประเภทนี้เพียงพอแล้ว ก็จะทำให้การประชาสัมพันธ์มีคุณภาพได้ผลเกินคุ้ม และประชาชนยอมรับ/สนใจมากที่สุด

4.3 ข้อเสนอแนะและแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน

ผลของการศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ปี 2541 – 2546 และจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้และเห็นถึงประโยชน์ที่ผ่านมา มีทั้งโอกาสที่เอื้ออำนวย และข้อจำกัดหลาย ๆ ประการ ทำให้ประสบผลสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง หรือประสบความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะ และนำเสนอแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานที่อาจจะมีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานอื่น ๆ ต่อไป โดยสรุปดังนี้

(1) ข้อเสนอแนะในภาพรวม

1. ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาบุคลากร

1.1 ควรจัดอบรม/สัมมนาพัฒนาบุคลากรในทุกระดับ ให้มีความรอบรู้ในภารกิจของกระทรวงฯ ทุกหน่วยงาน เนื่องจากบุคลากรเป็นเครื่องมือ/สื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร/บริการของหน่วยงาน

1.2 ควรพัฒนา/ส่งเสริมบุคลากรของทุกหน่วยงาน เข้ารับการอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และมนุษยสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในงานประชาสัมพันธ์และใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานต่อไป

1.3 ผู้บริหารควรสนับสนุน/ส่งเสริม บุคลากรของหน่วยงาน ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานละ 1 – 2 คน โดยเฉพาะ เพื่อการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่อง สม่ำเสมอ

1.4 ผู้บริหารและบุคลากรของหน่วยงาน ควรปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์/สภาวะสังคมเศรษฐกิจ และสอดคล้องตามนโยบายการปฏิรูประบอบราชการ

2. ข้อเสนอแนะด้านการบริหารงาน

2.1 ควรวางแผนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทุกขั้นตอนอย่างมีระบบและชัดเจน สามารถปฏิบัติงานได้ทันที

2.2 ปรับปรุงโครงสร้างคณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของจังหวัดให้ครอบคลุมทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการประสานงานทางด้านข้อมูลข่าวสาร ที่เอื้ออำนวยต่อการประชาสัมพันธ์ที่ครบถ้วน ครบวงจรและรวดเร็ว

2.3 กำหนดบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานของคณะทำงานฯ ให้ชัดเจน/แบ่งฝ่ายรับผิดชอบตามความเหมาะสม

2.4 ควรนำกระบวนการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ มาประกอบเป็นแนวทางการในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ การวางแผนปฏิบัติการ การดำเนินงานตามแผน การรายงานผล และการประเมินผลสำเร็จของงาน

2.5 ควรประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกมากกว่าเชิงรับ และควรดำเนินงานในระบบสื่อสารสองทางมากกว่าระบบสื่อสารทางเดียว เพื่อประโยชน์ในการติดตามผลปฏิกิริยาตอบกลับของประชาชนกลุ่มเป้าหมายด้วย

2.6 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและสนับสนุนการบูรณาการการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานในสังกัด ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2.7 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน โดยเฉพาะขั้นตอนการติดตามประเมินผล เพื่อสามารถนำข้อมูลมาพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงาน ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

2.8 ควรสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานให้กว้างขวางครอบคลุมในทุกพื้นที่ และสื่อทุกประเภท เพื่อประโยชน์ของการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง และเข้าถึงประชาชนให้มากที่สุด

3. ข้อเสนอด้านการบริหารงบประมาณ

3.1 ควรบูรณาการงบประมาณของทุกหน่วยงานในสังกัด ซึ่งมีงาน/โครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ตามแผนปฏิบัติการฯ ประจำปี เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการปฏิบัติงาน และประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

3.2 ส่วนกลางควรจัดสรรงบประมาณให้สำนักงานแรงงานจังหวัด ในเรื่อง “การประชาสัมพันธ์” เพื่อนำมาบริหารงานและพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่สัมฤทธิ์ผลตามนโยบายรัฐบาล กระทรวง และจังหวัด อย่างต่อเนื่อง

4. ข้อเสนอด้านข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์

4.1 ควรมีการรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ให้เป็นระบบ ที่สะดวก รวดเร็ว ต่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

4.2 ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด ในภาพรวม ที่มีคุณค่าและเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อประชาชนมากที่สุด เพื่อนำมาพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

