

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา

ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการแข่งขันที่รุนแรงในโลกการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด และส่งผลกระทบต่อตลาดแรงงานอย่างรวดเร็ว ตลาดแรงงานในปัจจุบันจึงมีความซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ง่าย โดยมีการเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทั่วโลกทุกภาคส่วน เนื่องจากมีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกันได้มากขึ้น ปัญหาและเหตุการณ์ในแต่ละประเทศมีผลกระทบซึ่งกันและกัน ทั้งภาคเศรษฐกิจ ตลาดแรงงาน และสังคม ดังเช่นสถานการณ์ราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นกว่าเท่าตัวในช่วงเดือนมีนาคม – กรกฎาคม 2551 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและตลาดแรงงานทุกประเทศทั่วโลก

ตลาดแรงงานของประเทศไทยนอกจากจะต้องปรับตัวให้เข้ากับปัจจัยภายนอกประเทศแล้ว ยังต้องมีการปรับให้เข้ากับเหตุการณ์ภายในประเทศด้วย ตามแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์นั้นภาวะตลาดเงิน ตลาดผลผลิต และตลาดแรงงานมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน หากมีปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้นจะทำให้ภาคธุรกิจ/สถานประกอบการ มีทุนผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น และสามารถจะจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากระบบเศรษฐกิจมีปริมาณเงินลดลง ตลาดเงินมีปัญหา ย่อมจะส่งผลกระทบต่อภาคผลผลิตและตลาดแรงงาน ตัวอย่างเช่นในปี พ.ศ.2540 ซึ่งเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นในไทย เนื่องจากรัฐบาลในขณะนั้นบริหารงานด้านการเงินผิดพลาด ค่าเงินบาทตกลงอย่างมหาศาลเกือบเท่าตัว คือ จากอัตราแลกเปลี่ยนเงิน 25-28 บาทต่อหนึ่งดอลลาร์สหรัฐ เป็น 40-42 บาทต่อหนึ่งดอลลาร์สหรัฐ ก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจทั้งระบบของประเทศทั้งที่ธุรกิจการค้า สถานประกอบการ รวมถึงบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์มากมายทั้งขนาดใหญ่และขนาดกลางต้องขาดทุน ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ผู้ลงทุนหรือผู้ประกอบการได้กลายเป็นบุคคลล้มละลาย ตลาดการผลิตเลิกกิจการเป็นจำนวนมากและมีประชาชนถูกเลิกจ้าง ไม่มีงานทำหลายหมื่นคน

จากการที่ตลาดแรงงาน มีความอ่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้การบริหารตลาดแรงงานให้มีความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานของแรงงานเป็นไปได้ยาก ปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้ตลาดแรงงานเกิดความสมดุลมากขึ้นก็คือ ข่าวสารตลาดแรงงาน เนื่องจากข่าวสารตลาดแรงงานเป็นความรู้ที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดแรงงาน ทั้งหน่วยงานของรัฐ ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ และผู้หางานทำ โดยผู้ประกอบการ

กิจการและนักลงทุนใช้ข้อมูลตลาดแรงงานในการศึกษาสถานการณ์ตลาดแรงงาน ปริมาณความต้องการแรงงาน กำลังแรงงาน ผู้มีงานทำ ผู้ว่างงาน หรือผู้จบการศึกษาใหม่ว่าจะตอบสนองความต้องการแรงงานของผู้ลงทุนหรือไม่ เพื่อวางแผนและตัดสินใจลงทุน หรือขยายการลงทุน เป็นต้น ในขณะที่ข่าวสารตลาดแรงงานเป็นสิ่งสำคัญต่อนักแนะแนวอาชีพ โดยใช้ประกอบการให้คำปรึกษาแนะนำแก่นักเรียนนักศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงาน และคนหางานรับรู้ข่าวสารตลาดแรงงานเป็นการเพิ่มโอกาสในการมีงานทำได้รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งจะช่วยบรรเทาปัญหาการว่างงานได้ในระดับหนึ่ง ดังนั้นเมื่อประชาชนมีงานทำ มีรายได้ มีเงินใช้จ่ายซื้อเครื่องอุปโภค บริโภคมากขึ้น ตลาดสินค้าและบริการ (ตลาดผลผลิต) มีการผลิตสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ปริมาณเงินในตลาดมีการหมุนเวียน ซึ่งทำให้สภาพเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้น

กรมการจัดหางานเป็นหน่วยงานหนึ่ง ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากกรมการจัดหางานมีภารกิจในการส่งเสริมให้ประชากรในวัยทำงานได้มีงานทำตามความรู้ความสามารถ ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “เป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมการมีงานทำ คู่มิตรคนหางาน และเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานของประเทศ” และได้กำหนดยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมและเพิ่มโอกาสการมีงานทำแก่กลุ่มเป้าหมาย คือ คนหางาน ด้วยการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานให้มีคุณภาพ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ใช้ประโยชน์ทุกกลุ่มได้รับบริการอย่างทั่วถึง เป็นข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ทันสมัย รวดเร็ว ทันต่อความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะประชาชน คนหางาน ซึ่งต้องการทราบข่าวสารด้านความต้องการแรงงาน ตำแหน่งงานว่างเพื่อเพิ่มโอกาสในการได้งานทำอย่างรวดเร็วมากขึ้น

การจัดทำข่าวสารตลาดแรงงานของกรมการจัดหางานได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลา 14 ปีเศษ โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของกระทรวงแรงงานและมีการสถาปนาก่อตั้งกรมการจัดหางานขึ้น ได้รับการพัฒนาปรับปรุงมาโดยตลอดจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีการจัดทำข่าวสารตลาดแรงงานในรูปแบบของเอกสารสิ่งพิมพ์ 4 ฉบับ คือ ฉบับรายเดือน รายไตรมาส รายครึ่งปี และรายปี โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงานยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึงกลุ่มเป้าหมายทุกคน เนื่องจากปัจจัยด้านงบประมาณมีจำนวนจำกัด นอกจากนี้การพัฒนาปรับปรุงข่าวสารในรูปแบบของเอกสารสิ่งพิมพ์ในอดีตที่ผ่านมายังไม่ได้นำแนวคิดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง แต่เป็นการพัฒนาโดยข้าราชการและเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ โดยมีได้มีการสอบถามความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้ข่าวสาร ดังนั้นเพื่อให้การพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงาน เกิดประโยชน์และมีคุณภาพอย่างแท้จริง จึงควรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) เข้ามาร่วมพัฒนาเพื่อนำผลการศึกษามาเสนอแนะทางการปรับปรุงพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานที่มีคุณภาพ สนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของ

ผู้ใช้ประโยชน์ พร้อมทั้งเสนอแนวทางการเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ให้แก่ประชาชน/คนหางานได้อย่างทั่วถึง

1.2. วัตถุประสงค์

เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน

1.3 ขอบเขตในการศึกษา

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร โดยศึกษาจากการจัดทำข่าวสารตลาดแรงงานของกองวิจัยตลาดแรงงาน ได้แก่ ข่าวสารตลาดแรงงานรายเดือน สถานการณ์ตลาดแรงงานรายไตรมาส รายครึ่งปี และรายปีที่จัดทำในรูปแบบของเอกสารสิ่งพิมพ์

1.4 วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาและรวบรวมข้อมูล 3 วิธีดังนี้

- (1) ผลงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- (2) จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากตัวแทนกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการ
- (3) สัมภาษณ์ความพึงพอใจต่อข่าวสารตลาดแรงงานจากกลุ่มเป้าหมายทั้งช่วงก่อนและ

หลังการพัฒนาแล้ว

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานที่มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ประโยชน์และตรงตามความต้องการ
- (2) ขยายช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงานได้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

1.6 นิยามศัพท์

ข่าวสารตลาดแรงงาน (Labour Market Information) หมายถึง ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับขนาดและส่วนประกอบของตลาดแรงงาน ทิศทางของตลาดแรงงาน หรือองค์ประกอบของตลาดแรงงาน ซึ่งประกอบด้วยปัญหาของตลาดแรงงาน โอกาสและการจ้างงานที่เกี่ยวข้อง หรือความคาดหวังของแต่ละส่วนของตลาดแรงงาน (ILO, 2001 the public employment service in a changing labour market)

ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน (Labour Market Information) เป็นเรื่องของการรายงานสถานการณ์และแนวโน้มของอุปสงค์และอุปทานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอในภาคเศรษฐกิจอาชีพ ในท้องถิ่นต่างๆ ของประเทศ และการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การนำเสนอผลการศึกษาในบทนี้ ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทของตลาดแรงงานในระบบเศรษฐกิจ
- 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
- 2.3 หลักการและกระบวนการประชาสัมพันธ์ในเชิงวิชาการ
- 2.4 ข้อดี - ข้อเสียของสื่อ
- 2.5 หลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์
- 2.6 แนวคิดด้านเครือข่ายการทำงาน
- 2.7 แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทของตลาดแรงงานในระบบเศรษฐกิจ

ตลาดแรงงานเป็นแหล่งที่ผู้ต้องการทำงานและผู้ที่ต้องการจ้างงานมาพบกันแล้วทำให้เกิดการจ้างงานขึ้น ซึ่งมีการแบ่งตลาดแรงงานไว้หลายชนิดเช่นจำแนกตลาดแรงงานตามระดับฝีมือหรืออาชีพ จำแนกตามระดับท้องถิ่น หรือระดับประเทศ หรือระดับนานาชาติ ไม่ว่าจะจำแนกโดยลักษณะใด ตลาดแรงงานถือเป็นส่วนสำคัญของระบบเศรษฐกิจเนื่องจากเมื่อแรงงานได้ทำงานมีรายได้แล้วทำให้รายได้ประชาชาติของประเทศเพิ่มขึ้น แนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์ได้อธิบายถึงกลไกการทำงานของตลาดแรงงานไว้ว่าหากมีการแข่งขันกันอย่างสมบูรณ์แล้วแรงงานย่อมจะได้รับค่าตอบแทนเท่ากับส่วนที่ตนได้ให้กับการผลิต ลักษณะของตลาดสมบูรณ์เช่นนี้เกิดขึ้นก่อนข้างยากจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีนายจ้างหลายหน่วยมากมายแข่งขันกันซื้อแรงงาน ไม่มีการรวมตัวของนายจ้างหรือลูกจ้าง ข่าวสารตลาดแรงงานจะต้องมีสมบูรณ์ แต่ในความเป็นจริงตลาดแรงงานเป็นตลาดแรงงานที่มียายจ้างเป็นหน่วยธุรกิจขนาดใหญ่ มีลักษณะโครงสร้างค่าจ้างภายในรวมทั้งนโยบายการบริหารทำให้แรงงานย้ายเข้าออกได้ยาก ข่าวสารตลาดแรงงานมีน้อย และหน่วยงานที่จะจัดสรรแรงงานไปตามสถานที่ทำงานต่างๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพ คนงานไม่ชอบเปลี่ยนงานบ่อยและถ้าหากคองงานหรือหางานใหม่ ไม่มีข่าวสารที่จะช่วยได้ แรงงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งงาน นายจ้างก็ไม่ทราบแหล่งแรงงานที่ต้องการ ทำให้มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการผลิตของชาติ ซึ่งถ้าหากมีการปรับปรุงระบบการจัดหางานให้ดีขึ้น มีการปรับปรุงระบบข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์

จะทำให้การจัดบุคลากรได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็ว โดยสาเหตุของการว่างงานที่เกิดจากการขาดช่วงสารถลาดแรงงานเป็นการว่างงานที่เกิดจากความฝืดของตลาดแรงงาน (Frictional unemployment) โดยหน่วยงานภาครัฐสามารถเข้ามามีบทบาทในการปรับปรุงช่วงสารถลาดแรงงานเพื่อส่งเสริมกระบวนการหางาน (สุมาลี ปิตยานนท์, 2539, น.170) กล่าวคือ

รัฐบาลพัฒนาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการพยากรณ์อุปสงค์สำหรับแรงงานในแต่ละอาชีพที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ข้อมูลข่าวสารดังกล่าว จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อนักเรียน นักศึกษา ในการเตรียมตัวเพื่อเข้าสู่อาชีพในอนาคต

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

สมยศ นาวิการ (2540) กล่าวถึงความหมายและกระบวนการสื่อสารว่า เดวิด เควิด นักวิชาการบริหาร ได้อธิบายการติดต่อสื่อสารว่าเป็นการถ่ายทอดข้อมูลและความเข้าใจจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง กระบวนการติดต่อสื่อสารจะประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐานดังต่อไปนี้คือ : ผู้ส่ง การเข้ารหัส ข่าวสาร สื่อการถอดรหัส ผู้รับ และการป้อนกลับ ตามมุมมองการบริหารแล้ว การติดต่อสื่อสารคือกระบวนการของการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยวิถีทางที่บรรลุความเข้าใจร่วมระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่าเกี่ยวกับเรื่องงาน ความหมายอีกอย่างหนึ่งที่จะมองกระบวนการติดต่อสื่อสารคือการเรียงลำดับของคำถามว่า “ใคร” (ผู้ส่ง) “พูดอะไร” (ข่าวสาร) “ด้วยวิธีอะไร” (ช่องทาง) “แก่ใคร” (ผู้รับ) “ด้วยผลลัพธ์อะไร” (ความหมายที่ถูกตีความ)

การติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Communication) จะเกิดขึ้นเมื่อ

- 1) ข่าวสารที่มุ่งหมายไว้ของผู้ส่งและการแปลความหมายข่าวสารของผู้รับเป็นอย่างเดียวกัน
- 2) การเลือกช่องทางการติดต่อสื่อสาร
- 3) ณ ที่มีโอกาสที่จะถามคำถามได้ทันที (การป้อนกลับ) จะเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญอย่างหนึ่งของการติดต่อสื่อสารเผชิญหน้า
- 4) การติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient Communication) จะเกิดขึ้น ณ ต้นทุนต่ำสุดในแง่ของการใช้ทรัพยากร
- 5) เวลาจะเป็นทรัพยากรที่สำคัญอย่างหนึ่งภายในกระบวนการติดต่อสื่อสาร

2.3 หลักการและกระบวนการประชาสัมพันธ์ในเชิงวิชาการ

แนวคิดขั้นพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์ตามหลักวิชาการ (วิรัช ลภีรัตน์กุล, 2549, น.18-32) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างองค์กรหรือ

บุคคลกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในลักษณะของการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีแก่สาธารณชน ตลอดจนแสวงหาความร่วมมือสนับสนุนจาก สาธารณชนโดยธำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน และการดำเนินงานที่อ้าแขนงประโยชน์ แก่สาธารณชน ทั้งในด้านข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ

การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งกระบวนการ และกระบวนทัศน์ (paradigm) ที่ต้อง อาศัยองค์ความรู้ และจิตสำนึกในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีการสื่อสารเพื่อเข้าถึง สาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกแก่สาธารณชน เพื่อให้บรรลุผลในการสร้าง ความเข้าใจร่วมกัน งานประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่งจึงมีงานด้านการเผยแพร่ หรือการให้ข้อมูล ข่าวสาร เป็นส่วนประกอบรวมอยู่ด้วย แต่การประชาสัมพันธ์มิใช่แค่เพียงการเผยแพร่กระจาย ข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียว (not just the dissemination of information) เพราะการประชาสัมพันธ์ ยังหมายรวมถึงกิจกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ อีกมากมายที่อำนวยความสะดวกต่อสาธารณชน (public benefits) และกิจกรรมที่แสดงออกถึงความเอื้ออาทรห่วงใยประชาชน (public's concern) ตลอดจน การบริการสังคมหรือบริการสาธารณะ (public service) ในรูปแบบต่าง ๆ อีกหลายรูปแบบ

