

การประชาสัมพันธ์ มาตรฐานแรงงานไทย  
ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001 – 2546)

การเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์

โดย

นางสาวประภาพรพรณ สุวรรณมุสิก  
ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ 5

ผู้ขอรับการประเมินในตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ 6ว  
สังกัดกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง  
สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

14/299

## บทคัดย่อ

### การประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001 – 2546)

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นเครื่องมือสำคัญ ที่จะทำความเข้าใจในการทำงานของหน่วยงาน เป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่องานนั้น ทำให้การปฏิบัติงานได้รับความร่วมมือจนประสบผลสำเร็จได้ การประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบต่อทางสังคมไทย (มรท. 8001 – 2546) ซึ่งเป็นมาตรฐานแรงงานแบบหนึ่ง ที่กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน สร้างมาตรฐานนี้ขึ้นมา เพื่อให้สถานประกอบกิจการ นายจ้าง ลูกจ้าง และประชาชนเกิดการยอมรับ มีความเชื่อมั่นในมาตรฐานแรงงานไทยเทียบกับมาตรฐานแรงงานอื่น ๆ เช่น SA 8000, ISO 14001, ISO 9000 , GAP ฯลฯ จะทำให้เกิดผลดีต่อการพัฒนามาตรฐานแรงงานของประเทศไทย การประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001 – 2546) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ในลักษณะต่าง ๆ และระบบงาน แผนงานของมาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001 – 2546) ว่ามีการดำเนินการอย่างไร เพื่อจะจัดทำกรประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องเหมาะสมกับศักยภาพของหน่วยงานต่อไป

การศึกษาในเรื่องการประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบต่อทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001 – 2546) เป็นการศึกษาจากเอกสาร แนวคิด แผนงาน แนวทางการทำงานต่าง ๆ ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ มาตรฐานแรงงานด้านอื่น ๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ สรุปแผนงานและการประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย ให้เหมาะสมสอดคล้องกับศักยภาพของหน่วยงาน

### การเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์

การเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของหน่วยงานในการแสวงหาความร่วมมือ ความสัมพันธ์ การได้รับการสนับสนุน ชำรงไว้ ซึ่งทัศนคติที่ดีจากนายจ้าง ลูกจ้าง ประชาชน นักวิชาการ และบุคคลต่าง ๆ ให้คงอยู่ ยอมรับ สนับสนุนให้ความร่วมมือเพื่อให้มีการดำเนินการไปตามขบวนการ นโยบาย และความเคลื่อนไหวในด้านมาตรฐานแรงงานไทยของหน่วยงาน โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ ต้องมีหลักการในการประชาสัมพันธ์เพื่อนำหน่วยงาน ภารกิจ กิจกรรม ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ความนิยม โดยให้เกิดความเชื่อถือ

ไว้วางใจ จนเป็นที่ยอมรับสนับสนุนจากสถานประกอบกิจการ นายจ้าง ลูกจ้าง ในเรื่องมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546) เป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันทางการค้า โดยมีการดำเนินงานที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และการบริการของกลุ่มเป้าหมาย

การดำเนินการเพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ ควร มีแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดความคุ้มค่าตามแผนงาน ตามงบประมาณ จึงควรมีการดำเนินการส่งเสริมประชาสัมพันธ์สื่อต่าง ๆ ดังนี้

- การประชาสัมพันธ์มาตรฐานกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ วิทยุกระจายเสียง ซึ่งมีราคาถูกประหยัด เข้าถึงประชาชน ให้เกิดความรู้กว้างขวาง เพราะผู้ใช้สื่อมีความสะดวกในการพกพา

- สื่อทางโทรทัศน์ เป็นการประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001-2546) ที่ดีได้อย่างโดดเด่น เนื่องจากครบทุกมิติ มีความน่าสนใจ แต่สื่อประเภทนี้ต้องใช้งบประมาณในการจัดทำมากกว่าสื่อประเภทอื่น

- สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว ถือว่ายังมีความเหมาะสมที่เป็นสื่อที่มีความคุ้มค่าในงบประมาณ การจัดทำกลุ่มเป้าหมายสามารถหยิบอ่านได้ทันที วิธีการนี้ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

## คำนำ

ปัจจุบันมีการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น แต่แต่ละประเทศจะคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า เป็นสำคัญ โดยกำหนดมาตรฐานต่างๆ ขึ้นมา เช่น SA 8000, ISO 14001 และ GAP ฯลฯ ประเทศไทย โดยกระทรวงแรงงานจึงกำหนดมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546) ขึ้น เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจการค้าเพื่อการส่งออกของผู้ประกอบการ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของแรงงาน ลดการกีดกันทางการค้า และเป็นมาตรฐานเทียบเคียงกับมาตรฐานระหว่างประเทศอื่น ซึ่ง มรท. 8001 – 2546 ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง

จากความสำคัญของการจัดทำมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 -2546) และปัญหาการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น ข้าพเจ้า จึงได้จัดทำ “การประชาสัมพันธ์ มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001 – 2546)” และมีข้อเสนอแนวคิดในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดทำ “การเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์” ขึ้น โดยจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการให้ประชาชนได้รับทราบถึงภารกิจของกระทรวงแรงงานกว้างขวางมากขึ้น และสามารถรับบริการต่างๆ จากกระทรวงแรงงานได้