4.3 ควรปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจดึงดูดใจ และให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ เป็นหลักสำคัญ

4.4 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ควรคำนึงถึงคุณภาพ และนำมาใช้เพื่อประโยชน์ต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

(2) แนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน

ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น โดยสรุปมี 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมความพร้อม ในประเด็น

1.1 บุคลากร

1.1.1 ต้องมีความพร้อมในเรื่องความรู้ภารกิจของทุกหน่วยงานในสังกัดฯ, ข้อมูลข่าวสารที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์, ทักษะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์, หลักมนุษยสัมพันธ์ และเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสำหรับการประชาสัมพันธ์

1.1.2 ทุกหน่วยงานควรคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสม และมีเวลาการทำงานที่เพียงพอในการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของหน่วยงานสังกัดกระทรวงฯ ในจังหวัด เป็นประจำและต่อเนื่อง หน่วยงานละ 1 – 2 คน เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน

1.1.3 ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญ และสนับสนุน/ ส่งเสริมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงบูรณาการของหน่วยงานสังกัดกระทรวงฯ ในจังหวัด ทั้งด้านปฏิบัติงานและด้านงบประมาณ

1.1.4 ผู้บริหารและบุคลากรต้องปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ เน้นการทำงานเชิงรุก เป็นระบบและแบบเบ็ดเสร็จ

1.2 ข้อมูลข่าวสาร

1.2.1 รวบรวมข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานสังกัดกระทรวงฯ ในจังหวัด ที่เป็นประโยชน์และมีค่าสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ให้เป็นระบบและสะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงาน และหากเป็นไปได้ ควรเก็บรวบรวมไว้ที่ศูนย์กลางหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งเป็น

หน่วยงานรับผิดชอบในการพัฒนา/ปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์โดยสม่ำเสมอ

1.2.2 เตรียมแบบสำรวจ/วิจัยเพื่อสอบถามประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ถึงความต้องการข้อมูลข่าวสาร/ บริการจากหน่วยงานในสังกัดฯ และเป็นการติดตามผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่าสัมฤทธิ์ผลมากน้อยเพียงใด มีปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะอะไรบ้าง

1.3 งบประมาณ

1.3.1 ทุกหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานในจังหวัด ต้องให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยบูรณาการงบประมาณร่วมกันปฏิบัติงานในลักษณะเชิงรุก เพื่อความเป็นเอกภาพและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในภาพรวมของกระทรวงฯ

1.3.2 กระทรวงฯ ควรสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ให้สำนักงานแรงงานจังหวัดเป็นแกนกลางในการปฏิบัติงาน หรือมีฉะนั้น สำนักงานแรงงานจังหวัด ควรเตรียมจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานจากกระทรวงฯ ไว้ล่วงหน้า เพื่อจะได้นำมาปฏิบัติงานและพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

1.4 โครงสร้างและบทบาท (คณะทำงานฯ)

1.4.1 ปรับโครงสร้างคณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของจังหวัด ให้เหมาะสมและครอบคลุม หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้แทนอาสาสมัครด้านแรงงานต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการทำงานที่รวดเร็วและครบวงจรยิ่งขึ้น

1.4.2 แยกแยะคณะทำงานฯ เป็นฝ่ายต่าง ๆ เพื่อแบ่งหน้าที่ร่วมกัน รับผิดชอบ เช่น ฝ่ายรวบรวมข้อมูลข่าวสารและบันทึกสถานการณ์สำคัญต่าง ๆ, ฝ่ายผลิตข้อมูลข่าวสาร, ฝ่ายติดตามประเมินผล, ฝ่ายสนับสนุน ฯลฯ โดยสำนักงานแรงงานจังหวัด เป็นศูนย์กลางการบริหารงานและประสานงานทุกฝ่าย

1.4.3 กำหนดบทบาท หน้าที่แต่ละฝ่ายของคณะทำงานฯ ให้ชัดเจน โดยนัดประชุมปรึกษาหารือกันเป็นประจำสม่ำเสมอ พร้อมรายงานผลการดำเนินงานให้หัวหน้าคณะทำงานฯ ทราบเป็นระยะ ๆ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผน

2.1 การประชุม (คณะทำงานฯ)