Alfred G Smith นักวิชาการนิเทศศาสตร์ชื่อดัง กล่าวว่า “ปัจจุบันข้อมูลข่าวสาร เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญยิ่ง และเช่นเดียวกัน ความรู้ก็เป็นสิ่งที่ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน รวมทั้ง เป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดสำหรับพลังอำนาจและความมั่งคั่งของประเทศชาติ”

2.4 ข้อดี-ข้อเสียของสื่อ

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2548) ได้กล่าวถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขในการโฆษณาจาก สื่อส่งตรงทางไปรษณีย์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ดังนี้

ปัญหาในการโฆษณาจากสื่อส่งตรงทางไปรษณีย์ (Direct Mail Advertising)

สื่อส่งตรงทางไปรษณีย์ มีหลายรูปแบบ เช่น

1. วัสดุไปรษณีย์โดยตรง (Self-Mailer) ได้แก่ แผ่นพับ โบรชัวร์ ไปสการ์ด หรือ สิ่งพิมพ์อื่น ๆ จากการวิจัยพบว่า ไปสการ์ด เป็นสิ่งที่ผู้รับจะได้อ่านมากที่สุดหากเทียบกับโฆษณา ส่งตรงทางไปรษณีย์อื่น ๆ
2. จดหมาย (Letter) หมายถึง จดหมาย ใบปลิว โบรชัวร์ ที่บรรจุไว้ในซองให้ ผู้รับเปิดอ่าน
3. การใช้สิ่งโฆษณาแนบไปกับเอกสารธุรกิจ (Statement Stuffer) หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่ส่งไปพร้อมกับใบเรียกเก็บเงินลูกค้าหรือเอกสารธุรกิจอื่น ๆ ที่บริษัทส่งให้แก่ลูกค้า

ข้อได้เปรียบของสื่อโฆษณาที่ส่งตรงถึงผู้รับ

- เลือกกลุ่มเป้าหมายได้ (Audience Selectivity) มีความยืดหยุ่นสูง (Flexibility) มีความเป็นส่วนตัวสูง (Personalization) ค่าใช้จ่ายโดยรวมของการโฆษณาดำกว่า การโฆษณาทางสื่อมวลชน สามารถใช้เป็นเครื่องมือของการตลาดแบบเจาะตรง เช่น การ ออกแบบให้ส่วนหนึ่งของสื่อโฆษณา ใช้สำหรับการสั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ (Mail Order) สามารถวัดผลของการโฆษณาได้จากแบบสอบถามหรือออกแบบดูปองชิงโรคให้ผู้รับส่งคืนมา เป็นต้น

ข้อเสียเปรียบของการโฆษณาส่งตรงทางไปรษณีย์

- ผู้รับไม่ค่อยสนใจที่จะเปิดอ่าน
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหนึ่งพันคนจะสูงกว่าการโฆษณาทางสื่อมวลชน

- หากบัญชีรายชื่อที่มีอยู่ผิดพลาดอาจส่งไม่ถึงผู้รับ

ปัญหาการโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)

- พื้นฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานของโฆษณาที่ลงบน อินเทอร์เน็ตของผู้ส่งโฆษณามีไม่เท่ากัน และเพื่อให้ตัวโฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น จึงต้อง เพิ่มงบประมาณค่าลงโฆษณาให้กระจายสู่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหลายแหล่งมากขึ้น pop-up ซึ่ง ไซท์ขึ้นมาสร้างความรำคาญ บางครั้งเป็นโฆษณาที่ไม่มีความเหมาะสมและสามารถเปิดเข้าเว็บ เหล่านี้ได้โดยง่าย และบางครั้งเว็บเหล่านี้ก็จะขึ้นมาเองโดยอัตโนมัติ หากมีข้อมูลสะสมอยู่ในเครื่อง เว็บเหล่านี้จะไม่เก็บค่าบริการเข้าชมเพราะต้องการแค่ให้มีผู้ชมมาก ๆ ทำให้ขึ้นค่าโฆษณาได้ เว็บเหล่านี้มีมากกว่า 2.5 แสนเว็บไซต์ ทาง e-mail เมื่อโฆษณาถูกส่งเข้าไปในอีเมลล์จะเข้าไปอยู่ใน junk-mail ถ้าไม่เปิดดูมันจะถูกลบทิ้งโดยอัตโนมัติ ทำให้การโฆษณาทางอีเมลล์ไม่ประสบผลสำเร็จ มากนักและอาจจะเป็นการสร้างความรู้รำคาญอีกด้วย

- ผู้ใช้บริการแต่ละคนมีแหล่ง network ที่ต่างกัน บางคนต้องเสียค่าใช้จ่าย และถูกควบคุมโดยหน่วยงานต่าง ๆ ผู้ใช้บริการบางคนใช้บริการในหน่วยงานของรัฐหรือใน มหาวิทยาลัย หรือต้องเสียค่าบริการให้ผู้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยจะรวมกันเป็น International Network เมื่อข้อมูลลงผ่านจะถูกแยกออก ความเป็นไปได้ที่จะรับต้นทุนนับเป็นไปได้น้อย

แนวทางการแก้ไขและปรับปรุง

- ทางเว็บไซต์ควรจะหาวิธีที่จะทำให้ลูกค้าสนใจที่จะรับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง เว็บไซต์หรือทำการโฆษณาสินค้าแนะนำบริการใหม่ ๆ ที่ทำให้น่าสนใจยิ่งขึ้น

- การส่งผ่านอินเทอร์เน็ต ควรสอบถามความต้องการที่จะได้รับโฆษณาผ่านทางอีเมลล์เพื่อให้การ โฆษณาได้รับประสิทธิผล
- ควรทำการ โฆษณาในสิ่งที่เหมาะสม เป็นสินค้าที่ถูกต้องตามกฎหมายและควรเลือกในกลุ่มที่มีความเหมาะสมเท่านั้น
- e-book เป็นอีกวิธีหนึ่งในการ โปร โมตเว็บทำให้ง่ายต่อการดาวน์โหลดแจกจ่ายให้กับผู้อื่น ซึ่งมี link จากเว็บต่าง ๆ ที่เราต้องการ โปร โมต Giveaway แลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการกับอีเมลล์ของลูกค้า
- การลงทะเบียนใน guess book เป็นการ โฆษณาทางอ้อมโดย pose ข้อความดีๆ ให้กับเจ้าของแล้วทิ้ง URL ที่สามารถติดต่อได้ไว้ด้วย

2.5 หลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

2.5.1 หลักการเขียน

อรสา ปานขาว (2539) ได้กล่าวถึงการเขียนว่า การเขียนคือ การถ่ายทอดความรู้สึก ความคิด ประสบการณ์ จินตนาการและข่าวสาร โดยใช้ตัวหนังสือเครื่องหมายต่างๆ เป็นสัญลักษณ์ การเขียนจึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญระหว่างมนุษย์ซึ่งสามารถศึกษา อธิบาย และเข้าใจกระบวนการนี้ได้ การเขียนเป็นศาสตร์ที่สามารถศึกษาได้อย่างเป็นระบบ และเป็นศิลปะตรงที่ผู้เขียนจะต้องเลือกสรร ทั้งเนื้อความ ถ้อยคำ โครงสร้าง ภาษา ลีลา วิธีการนำเสนอ เพื่อสื่อสิ่งที่ตนเองต้องการ นอกจากนี้งานเขียนยังเป็นเรื่องของทักษะ ยิ่งฝึกฝนมากยิ่งชำนาญมาก

(1) วัตถุประสงค์ของการเขียน

วัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อการสื่อสารโดยทั่วไปมี 3 ประการ คือ

1. การเขียนเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นการเขียนที่มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารถ่ายทอดเรื่องราวให้ผู้อ่านรับทราบ
2. การเขียนเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นการเขียนที่มุ่งโน้มน้าวใจผู้อ่านให้คล้อยตาม เปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเชื่อ รวมทั้งปฏิบัติตามที่ผู้เขียนเสนอ
3. การเขียนเพื่อความบันเทิง เป็นการเขียนที่มุ่งให้ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน มุ่งสร้างจินตนาการเพื่อให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม

(2) จุดมุ่งหมายของการเขียน

1. การเขียนเพื่อเล่าเรื่อง
2. การเขียนเพื่ออธิบาย
3. การเขียนเพื่อแสดงความคิดเห็น

4. การเขียนเพื่อโน้มน้าวใจ
5. การเขียนเพื่อสร้างจินตนาการ

(3) องค์ประกอบของการเขียน

องค์ประกอบของการเขียน ได้แก่ เนื้อหา ภาษา และรูปแบบ

เนื้อหา คือ เนื้อเรื่องหรือเรื่องราวที่ผู้เขียนต้องการจะให้ผู้อ่านได้รับทราบ อาจจะเป็นเรื่องของบุคคล เหตุการณ์ สถานที่ หรืออาจเป็นข้อคิดเห็น จินตนาการ อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างประกอบกัน

ภาษา คือ ถ้อยคำ สำนวน ไวยากรณ์ต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งรูปแบบตามหลักของภาษาและความนิยมของผู้ใช้ภาษา ในการเขียนเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ผู้เขียนควรคำนึงถึงการให้ภาษาให้เหมาะสมกับลักษณะและความต้องการของผู้อ่าน รวมทั้งกาลเทศะและรูปแบบในการนำเสนอด้วย

รูปแบบ รูปแบบในการเขียนแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ รูปแบบร้อยแก้ว ผู้เขียนไม่ถูกจำกัดด้วยลักษณะบังคับทางฉันทลักษณ์ เพียงแค่คำนำถ้อยคำมาเรียงกันให้เป็นประโยคหรือข้อความ ซึ่งจะอยู่ในฟอร์มที่กำหนดตามความนิยม ส่วนอีกประเภทหนึ่งคือ รูปแบบร้อยกรอง การเขียนลักษณะนี้ นอกจากผู้เขียนจะต้องมีศิลปะในการใช้ถ้อยคำแล้ว ยังจะต้องนำคำเหล่านั้นมาเรียบเรียงให้ถูกต้องตามเกณฑ์ของฉันทลักษณ์แต่ละชนิดด้วย

2.5.2 ลักษณะการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการปฏิบัติงานสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ที่ต้องใช้ความสามารถทั้งด้านการเขียน และความสามารถเชื่อมโยงข้อเขียนนั้นให้บรรลุวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ หากมีความสามารถในการเขียนอย่างเดียว แต่ไม่สามารถถ่ายทอดความคิดและข้อมูลด้วยการเขียนไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ งานประชาสัมพันธ์ย่อมไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้น การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงต้องมีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ จะต้องเป็นข้อเขียนที่น่าอ่าน น่าสนใจ ชวนติดตาม และเข้าใจได้รวดเร็ว สื่อความหมายชัดเจน เลือกใช้ภาษาเขียนที่เหมาะสมผู้อ่านเข้าใจง่าย

(1) วัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. เขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจ
2. เขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์หรือจินตนาการที่ดี
3. เขียนเพื่อป้องกันความเข้าใจผิด
4. เขียนเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด
5. เขียนเพื่อให้เกิดการยอมรับ

นอกจากนั้นปัจจัยสำคัญที่ควรจะนำมาพิจารณาในการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ คือ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะต้องมีทั้งกลุ่มเป้าหมายเฉพาะภายในองค์กร และภายนอกองค์กร ผู้เขียนจะต้องวิเคราะห์ลักษณะของผู้อ่านอย่างละเอียด เพื่อจะได้เลือกใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม ปัจจัยที่สำคัญอีกประการคือ ก่อนการเขียนจะต้องรู้ก่อนว่าเป็นการเขียนเพื่อถ่ายทอดสารผ่านสื่อใดจะต้องพิจารณาข้อดีข้อจำกัดของสื่อนั้น เพื่อให้สารที่ส่งไปมีลักษณะสอดคล้องกับวิธีการเขียนของสื่อนั้น ๆ

2.5.3 ข้อเปรียบเทียบของการเขียนทั่วไปกับการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. วัตถุประสงค์ของการเขียน การเขียนทั่วไปอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงเป็นสำคัญ แต่การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์มากกว่าคือ การสร้างการยอมรับ ความศรัทธา ความร่วมมือที่ีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย
2. การใช้ภาษา ในงานเขียนทั่วไปผู้เขียนจะใช้ภาษาย่อยทอดความคิดจินตนาการ ประสบการณ์ ตามเจตนาของผู้เขียน การใช้ภาษาจึงคำนึงถึงการใช้อ้อยคำ สำนวนโวหารที่สละสลวยเป็นประเด็นสำคัญประการหนึ่ง ในขณะที่การใช้ภาษาเพื่อการประชาสัมพันธ์จะเน้นการสื่อความหมายที่ชัดเจนในประเด็นที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ อ้อยคำที่ใช้จึงมุ่งเลือกสรรอ้อยคำที่มีคุณภาพในการสื่อความหมายได้ชัดเจน เนื่องจากต้องการผลสืบหน้าตามวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์
3. ผู้เขียน การเขียนทั่วไปจะเป็นการเขียนในนามบุคคล จุดเริ่มต้นอยู่กับความต้องการของผู้เขียน ส่วนการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นการเขียนในนามองค์กร จุดเริ่มต้นของการเขียนขึ้นอยู่กับนโยบายและวัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น
4. สื่อที่ใช้เผยแพร่ ข้อเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นจำเป็นต้องอาศัยสื่อประเภทต่าง ๆ หลาย ๆ สื่อ เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อจึงเป็นตัวกำหนดการใช้ภาษาในงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ประการหนึ่ง ส่วนการเขียนทั่วไปโดยมากเนื้อหาหรือลักษณะการใช้ภาษาจะเป็นตัวกำหนดว่าจะเลือกสื่ออะไรในการเผยแพร่ให้เหมาะกับงานเขียนนั้น ๆ

2.6 แนวคิดด้านเครือข่ายการทำงาน

นฤมล นิราทร (2543) ได้กล่าวว่า การสร้างเครือข่าย (Networking) ก็คือกิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่ม (ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มองค์กร กลุ่มบุคคล) ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรม หรือการผลิระหว่างองค์กรสมาชิก การจะสร้างให้เกิดเครือข่ายนั้น จำเป็นต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อนหน้าที่จะทำความตกลงเป็นองค์กรเครือข่าย

การสร้างเครือข่ายอาจปรากฏในรูปของการจัดตั้งเป็นเครือข่ายใหม่ เช่น การจัดตั้งเวทีสิทธิเด็ก หรือการขายเครือข่ายที่มีอยู่แต่เดิม เช่น การที่เวทีสิทธิเด็กมีองค์กรสมาชิกเพิ่ม ในการใช้เครือข่าย เป็นกลยุทธ์ในการทำงาน ภาวะสำคัญมิได้อยู่ที่การ “สร้าง” เครือข่ายเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการ “ทำนุบำรุงรักษา” เครือข่าย ด้วยการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพให้ปฏิบัติการบริหารตาม เป้าหมาย ตลอดจนการพัฒนาเครือข่ายให้ก้าวไปสู่การทำงานในระดับกว้างขึ้นด้วย เครือข่ายเป็น เครื่องมือ หรือกลยุทธ์ในการทำงานเนื่องจากสาเหตุหลายประการ กล่าวคือ

1. เพื่อสร้างความสามารถในการเข้าถึงตลาดของสินค้า เช่น ระบบเฟรนไชส์ในธุรกิจ ฟาสต์ฟู้ด การรวมตัวกันของธุรกิจห้างสรรพสินค้า