2.1.1 ต้องประชุมปรึกษาหารือทุกหน่วยงานในสังกัด/ในรูปคณะทำงานฯ ทุกเดือน ๆ ละ 1 – 2 ครั้ง เพื่อวางแผนและกำหนดแนวทางประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เป็นรูปธรรม

2.1.2 วิเคราะห์เนื้อหา รูปแบบ กลวิธีที่สอดคล้องตามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดแผนปฏิบัติงาน และโครงการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม

2.1.3 ร่วมกันวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยวิเคราะห์ภารกิจ จุดมุ่งหมาย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด และกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนดำเนินการประชาสัมพันธ์ต่อไป

2.2 การจัดทำโครงการและแผนปฏิบัติการ

2.2.1 จัดทำโครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากกระทรวงฯ หรือบูรณาการงบประมาณจากหน่วยงานสังกัดกระทรวงฯ ในจังหวัด

2.2.2 จัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน จังหวัดขอนแก่น เป็นรายเดือน/ รายปี ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายและทุกอำเภอ/ กิ่งอำเภอ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงฯ เป็นจำนวนมาก

2.2.3 กำหนดกิจกรรม เป้าหมายระยะเวลา สถานที่ ผู้รับผิดชอบ ผลที่คาดว่าจะได้รับและรายละเอียดอื่น ๆ ในโครงการและแผนปฏิบัติงานให้เหมาะสมและชัดเจนมากที่สุด เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงานต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

3.1 วิธีปฏิบัติงาน

3.1.1 เน้นการทำงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยบูรณาการกิจกรรม และ/หรืองบประมาณของหน่วยงานในสังกัดฯ ทุกหน่วยงาน ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในพื้นที่/ สื่อพร้อมกัน เพื่อประหยัดงบประมาณ บุคลากรและเวลาซึ่งสอดคล้องตามนโยบายของกระทรวงฯ

3.1.2 ร่วมประชุมชี้แจง/ทำประชาคมในหมู่บ้าน/ตำบล ที่มีประชาชน

กลุ่มเป้าหมายของกระทรวงฯ จำนวนมากและหมุนเวียนให้ครอบคลุมทุกอำเภอ/ ตำบล เพื่อเป็นการนำบริการของหน่วยงานสู่พื้นที่ และเป็นการติดตามสถานการณ์/ ปฏิบัติการตอบกลับของประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้

3.1.3 ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และอาสาสมัครด้านแรงงานต่าง ๆ เพื่อกระจายและขยายขอบเขตการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุม รวดเร็ว และประหยัดงบประมาณค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้อีกทางหนึ่ง

3.2 สื่อประชาสัมพันธ์

3.2.1 ควรดำเนินงานในระบบสื่อสารสองทาง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดี และประโยชน์ในการติดตามผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อันนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบระบบที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.2.2 ควรเลือกใช้สื่อทุกประเภทให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่มเป้าหมายของกระทรวงฯ และหน่วยงานในสังกัดฯ

3.2.3 ควรเพิ่มความถี่ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อสมัยใหม่

3.2.4 ควรมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะสื่อบุคคล และสื่อมวลชน เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพมากขึ้น

3.2.5 สื่อบางประเภทเป็นที่นิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก เช่น โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ ควรใช้สื่อประเภทนี้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น แต่เนื่องจากค่าใช้จ่ายสูง อาจขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากกระทรวงฯ เพื่อปรับรูปแบบสื่อมาใช้สื่อประเภทนี้บ้าง

3.3 ความคิดสร้างสรรค์แนวทางการประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ

3.3.1 การประชาสัมพันธ์แบบ One Stop Service หมายถึง ทุกหน่วยงานให้บริการประชาชนแล้วเสร็จในคราวเดียวกัน โดยไม่ต้องให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมารับบริการอีกในภายหลัง ลักษณะเช่นนี้สามารถนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ โดยจัดตั้ง “หน่วยประชาสัมพันธ์เพื่อประชาชน” ซึ่งประกอบด้วยข้าราชการและเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัดฯ ทุกหน่วยงาน ร่วมปฏิบัติงานที่หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หรือหมุนเวียนไปวันละหน่วยงาน โดยมีหน้าที่ให้คำแนะนำปรึกษาตอบข้อซักถาม