2. เพื่อลดค่าใช้จ่ายทางการวิจัยและพัฒนา เนื่องจากการลงทุนในด้านนี้ร่วมกัน

3. เพื่อลดภาวะการแข่งขัน เนื่องจากการจับมือเป็นพันธมิตรทางการค้า

4. เพื่อเพิ่มศักยภาพในด้านนวัตกรรมและการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ใหม่

5. เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์

6. เพื่อลดแรงกดดันจากการกำหนดเขตการค้า

การทำงานในลักษณะของเครือข่ายอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎี และแนวคิด ได้แก่

1. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน หรือ **Exchange Theory** ซึ่งอธิบายถึงการแลกเปลี่ยน ผลประโยชน์ระหว่างกัน ดังนั้นเหตุผลหลักที่จะทำให้เครือข่ายเกิดขึ้นได้ (โดยสมัครใจ) ก็คือ แต่ละฝ่าย มองเห็นประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการเข้าร่วมเครือข่าย ซึ่งจะนำไปสู่ความเต็มใจที่จะประสานกัน หรือเข้าร่วมเป็นเครือข่าย

2. แนวคิดการรวมพลัง หรือ **Synergy** ซึ่งอธิบายได้ด้วยสมการ $1+1 = 3$ หรือ $2+2 = 5$ หมายความว่า การรวมพลังกันทำงานนำไปสู่ผลได้ที่มีคุณค่าทวีคูณหรือเข้มแข็งมากกว่า การที่แต่ละองค์กรจะทำงานโดยโดดเดี่ยว ทั้งนี้ โดยมีความเชื่อว่าการรวมพลังกันจะก่อให้เกิด คุณค่าที่ทวีคูณ

นอกเหนือจากทฤษฎีและแนวคิดข้างต้นแล้ว ยังมีเหตุผลอีกหลายประการที่ อธิบายการเกิดของเครือข่าย ดังนี้

1. ต้องการมีเพื่อนในการทำงาน ต้องการมีหมู่ มีพวก

2. ต้องการทรัพยากรในการทำงาน

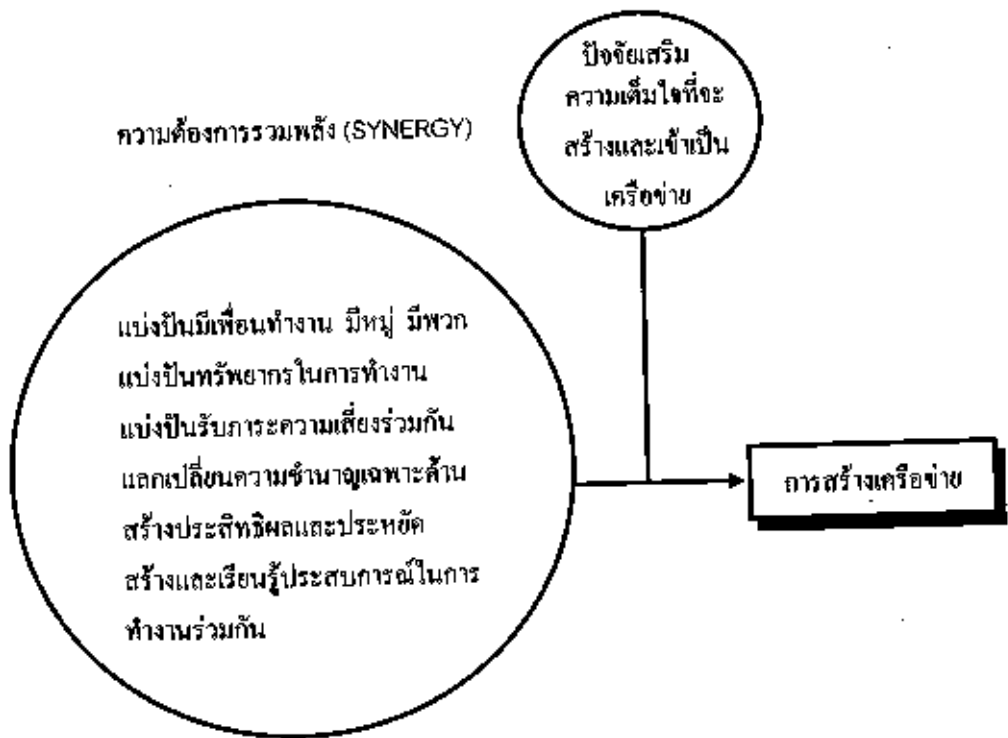
3. ต้องการรับภาระความเสี่ยงในกิจกรรมร่วมกัน

4. ต้องการความชำนาญเฉพาะด้านในการแก้ไขปัญหาโดยเฉพาะเมื่อปัญหา

ในปัจจุบันมีหลายมิติ ความชำนาญเฉพาะด้านของแต่ละบุคคลหรือองค์กรจะช่วยให้การมอง ปัญหาชัดเจนยิ่งขึ้น

- 5. ต้องการประหยัด เนื่องจากถนอมงานกันทำ ความซ้ำซ้อนในการทำงานลดลง
 - 6. ต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน
- เหตุผลทั้ง 6 ประการข้างต้น ผสมเข้ากับเงื่อนไขสำคัญคือ **ความเต็มใจที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่าย** ทำให้เครือข่ายเกิดขึ้น ดังแผนภาพ

แผนภาพที่ 2.1 การเกิดเครือข่าย



ตัวแปรสำคัญสุดท้ายที่จะนำไปสู่การสร้างเครือข่ายคือความเต็มใจที่จะสร้างและเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นตัวแปรที่จะกำหนดว่าเครือข่ายจะเกิดขึ้นได้จริงหรือไม่ ความเต็มใจนี้ไม่ได้เกิดขึ้นจากปราศจากที่มาจากแต่เป็นสิ่งที่ได้จากการเห็นประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายที่จะมีต่อของงานของตน ผสมเข้ากับความเชื่อและศรัทธาที่มีต่อกัน ซึ่งมีที่มาจากการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อน และการมีเป้าหมายระยะยาวร่วมกันด้วย

ข้อได้เปรียบ

1. เครือข่ายเป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลไปมาระหว่างแหล่งข้อมูลต่าง ๆ
 2. เครือข่ายเป็นแหล่งสำหรับการทำงานสนับสนุนต่าง ๆ และเปิดช่องให้สมาชิกสามารถเข้าถึงเรื่องที่กำลังสนใจได้อย่างทุกแห่งทุกมุม อันจะนำไปสู่การสร้างกิจกรรมของเครือข่ายเอง
 3. เครือข่ายเปิด โอกาสให้สมาชิกสามารถแลกเปลี่ยนความคิดต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการสะสมความรู้ในประเด็นที่กำลังสนใจและประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 4. เครือข่ายเป็นแหล่งสร้างกระบวนการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยผ่านการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ที่เข้าร่วมเป็นเครือข่าย
 5. เครือข่ายเป็นเวทีสำหรับการปฏิบัติงานร่วมกัน และเป็นที่ระดมสรรพกำลังเพื่อปฏิบัติกิจกรรมของเครือข่ายให้ลุล่วง
 6. การสร้างเครือข่ายการทำงานเป็นกลยุทธ์ที่เสริมสร้างจุดแข็ง (Core Competencies) ขององค์กร ด้วยการเข้าร่วมทำงานกับองค์กรที่ส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน
- อย่างไรก็ตามควรระลึกไว้ว่า ข้อได้เปรียบของเครือข่ายจะเป็นข้อได้เปรียบที่เป็นประโยชน์ก็ต่อเมื่อการบริหารจัดการเครือข่ายเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ

ผลเสียของการมีเครือข่าย

1. เครือข่ายอาจก่อให้เกิดความแตกแยกได้ เนื่องจากส่วนที่ไม่ได้เข้าร่วมเกิดความไม่พอใจ แม้ในเครือข่ายเองก็อาจแตกแยกกันได้หากเกิดความไม่ไว้วางใจกัน
2. การที่เครือข่ายเป็นที่รวมของสมาชิกที่มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน อาจทำให้ไม่สามารถปรับหรือยอมรับความคิดเห็นนอกที่แตกต่างออกไปได้
3. แม้ความเท่าเทียมกันเป็นหลักการสำคัญในการทำงานแบบเครือข่าย แต่ก็เป็นไปได้ที่อาจเกิดการครอบงำทางความคิดทำให้เครือข่ายตกอยู่ใต้อิทธิพลหรือถูกดึงเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของอิทธิพลภายนอกได้โดยง่าย
4. การทำงานของเครือข่ายมิใช่เป็นไปโดยปราศจากต้นทุน (Porter, 1998) ต้นทุนที่จะเห็นได้ชัดคือ ต้นทุนในด้านทรัพยากร ที่ต้องใช้ในการประสานงาน ต้นทุนของการประนีประนอมในบางเรื่องเพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพหรือให้งานของเครือข่ายบรรลุผล เช่น บางองค์กรอาจจะต้องยอมสละบทบาทการทำงานของตนเองลง เพื่อให้องค์กรอื่นมีส่วนร่วมด้วย ต้นทุนในด้านความไม่ยืดหยุ่น เช่น แทนที่จะสามารถตอบสนองต่อปัญหาได้อย่างรวดเร็วทันใจ เครือข่ายต้องเคลื่อนไปพร้อมกัน เป็นต้น นอกจากนี้ การสร้างมีเป้าหมายดังนี้ (อภิญา, 2540)

1. เพื่อขยายวงความสัมพันธ์ให้กว้างขวางขึ้น นำไปสู่การขยายกิจกรรมขยายความช่วยเหลือเกื้อกูลที่มีต่อกัน ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของแต่ละองค์กรให้แสดงบทบาททั้ง “ผู้ให้” และ “ผู้รับ” อย่างเหมาะสม
2. เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันผ่านทาง การติดต่อกันโดยตรงระหว่างบุคคลหรือกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้าร่วมในเครือข่าย
3. เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางวัตถุแก่กัน และยังเป็นการแข่งขัน ทรัพยากรให้แก่กลุ่มผู้ที่ค้อยโอกาสกว่า
4. เพื่อประโยชน์ในการรวบรวม และเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลระหว่างองค์กร
5. เพื่อเป็นแหล่งสำหรับการทำงานสนับสนุนต่าง ๆ เปิดช่องให้สมาชิกสามารถ เข้าถึงเรื่องนั้น ๆ ได้ในทุกแง่มุมเพื่อจะเอาไปปฏิบัติเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองและยังทำให้เกิด การรวมหมู่ที่มีพลังอิทธิพลมากกว่าองค์กรแต่ละองค์กรมากมาย
6. เป็นเวทีสำหรับการปฏิบัติงานรวมในพื้นที่
7. เพื่อนำไปสู่การสร้างแหล่งสะสมทุนเพื่อการพึ่งตนเองในด้านต่าง ๆ ในอนาคต
8. เพื่อเป็นการรวมตัวกันนำประเด็นปัญหาเรื่องเรียนสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือ นำไปสู่การเสนอหรือผลักดันนโยบายที่เหมาะสมมากกว่าเดิม

นอกจากนั้น กิจกรรมสำคัญที่เครือข่ายทุกเครือข่ายทำร่วมกัน คือ การ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารประสบการณ์ แล้วพัฒนาไปสู่การวางแผนร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน ทำให้ด้านหนึ่งหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน อีกด้านหนึ่งทำให้ กิจกรรมนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพราะเป็นการประสานพลัง (Synergy) เป็นการใช้ทรัพยากร ใช้พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการณรงค์เรื่องต่าง ๆ ถ้าทำเป็นเครือข่าย จะได้ผลมากกว่า โดยมีเงื่อนไขสำคัญของเครือข่าย คือ ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์สื่อสารกันอย่าง สม่ำเสมอระหว่างสมาชิก อาจมีผู้ประสานซึ่งเป็นบุคคลหรือกลุ่มประสานซึ่งดำเนินกิจกรรมการ ประสาน แต่มีไว้เป็นผู้ดำเนินการแทนสมาชิกเครือข่ายในทุกเรื่อง

เครือข่ายอาจเป็นเครือข่ายแบบผสมผสานระหว่างสมาชิกที่แตกต่างกันใน สถานภาพ เช่น เป็นผู้นำชุมชน ข้าราชการ นักธุรกิจ นักวิชาการ แต่เมื่อทุกคนมีเป้าหมายร่วมกัน ก็สามารถเป็นเครือข่ายได้อีกแบบหนึ่ง คือ เครือข่ายองค์กรหรือคนที่มีสถานภาพเดียวกัน อาชีพ เดียวกัน ระดับเดียวกัน เช่น เกษตรกร นักวิจัย องค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันวิจัย เป็นต้น

เครือข่ายจะยั่งยืนถ้าหากว่าสมาชิกร่วมใจกันตั้งแต่ต้น ไม่ปล่อยให้มันเป็นหน้าที่ของ ฝ่ายเลขานุการ ไม่มีคนครอบงำ มีปัจจัยหรือทุนในการดำเนินงาน ประสานงาน มีความยืดหยุ่นปรับตัว ตามที่สมาชิกส่วนใหญ่เห็นชอบ

บทบาทของผู้ประสานงานเครือข่ายองค์กรชุมชน หรือเครือข่ายองค์กรที่ทำงานกับชุมชนมีอยู่ 3 ประการ คือ เป็นผู้เชื่อมประสานให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนา (facilitator) เป็นผู้เชื่อมประสานให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (catalyst) และเป็นผู้เชื่อมประสานให้เกิดเครือข่าย (networker)

2.7 แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม

นิยามการมีส่วนร่วม (กรมการจัดหางาน, กองแผนงานและสารสนเทศ, 2520. น.7-8) “การมีส่วนร่วม (Participation)” ตามพจนานุกรมอังกฤษฉบับออกฟอร์ด ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “เป็นการมีส่วนร่วม (ร่วมกับคนอื่น) ในการกระทำบางอย่างหรือบางเรื่อง. คำว่าการมีส่วนร่วมโดยมักจะใช้ในความหมายตรงกันข้ามกับคำว่า “การเมินเฉย (Apathy)” ฉะนั้น คำว่าการมีส่วนร่วมตามความหมายข้างต้น จึงหมายถึง การที่บุคคลกระทำการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือในประเด็นที่บุคคลนั้นสนใจ ไม่ว่าจะเขาได้ปฏิบัติการเพื่อแสดงถึงความสนใจอย่างจริงจังหรือไม่ก็ตาม และไม่จำเป็นที่บุคคลนั้นจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้นโดยตรงก็ได้ แต่การมีทัศนคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ห่วงใย ก็เพียงพอแล้วที่จะเรียกว่าเป็นการมีส่วนร่วมได้ และยังได้ให้คำจำกัดความของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่กลุ่มประชาชนหรือขบวนการที่สมาชิกของชุมชนที่กระทำการออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกันที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วม มีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมทางเศรษฐกิจและสังคมหรือการเมือง หรือการดำเนินการร่วมกันเพื่อให้อิทธิพลต่อรอง ดำรงมติชนไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม หรือการดำเนินการเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจทางการเมือง เศรษฐกิจ การปรับปรุงสถานภาพทางสังคมในกลุ่มชุมชน

นอกจากนี้ WHO/UNICEF ได้ให้ความหมายว่า การมีส่วนร่วมคือ การที่กลุ่มของประชาชนก่อให้เกิดการรวมตัวที่สามารถจะทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากรและมีความรับผิดชอบในกิจกรรมที่กระทำโดยกลุ่ม และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการประชุม ณ องค์การสหประชาชาติเคยระบุไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นคำที่ไม่อาจกำหนดนิยามความหมายเดียวที่ครอบคลุมได้ เพราะความหมายของการมีส่วนร่วมอาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ หรือแม้แต่ในประเทศเดียวกันก็ตาม หากจะให้เข้าใจชัดแล้วการนิยามความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน ควรมีลักษณะจำกัดเฉพาะในระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองหนึ่ง ๆ เท่านั้น

อย่างไรก็ดี กลุ่มผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวได้ขยายความการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า ยังครอบคลุมถึง

(1) การสร้างโอกาสที่เอื้อให้สมาชิกทุกคนของชุมชนและของสังคมได้ร่วมกิจกรรมซึ่งนำไปสู่และมีอิทธิพลต่อกระบวนการพัฒนาและเอื้อให้ได้ประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียม

(2) การมีส่วนร่วมสะท้อนการเข้าเกี่ยวข้องโดยสมัครใจและเป็นประชาธิปไตยในการเอื้อให้เกิดความพยายามพัฒนา การแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน และการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมาย กำหนดนโยบาย การวางแผนและดำเนินโครงการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม

(3) การมีส่วนร่วมเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างส่วนที่ประชาชนลงแรงและทรัพยากรเพื่อพัฒนา กับประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุนของแรงดังกล่าว กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจไม่ว่าระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับชาติ จะช่วยก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ประชาชนลงทุนลงแรงกับประโยชน์ที่ได้

(4) ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชน อาจผิดแผกแตกต่างกันไปตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศ นโยบายและโครงสร้างการบริหาร รวมทั้งลักษณะเศรษฐกิจสังคมของประชากร การมีส่วนร่วมของประชาชนมิได้เป็นเพียงเทคนิควิธีการ แต่เป็นปัจจัยสำคัญในการประกันให้เกิดกระบวนการพัฒนาที่มุ่งเอื้อประโยชน์ต่อประชาชน

การมีส่วนร่วมต้องมีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย มีกิจกรรมเป้าหมาย และมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน กระบวนการหรือขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนจะเริ่มจากกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ในการมีส่วนร่วม จากนั้นจะนำไปสู่การกำหนดวิธีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย จะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจ วัตถุประสงค์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย สถานการณ์เฉพาะและเทคนิคในการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อเห็นว่าตนได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ จำนวนและสัดส่วนของประชาชนจะแตกต่างกันไปในแต่ละกระบวนการตัดสินใจ ไม่มีกระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชนชนิดใดชนิดหนึ่งที่เหมาะสมและใช้ได้ผลดีกับทุกสถานการณ์

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กองแผนงานและสารสนเทศ กรมการจัดหางาน (2550) ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินนโยบายของรัฐบาลด้านบริการจัดหางาน พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินนโยบายของรัฐบาลด้านบริการจัดหางานยังมีน้อยมาก โดยเฉพาะด้านการติดตามประเมินผล และด้านการตัดสินใจที่ประชาชนแทบจะไม่สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้เลย

ดังนั้นกรมการจัดหางานต้องเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจของประชาชนให้ทราบถึงความสำคัญ และความจำเป็นที่ประชาชนต้องเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของกรมการจัดหางาน . และทราบถึง ประโยชน์ที่ประชาชนพึงจะได้รับจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายของรัฐบาล โดยเฉพาะ ภารกิจของกรมการจัดหางาน ในรูปของกิจกรรมหรือโครงการที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมที่ประชาชน จะสามารถจับต้องและร่วมรับประโยชน์ได้โดยตรง เพื่อให้ภารกิจกรมการจัดหางานสามารถตอบสนอง ความต้องการของประชาชนและมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนมากที่สุด

บทที่ 3

การพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงาน

การจัดทำข่าวสารตลาดแรงงานของกรมการจัดหางานได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลา 14 ปีเศษ โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของกระทรวงแรงงาน และมีการสถาปนาก่อตั้งกรมการจัดหางานขึ้นเพื่อส่งเสริมการมีงานทำของประชาชน และภารกิจสำคัญที่จะทำให้เกิดการมีงานทำของประชากรในวัยทำงาน คือ ข่าวสารตลาดแรงงาน ซึ่งได้มีการปรับปรุงเนื้อหา และผลิตเพิ่มขึ้น ปัจจุบันมีการจัดทำข่าวสารตลาดแรงงานในรูปแบบของเอกสารสิ่งพิมพ์ 4 ฉบับ คือ ฉบับรายเดือน รายไตรมาส รายครึ่งปี และรายปี โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน และการผลิตข่าวสารตลาดแรงงานได้มีการจัดทำในระดับประเทศและระดับภาค ซึ่งประกอบด้วย 5 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ โดยระดับประเทศจะจัดทำสถานการณ์ตลาดแรงงานรายเดือน รายไตรมาสและรายปี ส่วนระดับภาคจัดทำในลักษณะข่าวสารตลาดแรงงานรายเดือน และสถานการณ์ตลาดแรงงานรายครึ่งปี และรายปี การผลิตข่าวสารตลาดแรงงานจัดทำขึ้นในลักษณะของสิ่งพิมพ์ และจะเผยแพร่โดยตรงถึงกลุ่มเป้าหมาย และเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งการเผยแพร่ดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากกำลังแรงงานของประเทศมีเป็นจำนวนมาก และประการสำคัญการผลิตข่าวสารตลาดแรงงานจำเป็นต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้รับข่าวสาร จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการและสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลง

3.1 การจัดทำข่าวสารตลาดแรงงาน

วัตถุประสงค์

การจัดทำข่าวสารตลาดแรงงานมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงานแก่ผู้หางานทำ ผู้ใช้ข้อมูลกลุ่มต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้เกิดการจ้างงาน และการมีงานทำในตลาดแรงงาน

หลักเกณฑ์ในการจัดทำข่าวสารตลาดแรงงาน คือ

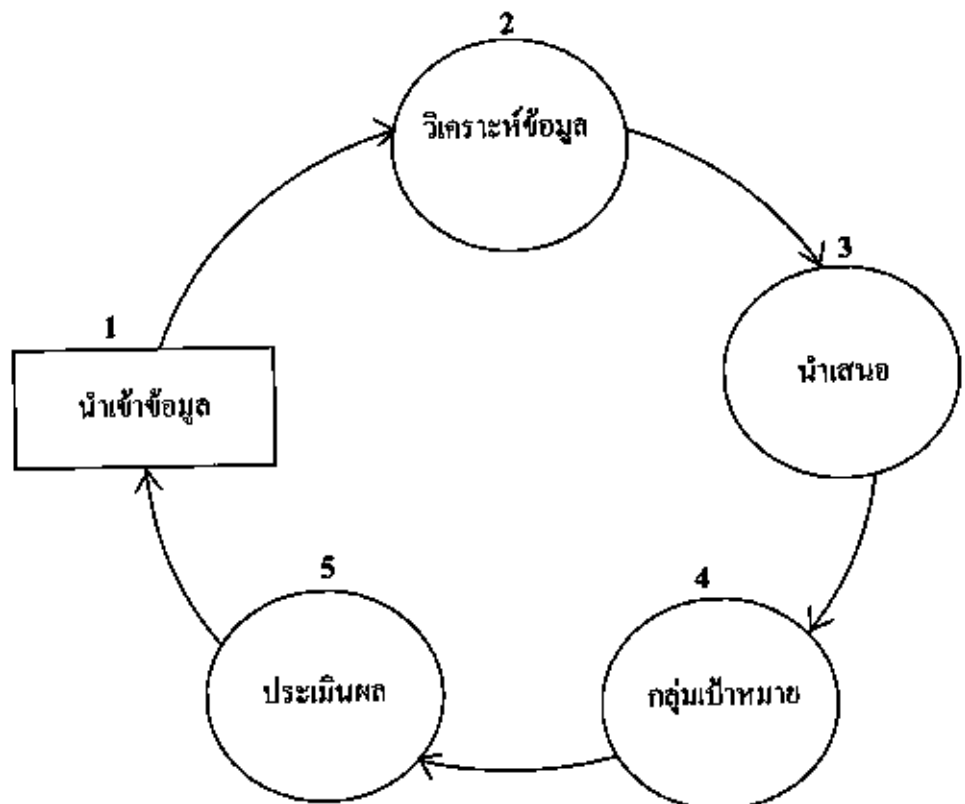
1. คิดถึงประโยชน์ของผู้อ่านหรือผู้รับบริการเป็นสำคัญ
2. สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร
3. เนื้อหาเป็นประโยชน์กับองค์กร

4. เหมาะสมกับสถานการณ์
5. ก่อให้เกิดการจ้างงานและการมีงานทำในตลาดแรงงาน

ขั้นตอนการดำเนินการ

1. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
2. รวบรวมข้อมูล
3. วิเคราะห์ข้อมูล
4. นำเสนอและเผยแพร่
5. ประเมินผล

แผนภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการจัดทำข่าวสารตลาดแรงงาน



แต่เนื่องจากข่าวสารตลาดแรงงานเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจ้างงาน และการมีงานทำทั้งในตลาดแรงงานระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ ดังนั้นในการพัฒนาการจัดทำข่าวสารตลาดแรงงาน กองวิจัยตลาดแรงงานได้ดำเนินการปรับปรุงวิธีการจัดทำข่าวสารตลาดแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ในแต่ละตลาดแรงงานหรือพื้นที่ที่รับผิดชอบ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนภายใต้กรอบของการปฏิรูปของระบบราชการ ระบบการบริหาร

ระบบการเมือง ได้แก่ การกำหนดให้ศูนย์ตลาดแรงงานภาค ทำหน้าที่จัดทำข่าวสารตลาดแรงงานในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบทั้งในระดับจังหวัดและระดับภาค และการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง ดังนี้

การกำหนดเขตพื้นที่ - ศูนย์ภาค

ศูนย์ข่าวสารตลาดแรงงานภาค ทำหน้าที่จัดทำข่าวสารตลาดแรงงานในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบทั้งในระดับจังหวัด และระดับภาค คือ

- 1) ภาคกลางเป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลในภาคกลางเป็นหลัก ประกอบด้วย 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชัยนาท นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี สมุทรปราการ สระบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง
- 2) ภาคตะวันตก เป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลในเขตภาคตะวันตกเป็นหลัก ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ ราชบุรี กาญจนบุรี นครปฐม ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร และสุพรรณบุรี
- 3) ภาคตะวันออก เป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลในเขตภาคตะวันออกเป็นหลัก ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ ระยอง จันทบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี และสระแก้ว
- 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นหลัก ประกอบด้วย 19 จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น กาฬสินธุ์ ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุตรธานี และอุบลราชธานี
- 5) ภาคเหนือ เป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลในเขตภาคเหนือเป็นหลัก ประกอบด้วย 17 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง กำแพงเพชร เชียงราย เชียงใหม่ ตาก นครสวรรค์ น่าน พะเยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน สุโขทัย อุตรดิตถ์ และอุทัยธานี
- 6) ภาคใต้ เป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลในเขตภาคใต้เป็นหลัก ประกอบด้วย 14 จังหวัด ได้แก่ สงขลา กระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พังงา พัทลุง ภูเก็ต ยะลา ระนอง สตูล และสุราษฎร์ธานี

ประเภทของข่าวสารตลาดแรงงาน

ข่าวสารตลาดแรงงานที่ศูนย์ข่าวสารตลาดแรงงานจัดทำออกเผยแพร่มี 3 ประเภท ประกอบด้วย จดหมายข่าว วารสาร และแผ่นพับ

1. **จดหมายข่าว** ใช้ชื่อว่า ข่าวสารตลาดแรงงานรายเดือน เป็นสิ่งพิมพ์ที่รายงาน ข่าวสารความรู้ด้านตลาดแรงงาน ข่าวอาชีพที่เกี่ยวข้อง โดยเผยแพร่เป็นรายเดือน ซึ่งมีเฉพาะระดับภาค เน้นเป้าหมายกลุ่มบุคคลเป็นหลัก ผู้อ่านสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที และมีวัตถุประสงค์ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์โดยนำเสนอข่าวสาร ความรู้ ข้อมูล ความคิดเห็นและมีสร้างความสัมพันธ์ กับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ช่องทางแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

องค์ประกอบของข่าวสาร

(1) **คอลัมน์ประจำ** เป็นเนื้อหา รายงานสถานการณ์ตลาดแรงงานเป็นหลัก และ ข่าวสารด้านการลงทุน ภาวะเศรษฐกิจ

(2) **บทความในคอลัมน์** เป็นบทความวิชาการทั่วไปที่เขียนจากข้อมูล ที่ได้จากการอ่าน การสังเกตข้อมูล โดยนำเฉพาะข้อมูลที่มีสาระสำคัญ และบทความวิจัย ที่นำเสนอผลการค้นคว้าวิจัย ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มาเขียนอย่างสังเขป ผลสรุปและข้อเสนอแนะ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการ ดำเนินงานหรือการดำเนินชีวิตได้

(3) **เรื่องทั่วไป** ที่เป็นสาระและเป็นประโยชน์ สำหรับแรงงานและประชาชน ผู้สนใจ

การนำเสนอ เป็นการนำเสนอข้อมูลมาเปรียบเทียบให้เห็นความเคลื่อนไหวของ ตลาดแรงงานในช่วงใดช่วงหนึ่ง โดยมีกราฟ รูปภาพ และตารางข้อมูลประกอบ

2. **วารสาร (Journal)** ใช้ชื่อว่าสถานการณ์ตลาดแรงงาน ประกอบด้วยระดับประเทศ เผยแพร่เป็นรายปี และรายไตรมาส ระดับภาคเผยแพร่เป็นรายครึ่งปี และรายปี เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้น เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ด้านตลาดแรงงาน โดยมุ่งเน้นทางวิชาการมากกว่าการนำเสนอข่าวสาร จะเน้นกลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานเป็นหลัก ประกอบด้วยภาครัฐและภาคเอกชน โดยผู้รับสามารถนำไป วางแผน กำหนดนโยบายด้านแรงงาน และสำหรับบุคคล เช่น นักเรียน นักศึกษา สามารถนำไป ประกอบการศึกษาค้นคว้าวิจัย นักวิชาการสามารถนำไปศึกษาเพื่อให้ได้แนวคิดหรือเป็นสื่อการเรียน ของหน่วยงาน เช่น โรงเรียน

องค์ประกอบของวารสาร

(1) **คอลัมน์ประจำ** เป็นรายงานวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดแรงงานและภาวะ เศรษฐกิจ

(2) **บทความ** เป็นบทความเชิงวิเคราะห์ บทความทางวิชาการที่แสดงความรู้ ความสามารถ ความคิดเห็นของผู้เขียน มีการรวบรวมข้อมูล วิธีการนำเสนอประเด็นการวิเคราะห์ การเปรียบเทียบ การทำนาย

การนำเสนอ เป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงวิเคราะห์ตลาดแรงงานในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยมีกราฟและตารางข้อมูลประกอบ ซึ่งการวิเคราะห์ใช้หลักสถิติ และคณิตศาสตร์มาเป็นเครื่องมือการวิเคราะห์

3. **แม่ข่าย (Folder)** เป็นเอกสารที่นำเสนอข้อมูลด้านตลาดแรงงานในระดับประเทศ เช่น ความต้องการแรงงาน ภาวะการมีงานทำ และข้อมูลภาวะเศรษฐกิจ นำเสนอในเชิงเปรียบเทียบในแต่ละช่วงเวลา โดยมีกราฟ และตารางข้อมูลประกอบ โดยเนื้อหาจะทัดรัดและอ่านง่าย

การเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงาน

สำหรับวิธีการเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงานของแต่ละศูนย์ มี 2 วิธี คือการเผยแพร่แบบเจาะจงโดยส่งให้ผู้ใช้บริการถึงระดับครัวเรือนทางไปรษณีย์ และเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์กองวิจัยตลาดแรงงาน www.doc.go.th/lmi_news

3.2 การพัฒนาปรับปรุง

3.2.1 แผนโครงการการจัดทำโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน

ภายใต้กรอบของการปฏิรูปของระบบราชการ ระบบการบริหาร ระบบการเมือง การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นหัวใจสำคัญที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในหลายระดับ เพื่อสะท้อนความต้องการของประชาชน เมื่อศึกษาถึงระดับของการมีส่วนร่วมที่รัฐธรรมนูญเปิดโอกาสให้ พบว่า ประชาชนมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายเพียงแคในระดับการร่วมรับรู้ข้อมูลและให้ข้อมูล ตลอดจนโอกาสในการแสดงความคิดเห็นมากกว่าการร่วมมือตัดสินใจ ซึ่งตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มุ่งเน้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารกิจการบ้านเมืองโดยตรงมากขึ้น โดยการยอมรับและให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแนะความคิดเห็น ร่วมปฏิบัติงาน และการตรวจสอบผลการดำเนินงาน ซึ่งแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย (พ.ศ.2546 – พ.ศ.2550) ยุทธศาสตร์ที่ 7 การเปิดระบบราชการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้ ระบุไว้โดยสรุปคือ ให้ส่วนราชการให้ความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติราชการ จัดให้มีระบบการปรึกษาหารือกับประชาชน สำรวจความต้องการของประชาชน มีการจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาภาคประชาชน ให้ส่วนราชการจัดให้มีอาสาสมัครภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทำงานกับข้าราชการ นำเสนอข้อมูลข่าวสารสารสนเทศที่มีความจำเป็นต่อการแสดงภาระรับผิดชอบ ความโปร่งใส และเปิดเผยเกี่ยวกับการปฏิบัติงานลงในเว็บไซต์ รวมทั้งการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในระบบราชการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดหนึ่งในการบริหารที่ดีของส่วนราชการ

จากกรอบของการปฏิรูปของระบบราชการ ระบบการบริหาร ระบบการเมือง ดังกล่าว กรมการจัดหางานจึงได้กำหนดให้การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเป็นตัวชี้วัดตามคำรับรอง การปฏิบัติราชการของกรมการจัดหางาน โดยได้ดำเนินการด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนกับการจัดทำ ข่าวสารตลาดแรงงานของกองวิจัยตลาดแรงงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานซึ่งจะอยู่ในระดับรับฟังความคิดเห็น (CONSULT) มีเป้าหมายเพื่อได้รับข้อมูลและความคิดเห็นจากประชาชน เกี่ยวกับข่าวสารตลาดแรงงาน โดยมีขั้นตอนดำเนินการ การดำเนินการ และผลการดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนดำเนินการ

ขั้นตอนที่ 1

วิเคราะห์ภารกิจหลักหรือยุทธศาสตร์ที่สำคัญและเหมาะสมในการเปิดโอกาส ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และแต่งตั้งคณะทำงานภาคประชาชน โดยเป็นคณะทำงานร่วมระหว่าง ภาครัฐและผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นส่วนราชการกับคณะทำงานภาคประชาชน มีการปรึกษาหารือ เพื่อเลือกประเด็นการพัฒนาระบบราชการ/ผลการปฏิบัติราชการ/การพัฒนาบริการ สาธารณะที่เห็นว่าเหมาะสมที่จะนำมาดำเนินการในปีงบประมาณ 2551 โดยประเด็นการพัฒนาระบบ ราชการ/ ผลการปฏิบัติราชการ/ การพัฒนาบริการสาธารณะที่เลือกต้องเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ภารกิจหลัก (Core Function) หรือเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน โดยตรงและต้องมีชั้นตามติ หรือมีการยอมรับร่วมกันในการเลือก

ขั้นตอนที่ 2

มีช่องทาง/กระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้มาประกอบการจัดทำแผนงาน/ โครงการตามประเด็นฯ ที่เลือก ร่วมกันจัดทำแผนงาน/โครงการแบบมีส่วนร่วมตามประเด็นฯ ที่เลือก โดยเป็นแผนระยะสั้นหรือระยะยาวซึ่งต้องระบุกิจกรรมการดำเนินงาน โดยให้ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้อง (ในประเด็นฯ ที่เลือก) เข้ามามีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์ ระยะเวลาดำเนินการ เป้าหมาย/ผลสำเร็จตามตัวชี้วัด วิธีการดำเนินการ วิธีการวัดผล ระบบหรือวิธีการจัดเก็บข้อมูล และวิธีการติดตามประเมินผลงบประมาณ และผู้รับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน

ขั้นตอนที่ 3

ร่วมกันดำเนินการตามแผนงาน/โครงการแบบมีส่วนร่วม ฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 ได้แล้วเสร็จครบถ้วน โดยมีการติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการตามแผนฯร่วมกัน ตามวิธีการที่กำหนดไว้ในแผนงาน/โครงการแบบมีส่วนร่วม ฯ พร้อมทั้งจัดทำรายงานสรุปผลการติดตามความก้าวหน้าเสนอต่อผู้บริหารของส่วนราชการอย่างสม่ำเสมอ (รายเดือน/รายไตรมาส)

ขั้นตอนที่ 4

จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการแบบมีส่วนร่วมฯ ได้แล้วเสร็จ ระบุปัจจัยสนับสนุน ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินการในปีต่อไป พร้อมทั้งนำเสนอต่อผู้บริหารและคณะทำงานภาคประชาชน โดยเผยแพร่รายงานสรุปผลการดำเนินการดังกล่าวให้ประชาชน และผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ ผ่านกระบวนการหรือกลไกที่ส่วนราชการจัดให้มีขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม

ขั้นตอนที่ 5

นำข้อมูลที่ได้จากผลการสรุปการดำเนินการฯ ในขั้นตอนที่ 4 ไปกำหนดแนวทางหรือแผนงาน/โครงการแบบมีส่วนร่วมสำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2552

(1) การสำรวจความต้องการและการใช้ประโยชน์

ได้ส่งแบบสอบถามไปยัง สถาบันการศึกษา สถานประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ อาสาสมัครแรงงาน คนหางาน องค์กรบริหารส่วนตำบล และนักเรียน/นักศึกษา ผู้ประกอบอาชีพอิสระและธุรกิจส่วนตัว จำนวน 18,280 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามกลับคืน จำนวน 9,244 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 50.57 จากจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งผลการสำรวจสรุปได้ดังนี้

1) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน

กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารตลาดแรงงานผ่านสื่อบุคคลมากที่สุด ส่วนการรับผ่านวารสารรายเดือน รายไตรมาส และรายปีจากกองวิจัยตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน เป็นลำดับที่ 4 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ข่าวสารตลาดแรงงาน มีความทันสมัยและครอบคลุมตามความต้องการ

ตารางที่ 3.1 แสดงการรับรู้ข่าวสารตลาดแรงงานของกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อต่างๆ ใน 10 อันดับแรก

1	สื่อบุคคล	3,199	34.6
2	แผ่นพับ	2,966	32.1
3	วิทยุ	2,531	27.4
4	วารสารรายเดือน/รายไตรมาส/รายปี	2,364	25.6
5	หนังสือพิมพ์	2,184	23.6
6	โทรทัศน์	1,960	21.2
7	เว็บไซต์ของกรมการจัดหางาน	1,929	20.9
8	การจัดนิทรรศการ	1,903	20.6
9	คู่มือ/จุดสาร/อนุสาร	1,618	17.5
10	โปสเตอร์	1,149	12.4

2) ประโยชน์ของข่าวสารตลาดแรงงาน

กลุ่มเป้าหมาย มีการนำข่าวสารตลาดแรงงานไปใช้ประโยชน์ ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 13.5 ระดับมาก ร้อยละ 58.8 ระดับปานกลาง ร้อยละ 23.1 โดยกลุ่มเป้าหมายได้นำข่าวสารไปใช้ในการหางานทำมากที่สุด ร้อยละ 47.1 รองลงมาไปบอกเล่าแก่เพื่อน ญาติพี่น้อง ร้อยละ 21.3 นำไปเผยแพร่แก่ประชาชน นักเรียน นักศึกษา และผู้ว่างงาน ร้อยละ 18.6 และประเภทข่าวสารตลาดแรงงานที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายมาก คือ ตำแหน่งงานว่าง ข่าวการประกันการมีงานทำ การแนะแนวอาชีพ /อาชีพอิสระ /การรับงานไปทำที่บ้าน ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน และข่าวการจัดนัดพบแรงงาน

3) การรับรู้ข่าวสารตลาดแรงงานผ่านเว็บไซต์

จากผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของกรมการจัดหางาน โดยมีผู้เข้าเยี่ยมชม ร้อยละ 39.0 และผู้ที่ไม่เคยเข้าเยี่ยมชม ร้อยละ 61.0 สำหรับผู้ที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ พบว่า เข้าไปใช้บริการสมัครงานมากที่สุด (แหล่งงานออนไลน์) รองลงมาใช้บริการข่าวนัดพบแรงงาน ข่าวและเหตุการณ์สำคัญ ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือ ใช้เวลานานในการเข้าใช้บริการ รองลงมาข้อมูลไม่ทันสมัย

4) ความคิดเห็นต่อการจัดทำวารสารข่าวสารตลาดแรงงาน

กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ได้รับข่าวสารตลาดแรงงานเป็นประจำ และมีความเห็นว่า เนื้อหาอ่านแล้วเข้าใจง่ายโดยสนใจข่าวสารตลาดแรงงานในประเทศมากที่สุด เช่น ตำแหน่งงานว่าง ข่าวสารด้านอาชีพ สถานการณ์การไปทำงานต่างประเทศและสถานการณ์

แรงงานต่างด้าวสนใจในระดับปานกลาง ส่วนสถานการณ์ทางเศรษฐกิจสนใจอยู่ในระดับมาก การจัดรูปเล่มและตัวอักษรอยู่ในระดับพอใจมาก สีสันทองเล่มมีความพอใจในระดับปานกลาง สำหรับการนำเสนอที่ประกอบด้วยแผนภูมิ ตารางและรูปภาพ มีความพอใจในระดับมาก

5) ความต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

กลุ่มเป้าหมายต้องการทราบข้อมูลการว่างงาน มากที่สุด รองลงมาเป็นแนวโน้มความต้องการแรงงาน และการขาดแคลนแรงงาน นโยบายต่างๆ ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน และภาษาอังกฤษเบื้องต้น

6) ข้อเสนอแนะ

- ด้านเนื้อหา

ถ้อยคำสำนวนควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ใช้ภาษาวิชาการมากนัก ควรมีรายละเอียดของข้อมูลให้มากขึ้น เช่น ตำแหน่งงานว่าง แนวโน้มความต้องการแรงงาน ข้อมูลการไปทำงานต่างประเทศ ควรมียกตัวอย่างการหลอกหลวงคนหางานให้มากขึ้น และต้องการให้มีคอลัมน์ถาม – ตอบ มีการปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน รวมทั้งปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีสีสันที่น่าสนใจ

- ด้านรูปเล่ม

ควรมีภาพประกอบ และมีสีสันดึงดูดใจผู้อ่าน และเผยแพร่ในรูปแบบของสื่อประเภท ซีดี หรือสื่ออื่นๆ ด้วย และควรส่งเอกสารให้เร็วเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์

- ด้านบริการ

● มีการประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงานว่างให้มากขึ้น กระจายตามสื่อต่างๆ รวมทั้งมีการจัดนัดพบแรงงานเคลื่อนที่ ไปยังตำบล หมู่บ้าน

● มีการแนะนำส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระ ให้มีความหลากหลาย

● อบรมอาสาสมัครจัดหางาน ให้มีความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่

รวมทั้งควรมีสิ่งจูงใจในการทำงาน

(2) แต่งตั้งคณะทำงานภาคประชาชน การจัดประชุม และการจัดทำแผน

กรมการจัดหางาน ได้มีการดำเนินการตามขั้นตอนในการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเกี่ยวกับข่าวสารตลาดแรงงาน ดังนี้

1) ได้ดำเนินการวิเคราะห์ภารกิจหลักของกรม ซึ่งมีการเกี่ยวข้องกับส่งเสริมการมีงานทำและคุ้มครองคนหางาน การศึกษาวิเคราะห์สภาวะตลาดแรงงานและแนวโน้มตลาดแรงงาน เป็นศูนย์กลางข้อมูลตลาดแรงงาน รวมทั้งพัฒนาและส่งเสริมการมีงานทำเพื่อให้ประชาชนมีงานทำที่เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ และความถนัด ไม่ถูกหลอกหลวง ตลอดจนได้รับสิทธิประโยชน์

ที่เหมาะสมและเป็นธรรมและจากวิสัยทัศน์ของกรมการจัดหางาน ที่มุ่งหมายให้กรมการจัดหางาน “เป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมการมีงานทำ คู่คุ้มครองคนหางาน และเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานของประเทศ”

จากการวิเคราะห์ภารกิจดังกล่าว พบว่า การดำเนินการตามภารกิจดังกล่าวจำเป็นต้องมีข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานที่ทันสมัย เทียบตรง รวดเร็ว เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้ใช้ในหลาย ๆ วัตถุประสงค์ เช่น ประชาชนผู้หางานสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการหางานทำหรือเลือกประกอบอาชีพ ครูแนะแนวใช้ประกอบการให้คำปรึกษา แนะนำ แก่นักเรียนนักศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงาน สถานประกอบการใช้ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน และหน่วยงานต่าง ๆ จะนำข้อมูลตลาดแรงงานไปใช้ประกอบการตัดสินใจวางแผนพัฒนากำลังคน

กรมการจัดหางานจึงมีมติเห็นชอบร่วมกันเลือกภารกิจด้านการให้ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานเป็นภารกิจที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยมอบหมายให้กองวิจัยตลาดแรงงานเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการดำเนินการตัวชี้วัดนี้ และกองวิจัยตลาดแรงงานได้มีคำสั่งที่ 001/2551 แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำตัวชี้วัดที่ 4 : ระดับความสำเร็จในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็นและร่วมติดตามตรวจสอบผลการปฏิบัติราชการ เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2551 โดยมีผู้อำนวยการกองวิจัยตลาดแรงงานเป็นประธานคณะทำงาน โดยได้จัดประชุมครั้งที่ 1 ไปเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2551 ได้หารือถึงวิธีดำเนินการ และสรรหาบุคคลภายนอกผู้ซึ่งมีส่วนได้เสีย (Stakeholder) เข้ามาเป็น “คณะทำงานส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของกรมการจัดหางาน”

2) กองวิจัยตลาดแรงงานได้ประสานยังบุคคลภายนอกจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เห็นว่าเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและเกี่ยวข้องกับภารกิจการให้ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน 5 ท่าน คือ

1. นางอรวรรณ พงศ์พงษ์ อดีตผู้ตรวจราชการกระทรวงแรงงาน
2. นายสำคัญ โรจนถาวร ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล บริษัทซัมซุงอินฟอร์ชั่นเทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ที่ปรึกษาคณะกรรมการบริหารสมาคมแนะแนวแห่งประเทศไทย
3. นายภาตินัย สุนทรวิภาต
4. นายสมชาติ กาญจนบุรณ์ ผู้อำนวยการสำนักอธิการบดี มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
5. นายศิระวิทย์ คลี่สุวรรณ ผู้อำนวยการกลุ่มสารนิเทศ สำนักผู้อำนวยการ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