ปัญหาด้านแรงงานแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่มาติดต่อราชการ โดยตรง/ทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานในสังกัด ฯ และไม่ซ้ำซากจำเจกับการปฏิบัติงานแบบเดิม ๆ

3.3.2 การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน หมายถึง การชักจูง/โน้มน้าวหน่วยงาน/ผู้ที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของภาครัฐ เอกชน รวมทั้งอาสาสมัครด้านแรงงาน อบค. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ตลอดจนผู้นำท้องถิ่นต่าง ๆ มาปฏิบัติงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานให้แพร่กระจายไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไปให้มากที่สุด และหากเป็นไปได้ก็แต่งตั้งบุคคลเหล่านั้นอย่างเป็นทางการ ในรูป “เครือข่ายการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน” ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มทวีขึ้น ซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางและครอบคลุม กลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นด้วย

ขั้นตอนที่ 4 การติดตามประเมินผล

4.1 ต้องมีการติดตามประเมินผลในภาพรวมทุกกิจกรรม/โครงการ เพื่อจะได้รับทราบปฏิกิริยาตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย และผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในทางบวกหรือทางลบ

4.2 ต้องบรรจุขั้นตอนการติดตาม และประเมินผลไว้ในทุกโครงการ/แผนปฏิบัติการ ฯ เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากและเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้วย

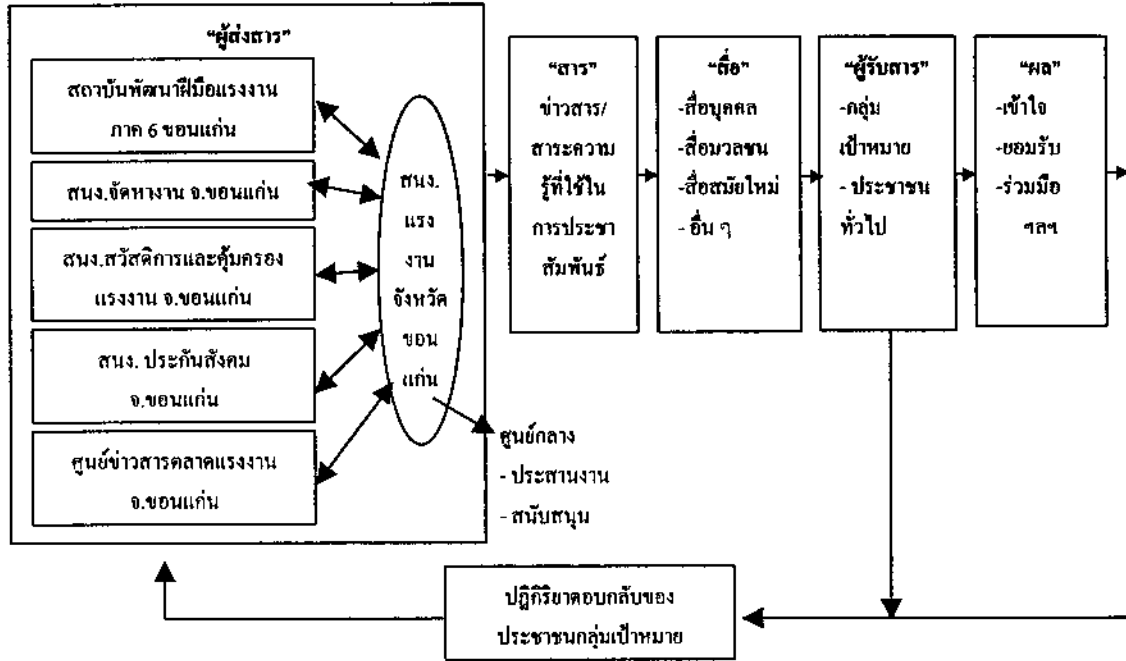
4.3 ควรจัดตั้งฝ่าย/ทีมติดตามประเมินผล ไว้ในคณะทำงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน ฯ จำนวน 1 ชุด/ฝ่าย เพื่อทำการศึกษาวิจัย สอบถามกลุ่มเป้าหมาย หลังเสร็จสิ้นกิจกรรม/โครงการทุกครั้ง

4.4 ควรดำเนินการติดตาม ประเมินผลในรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น งานวิจัย ตอบแบบสอบถาม/ความคิดเห็น โดยพิจารณาตามความเหมาะสม