กรมการจัดหางานได้มีคำสั่งที่ 504/2551 แต่งตั้งคณะทำงานส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการของกรมการจัดหางาน เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2551 โดยมีรองอธิบดีกรมการจัดหางานเป็นประธานคณะทำงาน

ประชุมคณะทำงานส่งเสริม ฯ ครั้งที่ 1/2551 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2551 ณ ห้องประชุมกรมการจัดหางาน ชั้น 14 เพื่อกำหนดและเลือกประเด็นการพัฒนาระบบราชการ ผลการปฏิบัติราชการหรือการพัฒนาการบริการสาธารณะที่เหมาะสมที่จะนำมาดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 ซึ่งที่ประชุมได้มีมติเลือกประเด็นพัฒนาการบริการสาธารณะของกรมการจัดหางานภารกิจการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานมาดำเนินการ โดยในเบื้องต้นศึกษาความต้องการของข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง เนื่องจากปัจจุบันข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลางมีกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 1,200 ฉบับต่อเดือน เป็นสื่อที่มีการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และจะได้รับประโยชน์จากสื่อดังกล่าวได้ตรงกับความต้องการใช้ข้อมูล โดยการเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงานรายเดือนมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ดังนี้

1. หน่วยงานกรม กระทรวง ใน 10 จังหวัดภาคกลาง
2. โรงเรียนใน 10 จังหวัดภาคกลาง
3. อาสาสมัครแรงงาน
4. สภาอุตสาหกรรมจังหวัด
5. หอการค้าจังหวัด
6. องค์การบริหารส่วนตำบล
7. สื่อมวลชนกระทรวงแรงงาน

(3) การปรับปรุงข่าวสารตามความคิดเห็นของแบบสำรวจ และคณะทำงาน

ข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลางฉบับรายเดือน มีหัวข้อเรื่องที่เผยแพร่ข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อหลัก ดังนี้

- สถานการณ์ตลาดแรงงาน เป็นหัวข้อที่เกี่ยวกับภาวะวิเคราะห์ความต้องการแรงงานของนายจ้างและผู้สมัครงานในภาคกลาง จำนวนตามประเภทอุตสาหกรรม ประเภทอาชีพ ระดับการศึกษา การทำงานของคนต่างด้าว การไปทำงานต่างประเทศ
- อาชีพอิสระ เป็นหัวข้อที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพอิสระซึ่งเป็นทางเลือกของผู้ซึ่งไม่ต้องการเป็นลูกจ้าง เป็นการให้ข้อมูลวิธีการทำ แหล่งจำหน่ายวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิต ช่องทางการจัดจำหน่าย และการหาแหล่งเงินทุน เป็นต้น

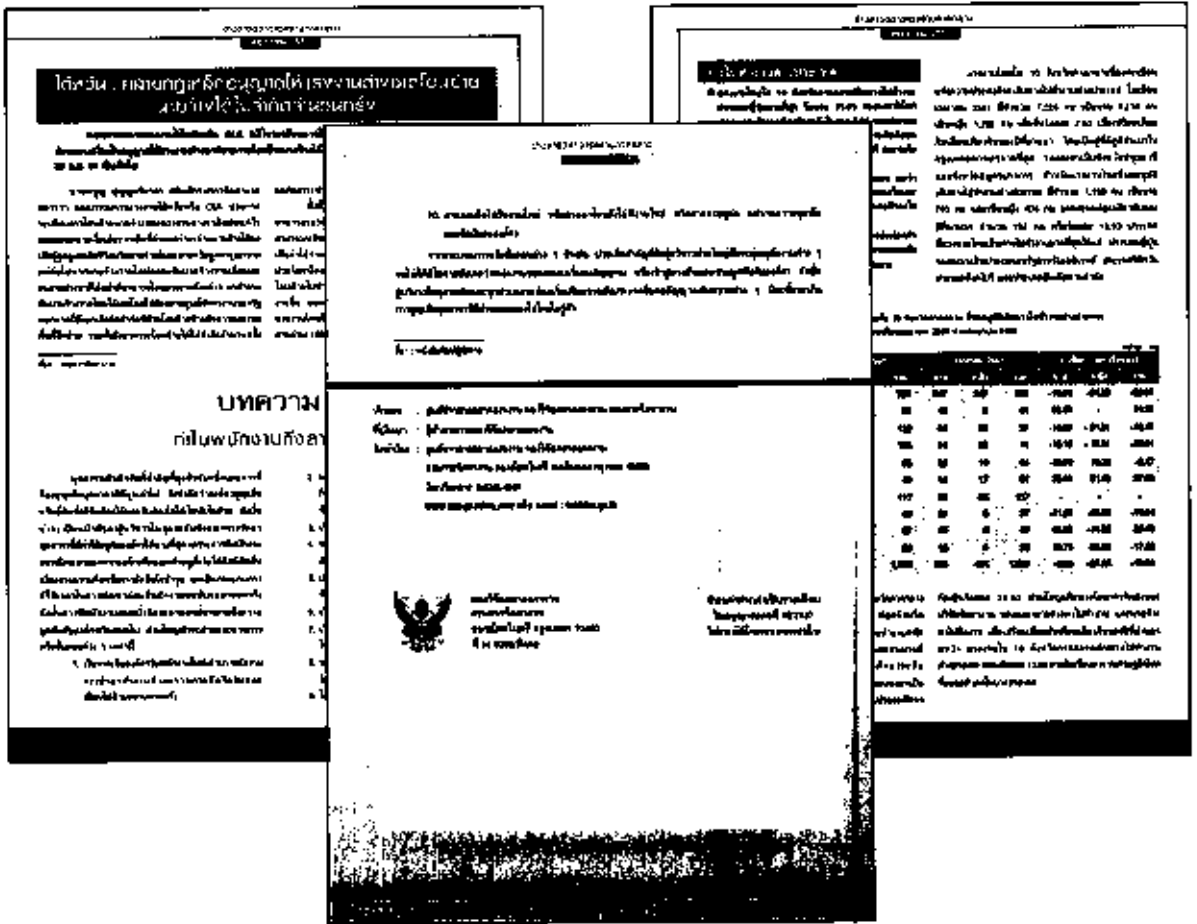
• สารนำรู้ เป็นหัวข้อที่ให้ความรู้ทั่วไปที่ผู้ใช้แรงงานควรทราบข่าวหรือประกาศต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับผู้ทำงาน เป็นต้น

• บทความ เป็นความรู้ในเหตุการณ์ต่างๆ ที่เป็นปัจจุบันและมีประโยชน์

ข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง ก่อนปรับปรุงแก้ไข

The collage displays several pages from a publication, including:

- อาชีพอิสระ** (Freelance Jobs): A section with bar charts and text discussing freelance work opportunities.
- ข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง** (Labor Market News - Central Region): The main title of the publication, featuring a logo with a flame and a gear.
- สถานการณ์ตลาดแรงงานภาคกลาง เดือนเมษายน 2551** (Labor Market Situation in Central Region - April 2008): A detailed report with a line graph showing trends and a table of statistics.
- นายถวิล เอกทองแดง** (Mr. Truil Ekthongdeang): A profile or interview section with a photo and text.
- มหกรรมอาชีพ** (Job Fair): A section with multiple bar charts and text describing a job fair event.
- ข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง** (Labor Market News - Central Region): Another instance of the main title, possibly a different page or section.



2. คณะทำงานจัดทำตัวชี้วัดฯ ได้ประชุมหารือเพื่อพิจารณาสรุปประเด็นความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานของกรมการจัดหางาน ปี 2550 จากช่องทางรับฟังความคิดเห็นที่ได้จากการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจัดเตรียมเป็นข้อมูลเบื้องต้นรายงานต่อคณะกรรมการส่งเสริมฯ รวบรวมความคิดเห็นต่อวารสารข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลางฉบับรายเดือนจากคณะกรรมการส่งเสริมฯ เพื่อนำมาเป็นเกณฑ์ในการปรับปรุงข่าวสารตลาดแรงงาน ซึ่งจากการประชุมเมื่อวันอังคารที่ 10 มิถุนายน 2551 สามารถรวบรวมความคิดเห็นต่อข่าวสารตลาดแรงงานของคณะกรรมการส่งเสริมฯ ในแต่ละประเด็นการพิจารณา ดังนี้

1) รูปเล่มโดยรวม

ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ขนาด รูปแบบ และสีสัน มีความเหมาะสมสบายตาดี แต่เสนอแนะให้ปรับปรุงให้น่าสนใจมากขึ้น เช่น ควรทำปกของเอกสารด้วย โดยมีรูปภาพที่สื่อความหมายเกี่ยวกับข่าวสารตลาดแรงงานและนำบทบรรณาธิการมาไว้ส่วนปก ควรมีทั้งเอกสารธรรมดา และ e-journal

2) เนื้อหาและข้อมูลโดยรวม

- สถานการณ์ตลาดแรงงาน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีที่เหมาะสม แต่การแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 กลุ่ม ตามจำนวนสถานประกอบการที่อยู่ในจังหวัด และให้ครอบคลุมธุรกิจต่าง ๆ ได้หลากหลาย โดยเฉพาะธุรกิจที่มีความเคลื่อนไหวสูงกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจ ควรปรับรูปแบบและเพิ่มเติมแผนภูมิ โดยในหน้าที่ 1 แผนภูมิที่ 1 แสดงความต้องการแรงงานและผู้สมัครงาน ให้เพิ่มผลการบรรจวงระหว่างเดือนมกราคมถึงปัจจุบันเข้าไปด้วย ในหน้าที่ 2 ให้ระบุลำดับแผนภูมิ โดยให้แผนภูมิแสดงความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมการผลิตที่มีความต้องการแรงงานมาก เป็นแผนภูมิที่ 1.1 แผนภูมิความต้องการแรงงาน จำแนกตามประเภทอาชีพฯ เป็นแผนภูมิที่ 1.2 และแผนภูมิแสดงความต้องการแรงงานและผู้สมัครงานฯ เป็นแผนภูมิที่ 1.3 พร้อมทั้งเพิ่มผลการบรรจวง เพื่อให้มองเห็นในภาพรวมของเดือนนั้น เพิ่มแผนภูมิแสดงความต้องการแรงงาน ผู้สมัครงาน และผลการบรรจวง จำแนกตามระดับอายุ โดยให้ตัดแผนภูมิแสดงการบรรจวง จำแนกตามระดับการศึกษา เปรียบเทียบเดือนๆ และแผนภูมิแสดงผู้สมัครงานและการบรรจวง จำแนกตามระดับการศึกษาออก นอกจากนี้ควรเพิ่มแนวโน้มการจ้างงานใน 3 เดือนข้างหน้า หรือนำเสนอแนวโน้มการจ้างงานล่วงหน้า รายไตรมาส และควรรำเสนอ 10 อันดับอาชีพของการเดินทางไปทำงานต่างประเทศ

- อาชีพอิสระ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีข้อเสนอแนะว่าควรเปลี่ยนหัวข้อและเพิ่มบทสัมภาษณ์ของผู้ซึ่งประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระสาขาต่าง ๆ มีการเสนอภูมิปัญญาชาวบ้านในการประกอบอาชีพ นอกจากนั้นควรมีการให้ข้อมูลแหล่งศึกษาหาความรู้ในการประกอบอาชีพอิสระในสาขาต่าง ๆ และหาเงินทุนเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจ

- สารน่ารู้ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสม อยู่ในเกณฑ์ดี แต่ควรเน้นเรื่องใกล้ตัวภายในประเทศให้มากขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ซึ่งจะหางานในประเทศ ปัญหาในการไปทำงานต่างประเทศตามภูมิภาคที่เกิดปัญหา ความรู้และความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมในนิคมต่าง ๆ

- บทความ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีดีแล้ว แต่ควรระบุแหล่งที่มา ควรทำแผนเสนอบทความแต่ละเดือนไว้ล่วงหน้า และควรเป็นบทความที่น่าสนใจเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญของกรม/กระทรวง ผู้ทรงคุณวุฒิ เน้นบทความด้านแรงงานและไม่เคยตีพิมพ์มาก่อน ควรมีความทันสมัยด้วย

- อื่น ๆ มีความคิดเห็นว่ามีเนื้อหาควรจะตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ควรปรับเปลี่ยนรูปแบบ เนื้อหาและข้อมูลทุก 3 เดือน เพื่อไม่ให้ซ้ำซาก จำเจ มีข่าวคราวความเคลื่อนไหวของกรมการจัดหางาน ตลอดจนปฏิทินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ให้สาธารณชนทราบถึงผลการดำเนินงานที่จะมีส่วนช่วยส่งเสริมภารกิจของกรมฯ และบทบาทที่จะเป็นกำลังสำคัญในการช่วยเหลือภาคผู้ประกอบการ

และบุคคลซึ่งอยู่ในภาคแรงงานของประเทศไทย ควรมีข่าวคราวเกี่ยวกับการอบรมการพัฒนาฝีมือแรงงานของหน่วยงานต่าง ๆ บ้าง

(4) การสำรวจความพึงพอใจของผู้ได้รับข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง

เมื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นต่อข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง ฉบับรายเดือนจากคณะทำงานส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของกรมการจัดหางาน เพื่อนำมาประกอบการจัดทำแผนการดำเนินงานปรับปรุงข่าวสารตลาดแรงงานปีงบประมาณ 2551 โดยได้ดำเนินการปรับปรุง แกไขรูปแบบและเนื้อหาของข่าวสารตลาดแรงงานตามที่คณะทำงานฯ เสนอแนะ และได้ทำการเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงาน ฉบับรายเดือนที่ได้ทำการปรับปรุงแล้วพร้อมกับแบบสอบถามความพึงพอใจต่อข่าวสารตลาดแรงงานที่ปรับปรุงแล้วไปยังกลุ่มเป้าหมาย

คณะทำงานส่งเสริมฯ ได้ประชุมร่วมกัน ครั้งที่ 2/2551 เมื่อวันที่จันทร์ที่ 30 มิถุนายน 2551 เพื่อร่วมกันจัดทำแผนงาน/โครงการแบบมีส่วนร่วมในการดำเนินการปรับปรุงข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง ฉบับเดือนมิถุนายน 2551 โดยมีเป้าหมาย ตัวชี้วัดผลและการจัดเก็บข้อมูลดังนี้

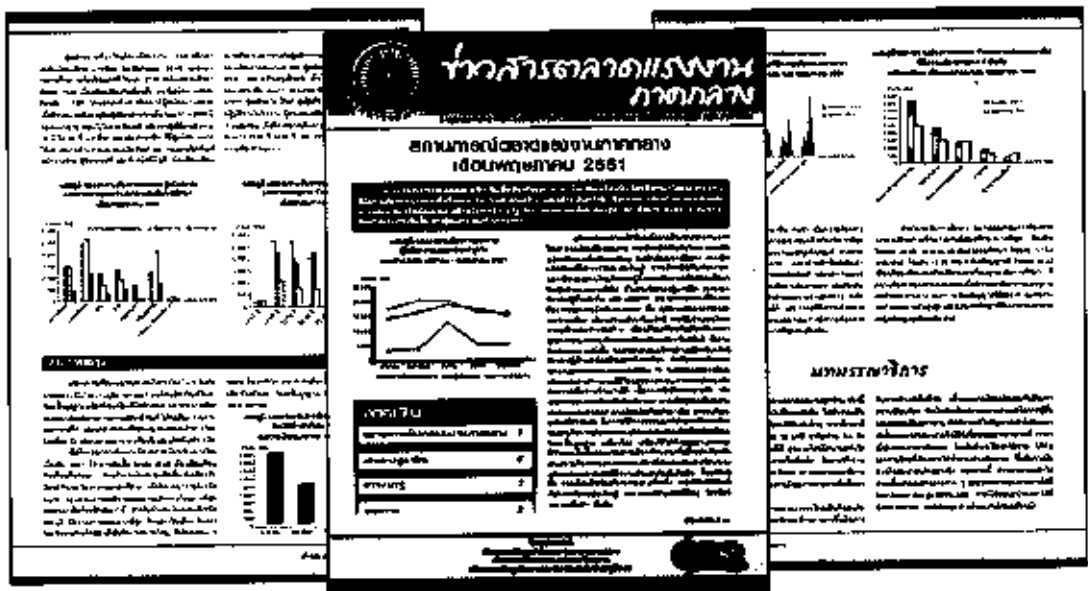
เป้าหมาย : ความพึงพอใจของผู้ได้รับข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง ฉบับรายเดือน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของแบบสอบถามความพึงพอใจ

ตัวชี้วัด : ความพึงพอใจของผู้รับข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลางฉบับรายเดือน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของแบบสอบถามความพึงพอใจ

วิธีการวัดผล : ใช้แบบสอบถามในการสำรวจความพึงพอใจ

ระบบการจัดเก็บข้อมูล : ส่งแบบสอบถามความพึงพอใจไปยังกลุ่มผู้ได้รับบริการข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง ฉบับรายเดือน รวบรวมจัดเก็บ และประมวลผลทางสถิติเพื่อหาค่าร้อยละของความพึงพอใจ

ข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลาง หลังปรับปรุง



ការបោះឆ្នោត

សំណើប្រធានាធិការ

សំណើប្រធានាធិការ គឺជាសំណើដើម្បីឱ្យអង្គប្រឹក្សាជាតិ ឬអង្គប្រឹក្សាស្រុក អនុញ្ញាតឱ្យប្រធានាធិការ ទៅប្រកាសលទ្ធផលបោះឆ្នោត ដោយមានលក្ខណៈស្របច្បាប់ និងមានលក្ខណៈប្រក្រតី។

សំណើប្រធានាធិការ ត្រូវតែមានលក្ខណៈស្របច្បាប់ និងមានលក្ខណៈប្រក្រតី។

ការបោះឆ្នោត

សំណើប្រធានាធិការ

សំណើប្រធានាធិការ គឺជាសំណើដើម្បីឱ្យអង្គប្រឹក្សាជាតិ ឬអង្គប្រឹក្សាស្រុក អនុញ្ញាតឱ្យប្រធានាធិការ ទៅប្រកាសលទ្ធផលបោះឆ្នោត ដោយមានលក្ខណៈស្របច្បាប់ និងមានលក្ខណៈប្រក្រតី។

សំណើប្រធានាធិការ ត្រូវតែមានលក្ខណៈស្របច្បាប់ និងមានលក្ខណៈប្រក្រតី។

លទ្ធផលបោះឆ្នោត

ឈ្មោះប្រធានាធិការ	លេខបោះឆ្នោត	ភាគរយ
1. ប្រធានាធិការស្រុក	100	100%
2. ប្រធានាធិការខេត្ត	200	200%
3. ប្រធានាធិការជាតិ	300	300%
4. ប្រធានាធិការស្រុក	400	400%
5. ប្រធានាធិការខេត្ត	500	500%
6. ប្រធានាធិការជាតិ	600	600%
7. ប្រធានាធិការស្រុក	700	700%
8. ប្រធានាធិការខេត្ត	800	800%
9. ប្រធានាធិការជាតិ	900	900%
10. ប្រធានាធិការស្រុក	1000	1000%

សំណើប្រធានាធិការ

សំណើប្រធានាធិការ គឺជាសំណើដើម្បីឱ្យអង្គប្រឹក្សាជាតិ ឬអង្គប្រឹក្សាស្រុក អនុញ្ញាតឱ្យប្រធានាធិការ ទៅប្រកាសលទ្ធផលបោះឆ្នោត ដោយមានលក្ខណៈស្របច្បាប់ និងមានលក្ខណៈប្រក្រតី។

សំណើប្រធានាធិការ ត្រូវតែមានលក្ខណៈស្របច្បាប់ និងមានលក្ខណៈប្រក្រតី។

លទ្ធផលបោះឆ្នោត

លទ្ធផលបោះឆ្នោត ត្រូវបានបង្ហាញក្នុងរូបភាពខ្សែកោងខាងលើ។

លទ្ធផលបោះឆ្នោត

លទ្ធផលបោះឆ្នោត ត្រូវបានបង្ហាញក្នុងរូបភាពខ្សែកោងខាងលើ។

លទ្ធផលបោះឆ្នោត

លទ្ធផលបោះឆ្នោត ត្រូវបានបង្ហាញក្នុងរូបភាពខ្សែកោងខាងលើ។

លទ្ធផលបោះឆ្នោត

លទ្ធផលបោះឆ្នោត ត្រូវបានបង្ហាញក្នុងរូបភាពខ្សែកោងខាងលើ។

กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและข้อมูลของข่าวสารตลาดแรงงานอยู่ในระดับมาก โดยหัวข้ออาชีพอิสระมีความพึงพอใจในระดับมาก ร้อยละ 46.7 ระดับปานกลาง ร้อยละ 24.8 สารแนะนำ มีความพึงพอใจในระดับมาก ร้อยละ 50.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 24.8 และบทความ มีความพึงพอใจในระดับมาก ร้อยละ 50.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 32.4 ส่วนความเข้าใจภาษาที่ใช้ มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.3

กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบและลักษณะของข่าวสารตลาดแรงงานในด้านขนาดรูปเล่ม ตัวอักษรและสีสันทันอยู่ในระดับมาก สำหรับเนื้อหาของข้อมูล พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในภาษาที่ใช้อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในเนื้อเรื่อง สถานการณ์ตลาดแรงงานในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาเป็นเรื่องสารแนะนำ บทความ และอาชีพอิสระ โดยมีความพึงพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.5 และ 46.7 ตามลำดับ

3.2.2 แผนการเผยแพร่โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน

การเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงาน เป็นวิธีการสำคัญที่ช่วยให้ข่าวสารตลาดแรงงานเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในพัฒนาการเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงาน กองวิจัยตลาดแรงงาน ได้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงวิธีการเผยแพร่ที่มีอยู่เดิม และพัฒนาวิธีการใหม่ เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึงและรวดเร็ว โดยได้ดำเนินการพัฒนาการเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงานที่สำคัญคือ การขยายเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน และติดตามประเมินผลเครือข่ายเพื่อรับฟังความคิดเห็น

(1) การขยายเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน

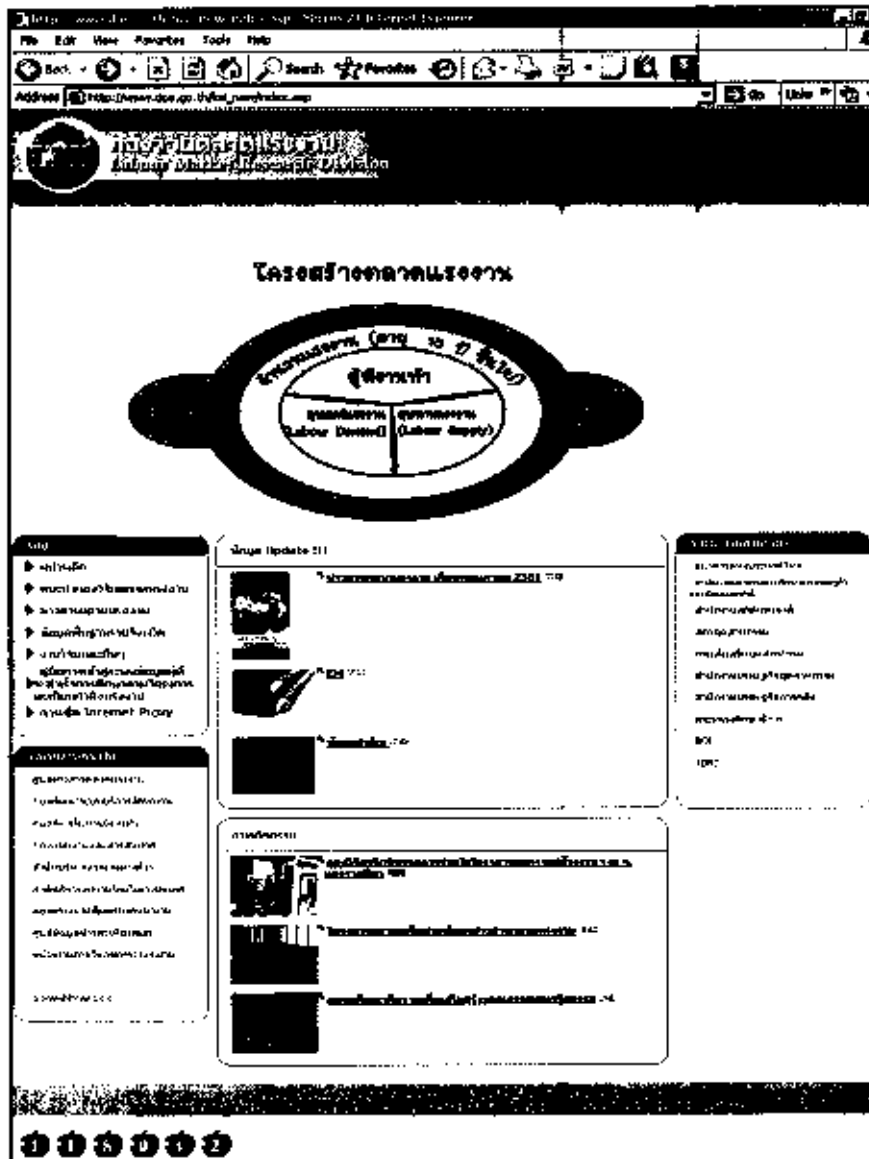
การขยายเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน เป็นการนำแนวคิดด้านเครือข่ายข่าวสารตลาดแรงงานมาเป็นผู้สนับสนุนการเผยแพร่เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย รวดเร็ว และครอบคลุม การสร้างเครือข่ายในการทำงานเป็นวิธีการทำงานที่ได้รับความนิยมทั้งในภาครัฐกิจและภาคเอกชน การสร้างเครือข่ายการทำงานเป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากปัญหาที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ทรัพยากรมีจำกัดย่อมเป็นไปได้ที่องค์กรจะทำงานให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง จำเป็นต้องมีการร่วมมือกันระหว่างองค์กร หรือสร้างเครือข่ายในการทำงาน (นฤมล นิราทร, 2543, น.10) ซึ่งการทำงานร่วมกันถือเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารประสบการณ์แล้วพัฒนาไปสู่การวางแผนร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน ทำให้หลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะเป็นการประสานพลัง (synergy) เป็นการใช้ทรัพยากร ใช้พลังงานอย่างประหยัด มีประสิทธิภาพ และเงื่อนไขสำคัญของเครือข่าย คือ ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์สื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ (เสรี พงศ์พิศ, 2548, น.9) ดังนั้น การสร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานจึงเป็น

วิธีการทำงานที่จะทำให้เกิดการพัฒนามากขึ้น เป็นการบริหารจัดการข่าวสารตลาดแรงงานให้มีคุณภาพ เนื่องจากทำให้ข่าวสารตลาดแรงงานเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม ท้าถึงและรวดเร็ว โดยเฉพาะการเป็นเครือข่ายข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต

เครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานในปัจจุบันประกอบด้วย องค์กรบริหารส่วนตำบล สถานศึกษา การทำงานประสานเครือข่าย กองวิจัยตลาดแรงงานจะจัดส่งเจ้าหน้าที่ออกไปแนะนำบริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานของกรมการจัดหางานผ่านเว็บไซต์ www.doe.go.th แก่เจ้าหน้าที่องค์กรบริหารส่วนตำบล และอาจารย์แนะแนวซึ่งเป็นการประสานให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนา (facilitator) ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (catalyst) และเกิดเครือข่ายการทำงาน (net work) มีการแจกคู่มือแนะนำบริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานผ่านอินเทอร์เน็ต สื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับ และโปสเตอร์ ซึ่งอาจารย์แนะแนวและเจ้าหน้าที่องค์กรบริหารส่วนตำบล จะเป็นคนกลางประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน เช่น นักเรียน ประชาชนทั่วไป หรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทำให้ในพื้นที่เกิดการมีงานทำ และเกิดการจ้างงานขึ้น

การขยายเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน นอกจากมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเครือข่ายในการเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงาน ซึ่งจะช่วยให้ข่าวสารตลาดแรงงานเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย รวดเร็ว และครอบคลุมแล้ว วัตถุประสงค์ที่สำคัญประการอื่น ๆ ได้แก่ เพื่อลดขั้นตอน ค่าใช้จ่าย และระยะเวลาที่ต้องใช้สำหรับการไปติดต่อหน่วยงานภาครัฐ ลดปริมาณการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทสู่เมือง และลดปัญหาการว่างงาน ส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานและลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานของนายจ้าง/สถานประกอบการ และเพื่อให้ผู้ว่างงานที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงานมีข้อมูลประกอบการสมัครงาน และได้รับข่าวสารตลาดแรงงานที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อและการประกอบอาชีพในอนาคตโดยบริการข่าวสารตลาดแรงงานของกรมการจัดหางานผ่านเว็บไซต์ มีดังนี้

- website ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน http://www.doe.go.th/lmi_news



website บริการแนะแนวและส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระ
http://www.vgnew-epd.com ให้บริการข้อมูลแนะแนวอาชีพ ส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระ
การรับงานไปทำที่บ้าน และบริการศูนย์ข้อมูลอาชีพ

The screenshot shows the website for the Employment Promotion Division. At the top, there is a navigation bar with the text "Employment Promotion Division" and a search box. Below this is a banner image showing people in a meeting. The main content area is divided into several sections:

- บริการแนะแนว** (Career Guidance): Includes statistics for various services:
 - บริการแนะแนว: 12 คน
 - รับ: 294 คน
 - บริการ: 227 คน
 - สมัคร: 2114 คน
 - จบ: 3498 คน
- ค้นหาอาชีพ** (Job Search): A section for finding jobs.
- แนะนำอาชีพ** (Job Recommendation): A section for recommending jobs, with a sub-section for "อาชีพที่น่าสนใจ" (Interesting Jobs).
- บทความที่น่าสนใจ** (Interesting Articles): A section for articles, with a sub-section for "ข่าวประชาสัมพันธ์และกิจกรรม" (Public Relations News and Activities).
- เว็บแหล่งฝึกอาชีพ** (Job Training Sources): A section for job training sources.
- เว็บกลุ่มอาชีพ** (Job Groups): A section for job groups.

At the bottom of the page, there is a footer with the text "กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ" (Ministry of Commerce) and "ศูนย์ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ" (Ministry of Commerce Promotion Center).

- website บริการจัดหางานและแนะแนวอาชีพผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตำบล

บริการจัดหางาน และแนะแนวอาชีพโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตำบล <http://www.doe.go.th/jobnetwork>

The screenshot shows a web browser window displaying the 'Job Network' website. The page has a header with the site's name and logo. Below the header, there are several sections:

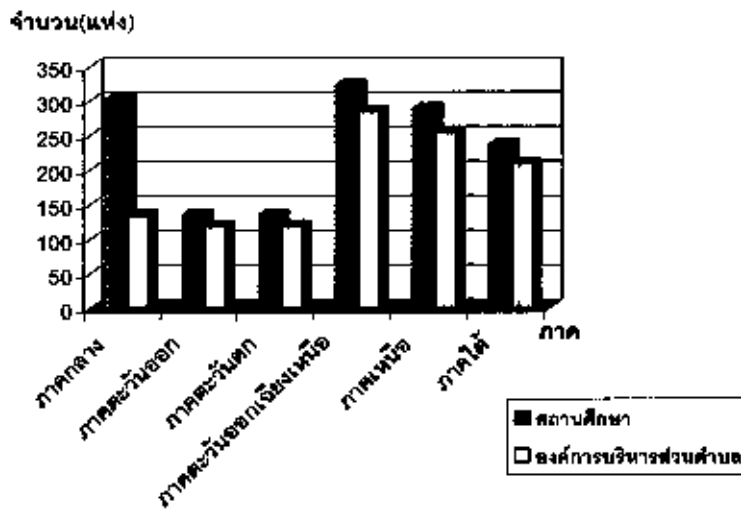
- Navigation Menu:** Includes links for 'Home', 'About Us', 'Services', 'Contact Us', and 'Job Network'.
- Job Network Section:** A list of job openings with details such as job title, location, and salary. For example, one listing is for a 'ช่างเทคนิคช่างเชื่อม' (Welding Technician) with a salary of 5,500 Baht.
- Job Categories Table:** A table listing various job categories and their corresponding counts.

ประเภทงาน	จำนวน
1. ช่างเชื่อม	1
2. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
3. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
4. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
5. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
6. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
7. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
8. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
9. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
10. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
11. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
12. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
13. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
14. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1
15. ช่างเทคนิคช่างเชื่อม	1

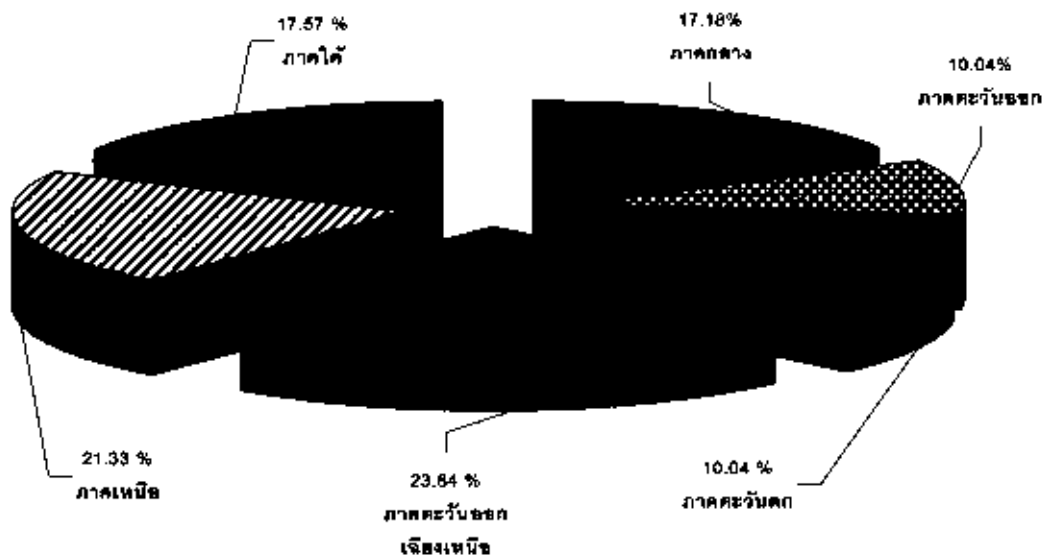
จำนวนเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน

การดำเนินงานเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน ได้ดำเนินการ ตั้งแต่ปี 2549 โดยมีผลการดำเนินงาน จำแนกตามภาคต่างๆ ตามแผนภูมิที่ 3.1 และ 3.2

**แผนภูมิที่ 1 แสดงจำนวนเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานจำแนกตาม
กลุ่มเป้าหมายและภาค ตั้งแต่ปี 2549 ถึง ปี 2551**



**แผนภูมิที่ 2 แสดงจำนวนเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน
จำแนกตามภาค ตั้งแต่ปี 2549 ถึง ปี 2551**



(2) การประเมินผลเครือข่ายเพื่อรับฟังความคิดเห็น

- การประเมินผลการรับรู้ข่าวสารตลาดแรงงานของเครือข่ายใหม่

กองวิจัยตลาดแรงงาน ได้มีการประเมินการรับรู้ข่าวสารตลาดแรงงานของกลุ่มเป้าหมายใหม่ ว่า ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานจากสื่อใดมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ผ่านทางวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน และได้สอบถามกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับเว็บไซต์ของกรมการจัดหางาน ว่าได้ใช้บริการข้อมูลในเรื่องใดมากที่สุด ได้แก่ บริการจัดหางานในประเทศ บริการแนะแนวและส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระ บริการการไปทำงานต่างประเทศ และบริการข้อมูลด้านตลาดแรงงาน

นอกจากนั้น ได้สอบถามถึงการใช้ประโยชน์จากข่าวสารตลาดแรงงานว่า บุคลากรในหน่วยงานซึ่งได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล สถานศึกษา สามารถแนะนำการใช้บริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานให้กับนักเรียน นักศึกษา และประชาชน ที่สนใจเพียงใด และต้องการข่าวสารตลาดแรงงานด้านใดมากที่สุด

- การประเมินผลการรับรู้ข่าวสารตลาดแรงงานของกลุ่มเครือข่ายเดิม

เมื่อได้ออกไปแนะนำบริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานผ่านเว็บไซต์ของกรมการจัดหางานแล้วจะมีการประเมินผลอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลว่า ประชาชน หรือนักเรียน มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารตลาดแรงงานประเภทใดมากที่สุด มีการรับข่าวสารจากช่องทางใด และนำข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานไปใช้ประโยชน์อย่างไรบ้าง เช่น ใช้ประโยชน์ในการหางานทำ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้อื่นทราบ หรือนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ สมัครงาน เรียนต่อ

บทที่ 4

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงาน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานของกรมการจัดหางาน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยผู้ศึกษาได้หาคำตอบวิธีดำเนินการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2536 เพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ รวมทั้งกำหนดวิธีในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับของการรับฟังความคิดเห็น และระดับของการเผยแพร่ ทำให้การพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานที่ผ่านมายังไม่สอดคล้องกับความต้องการของทุกกลุ่มเป้าหมาย จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการและสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลง

4.1 สรุปผลการศึกษา

การพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานที่ได้ดำเนินการในปัจจุบัน เป็นการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนภายใต้กรอบของการปฏิรูประบบราชการ ระบบบริหาร และระบบการเมือง เพื่อให้เกิดการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานให้สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการใช้ประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

(1) ก่อนการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงาน

1) ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 18,280 ฉบับ โดยได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 9,244 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 50.57 โดยกลุ่มเป้าหมายมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะดังนี้

ความคิดเห็น

- ข่าวสารตลาดแรงงานมีความทันสมัยและครอบคลุมตามความต้องการ
- ประเภทข่าวสารตลาดแรงงานที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายมาก คือ

ตำแหน่งงานว่าง

- การรับรู้ข่าวสารตลาดแรงงานผ่านเว็บไซต์ กลุ่มเป้าหมายเข้าไปใช้บริการสมัครงานมากที่สุด แต่มีปัญหาในการเข้าใช้บริการ คือ ใช้เวลานานในการเข้าใช้ และข้อมูลไม่ทันสมัย

- กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารตลาดแรงงานเป็นประจำ และมีความเห็นว่าเนื้อหาอ่านเข้าใจง่าย การจัดรูปแบบและตัวอักษรอยู่ในระดับดี สีสันทนของเล่มอยู่ในระดับปานกลาง การนำเสนอด้วยแผนภูมิ ตารางและรูปภาพ มีความเหมาะสมดี และกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจในหัวข้อข่าวสารตลาดแรงงานในประเทศมากที่สุดเนื่องจากเป็นหัวข้อที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ตรงตามความต้องการ

ข้อเสนอแนะ

- ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่เป็นวิชาการมากนัก ต้องการให้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการแรงงานในอนาคต ข้อมูลตำแหน่งงานว่างที่เป็นปัจจุบัน ข้อมูลของการไปทำงานต่างประเทศ มีตัวอย่างกรณีการลอบลวงคนหางาน มีคอลัมน์คำถาม-ตอบ และปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

- ควรมีภาพประกอบ และปรับปรุงสีสันทนให้น่าสนใจ และควรส่งเอกสารให้เร็วทันต่อเหตุการณ์

- เว็บไซต์ควรปรับปรุงให้มีสีสันทนน่าสนใจ นำเข้าใช้บริการ

2) คณะทำงานส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของกรมการจัดหางาน ได้เสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อวารสารข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลางฉบับรายเดือน ดังนี้

ความคิดเห็น

- ขนาดและรูปแบบมีความเหมาะสม สีสันทนสบายตาดี
- ควรมีปก และมีรูปภาพที่สื่อความหมายเกี่ยวกับข่าวสารตลาดแรงงาน และนำบทบรรณาธิการมาไว้ที่ปก

- เนื้อหาโดยรวม ส่วนใหญ่เห็นว่ามีเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

- ควรปรับปรุงสีสันทนให้น่าสนใจมากกว่านี้ ปรับรูปแบบ เนื้อหาและข้อมูลทุก 3 เดือน เพื่อไม่ให้ซ้ำซากจำเจ มีข่าวคราวความเคลื่อนไหวของกรมการจัดหางาน หรือปฏิทินกิจกรรมต่าง ๆ

- ควรปรับปรุงด้านการวิเคราะห์ให้ครอบคลุมทุกธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจที่มีความเคลื่อนไหวสูง นำเสนอแนวโน้มการจ้างงานล่วงหน้า 3 เดือน และเพิ่มข้อมูล 10 อันดับอาชีพของการเดินทางไปทำงานต่างประเทศ และการปรับรูปแบบแผนภูมิให้มีความสอดคล้องและตรงตามเนื้อหาที่น่าเสนอมากขึ้น

- ควรเพิ่มบทสัมภาษณ์ของผู้ซึ่งประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ สาขาต่าง ๆ มีการเสนอภูมิปัญญาชาวบ้านในการประกอบอาชีพ ควรมีการให้ข้อมูลแหล่งศึกษาหาความรู้ในการประกอบอาชีพอิสระในสาขาต่าง ๆ และแหล่งในการหาเงินทุนสำหรับผู้สนใจ

- สาระน่ารู้ควรเน้นเรื่องใกล้ตัวภายในประเทศให้มากขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ทำงานในประเทศ ปัญหาในการไปทำงานต่างประเทศตามภูมิภาคที่เกิดปัญหา และความเคลื่อนไหวของนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ

- ควรเน้นบทความด้านแรงงานที่ไม่เคยตีพิมพ์มาก่อน และมีความทันสมัยด้วย

(2) หลังการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงาน

1) เมื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นต่อข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลางฉบับรายเดือน จากกลุ่มเป้าหมายและคณะทำงานส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของกรมการจัดหางานแล้ว ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขรูปแบบและเนื้อหาของข่าวสารตลาดแรงงานตามที่เสนอแนะและได้ทำการเผยแพร่ข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลางฉบับรายเดือนที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไข พร้อมการสำรวจความพึงพอใจของผู้ได้รับข่าวสารตลาดแรงงานภาคกลางที่ปรับปรุงแล้ว จำนวน 1,026 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 105 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 10.24 โดยมีผลจากการสำรวจดังนี้

- ผลการสำรวจความพึงพอใจตามเกณฑ์ที่คณะทำงานส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนฯ กำหนด ส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในเรื่องของขนาดรูปแบบตัวอักษรและสีพื้น เนื้อหาของข่าวสารตลาดแรงงาน ในระดับปานกลางขึ้นไปจนถึงระดับมากที่สุดรวมแล้วเกินกว่าร้อยละ 70 ขึ้นไป

4.2 ข้อเสนอแนะ

ในการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานที่ผ่านมา กองวิจัยตลาดแรงงานได้เปิดรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการข่าวสารตลาดแรงงานในการนำข่าวสารตลาดแรงงานไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของแต่ละกลุ่มเป้าหมายผ่านทางช่องทางที่สำคัญ ได้แก่ แบบสอบถาม website ของกองวิจัยตลาดแรงงาน และคณะทำงานร่วมระหว่างหน่วยงานของกรมการจัดหางานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น คณะทำงานแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานในภาคอุตสาหกรรม และคณะทำงานส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของกรมการจัดหางาน เพื่อนำความคิดเห็นต่าง ๆ เหล่านี้มาปรับปรุงพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานให้มีคุณภาพเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถ

นำไปใช้ประโยชน์ตามความต้องการให้มากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้เกิดการจ้างงานและการมีงานทำใน ตลาดแรงงาน

จากการทบทวนวิธีการดำเนินการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานที่ผ่านมาตั้งแต่ ปี 2536 เพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ รวมทั้งกำหนดวิธีการในการแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นตามแนวทางการพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของ ประชาชน ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จัดทำแผนพัฒนาปรับปรุงข่าวสารตลาดแรงงานด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม ของประชาชน ทั้งในระยะสั้น 2 ปี และระยะยาว 5 ปี เพื่อกำหนดกรอบการดำเนินการให้ชัดเจน และเป็นประ โยชน์ต่อการของบประมาณ

2. การพัฒนาปรับปรุงการเผยแพร่โดยใช้ระบบ E-Journal เพื่อช่วยประหยัด งบประมาณการจัดพิมพ์และการส่งไปรษณีย์

3. การพัฒนาข่าวสารตลาดแรงงานด้านข้อมูลตำแหน่งงานว่าง ผู้สมัครงาน ให้สอดคล้องกับความต้องการและการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้สมัครงานและนายจ้าง โดยร่วมมือ กับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยในการดำเนินการในรูปแบบของการลงนามความร่วมมือ ระหว่างกระทรวงแรงงาน และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (MOU) เพื่อทำให้มีข้อมูล ตำแหน่งงานว่าง ผู้สมัครงานมากขึ้นและเป็นปัจจุบัน สามารถแก้ไขปัญหาปัญหาการขาดแคลน แรงงานในตลาดแรงงานได้ในระดับหนึ่ง

บรรณานุกรม

- กรมการจัดหางาน. (2550). การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินนโยบายของรัฐบาล
ด้านบริการจัดหางาน. กรุงเทพมหานคร : กองแผนงานและสารสนเทศ.
- ณัฐนันท์ สิริเจริญ. (2548). หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างมี
ประสิทธิภาพ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ส. เอเซียเพลส (1989) จำกัด.
- นฤมล นิราพร. (2543). การสร้างเครือข่ายการทำงาน : ข้อควรพิจารณาบางประการ.
กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนา สายกณิต. (2544). มหเศรษฐศาสตร์ : จากทฤษฎีสู่นโยบาย. กรุงเทพมหานคร :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช สภีร์รัตนกุล. (2549). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตและการบริหารภาวะวิกฤต.
กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมยศ นาวิการ. (2540). การบริหารพฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท โรงพิมพ์
ตะวันออก.
- สุมาลี ปิตยานนท์. (2539). เศรษฐศาสตร์แรงงาน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). เครือข่ายยุทธวิธีเพื่อประชาคมข้ามชั้น ชุมชนข้ามฝั่ง. กรุงเทพมหานคร :
เจริญวิทย์การพิมพ์.
- อรสา ปานขาว. (2539). หลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช เอกสารการสอนชุดวิชา การผลิตงานประชาสัมพันธ์.