4.5 ควรจัดประชุม/สัมมนาคณะทำงาน ฯ หลังสิ้นสุดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานภายในหน่วยงาน รับทราบปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ซึ่งสามารถนำมาประกอบเป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานในคราวต่อไปให้ดียิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ตามแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงาน ดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงนำความคิดประมวลออกมาเป็นแผนภูมิดังต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 9 แสดงแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงาน
สังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น



สรุปในภาพรวม ถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นนโยบายและภารกิจที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงาน พร้อมทั้งยังมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การรับรู้ การยอมรับและความร่วมมือร่วมใจของผู้รับข่าวสารอีกด้วย ดังนั้น สิ่งแรกที่ต้องคิดและกำหนดให้ได้ในการประชาสัมพันธ์ก็คือ

- กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นใคร
- พวกเขามีความต้องการทราบข้อมูลข่าวสารในเรื่องใด
- พวกเขาต้องได้รับข้อมูลข่าวสารดังกล่าวอย่างรวดเร็วมากน้อยเพียงใด

แนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานดังกล่าวข้างต้น เป็นแนวความคิดของผู้ศึกษาที่มีใช้หลักการหรือทฤษฎีตายตัว แต่นำเสนอเพื่อเป็นข้อมูล/แนวทางประกอบการวางแผน พัฒนาและปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน จังหวัดขอนแก่น ซึ่งจังหวัดอื่น ๆ ในส่วนภูมิภาค อาจใช้ประโยชน์จากข้อมูลส่วนนี้ เป็นฐานในการแก้ไขปัญหา หรือพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ด้านแรงงานของจังหวัด ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด โดยคำนึงถึงความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะผู้ใช้แรงงานและผู้ประสบปัญหาความเดือดร้อนด้านแรงงานทุกประเภทเป็นหลัก การประชาสัมพันธ์จึงเป็นภารกิจที่

บรรณานุกรม

กระทรวงแรงงาน. รายงานประจำปี 2545. มกราคม 2546.

กองวิชาการและแผนงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงานสวัสดิการสังคม.

รายงานการศึกษาวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ผลการประชาสัมพันธ์ของ
กรมการจัดหางาน. มิถุนายน 2545.

กองวิชาการและแผนงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม.

ศัพท์แรงงาน. 2543

โครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับอาจารย์สถาบันราชภัฏ

นครสวรรค์. วิชาหลักการประชาสัมพันธ์. (http://teacher.rink.ac.th/e_learning/toon).

จัดหางานปริทัศน์. ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน 2544.

จัดหางานปริทัศน์. ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 เดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม 2544.

จัดหางานปริทัศน์. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 เดือนตุลาคม – ธันวาคม 2545.

บุญรักษ์ บุญณะเขตมาลา. กุศโลบายสื่อศึกษา แผนสู่ศตวรรษที่ 21 (2), ผู้จัดการรายวัน น.
7 มีนาคม 2541.

บุญยรงค์ นิลวงศ์. ผลงานนายบุญยรงค์ นิลวงศ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น.

ขอนแก่น : โรงพิมพ์ศิริภรณ์ ออฟเซ็ท. 2545.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2531.

ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา (เล่มที่ 2). เล่ม 119 ตอนที่ 103 ก. วันที่ 9 ตุลาคม 2545.

วารสารกระทรวงแรงงาน. ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนพฤศจิกายน 2545.

วารสารกระทรวงแรงงาน. ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 เดือนธันวาคม 2545.

วารสารกระทรวงแรงงาน. ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 เดือนมกราคม 2546.

วิรัช อภิรัตน์กุล. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2540.

สถาบันพัฒนาการแรงงานและสวัสดิการสังคม และกองสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวง

แรงงานและสวัสดิการสังคม. การพัฒนาเครือข่ายการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์.

2544.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. เอกสารประกอบการประชุม

เชิงปฏิบัติการยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและการคุ้มครองทางสังคม.

27 พฤศจิกายน 2543.

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. นโยบายของรัฐบาล (รัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร)

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงแรงงาน. เมษายน 2546.

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาจังหวัดขอนแก่น. แผนปฏิบัติการพัฒนาจังหวัด

ประจำปี 2546 และการบูรณาการโครงการพัฒนาระดับจังหวัด จังหวัดขอนแก่น.

2546.

สำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น. ตารางสถิติโครงการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. เมษายน 2546.