ข้าพเจ้า หวังเป็นอย่างยิ่งว่า การประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย (มรท. 8001 – 2546) เล่มนี้ จะเป็นประโยชน์แก่เจ้าหน้าที่ สถานประกอบการ กิจการ ลูกจ้าง และประชาชนทั่วไปไปตามสมควร

ประภาพรธรรม สุวรรณมุสิก

ธันวาคม 2551

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
<b>ผลงานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา</b>	
<b><u>การประชาสัมพันธ์ มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบต่อทางสังคม</u></b>	
<b><u>ของธุรกิจไทย (มรท.8001 – 2546)</u></b>	
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 วิธีการศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 ความรู้ทางวิชาการและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์	5
2.2 หลักการและกระบวนการประชาสัมพันธ์	
1. วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์	6
2. หลักการการประชาสัมพันธ์	6
3. ลักษณะการประชาสัมพันธ์	7
4. วิธีการในการประชาสัมพันธ์	7
2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	8
2.4 การประชาสัมพันธ์ในยุคแห่งการแข่งขัน	9
2.5 ประเภทของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด	11
2.6 ขอบเขตของการประชาสัมพันธ์เชิงตลาด	11
2.7 หลักเกณฑ์และข้อจำกัดของการประชาสัมพันธ์เชิงตลาด	13
บทที่ 3 ขั้นตอนการดำเนินการมาตรฐานแรงงานไทยและการประชาสัมพันธ์	
3.1 ความเป็นมาและความหมายมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546)	
1. ความเป็นมาของมาตรฐานแรงงานไทย	15
2. ความหมายของมาตรฐานแรงงาน	17

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ก
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
<b>ผลงานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา</b>	
<u>การประชาสัมพันธ์ มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบต่อทางสังคม</u>	
<u>ของธุรกิจไทย (มรท.8001 – 2546)</u>	
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 วิธีการศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 ความรู้ทางวิชาการและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์	5
2.2 หลักการและกระบวนการประชาสัมพันธ์	
1. วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์	6
2. หลักการการประชาสัมพันธ์	6
3. ลักษณะการประชาสัมพันธ์	7
4. วิธีการในการประชาสัมพันธ์	7
2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	8
2.4 การประชาสัมพันธ์ในยุคแห่งการแข่งขัน	9
2.5 ประเภทของการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด	11
2.6 ขอบเขตของการประชาสัมพันธ์เชิงตลาด	11
2.7 หลักเกณฑ์และข้อจำกัดของการประชาสัมพันธ์เชิงตลาด	13
บทที่ 3 ขั้นตอนการดำเนินการมาตรฐานแรงงานไทยและการประชาสัมพันธ์	
3.1 ความเป็นมาและความหมายมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546)	
1. ความเป็นมาของมาตรฐานแรงงานไทย	15
2. ความหมายของมาตรฐานแรงงาน	17

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 ประเภทของมาตรฐานแรงงาน	17
3.3 ข้อกำหนดของมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546)	18
3.4 ขอบเขตการนำมาตรฐานแรงงานไทยไปใช้	20
3.5 ขั้นตอนในการจัดทำมาตรฐานแรงงานไทย	20
3.6 ระยะเวลาการดำเนินงานของที่ปรึกษาในการพัฒนา มรท. 8001 – 2546	21
3.7 ระยะเวลาการดำเนินการตามแผนการปฏิบัติงาน	23
3.8 การวิเคราะห์แผนเพื่อนำไปสู่การประชาสัมพันธ์	37
3.9 ขั้นตอนและแนวทางการประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย	37
3.10 การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย	39
3.11 ประโยชน์การจัดทำมาตรฐานแรงงานไทย	
1. ทำไมต้องทำมาตรฐานแรงงานไทย	49
2. ประโยชน์การจัดทำมาตรฐานแรงงานไทย	49
3.12 การดำเนินการภาครัฐให้การช่วยสนับสนุนการจัดทำ มรท. 8001 – 2546	
1. การส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำมาตรฐานแรงงานไทย	50
2. การรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546)	50
3. ระดับการรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546)	50
4. หลักเกณฑ์การรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546)	50
5. ประโยชน์การรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546)	51
3.13 มาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	51
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะการประชาสัมพันธ์ มรท. 8001 - 2546	
4.1 ผลสำเร็จของการดำเนินงานตามมาตรฐานแรงงานไทย	
1. การรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546) ระดับพื้นฐาน	53
2. การรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546) ระดับสมบูรณ์	54
4.2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการประชาสัมพันธ์มาตรฐานแรงงานไทย	55
4.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการประชาสัมพันธ์	55

**สารบัญตาราง**

		หน้า
ตารางที่ 1	แผนปฏิบัติการ 4 ปี (พ.ศ. 2550 – 2553) การพัฒนามาตรฐาน แรงงานไทย และการรับรองมาตรฐานแรงงานไทย	24
ตารางที่ 2	แผนการปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. การพัฒนามาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546)	26
ตารางที่ 3	แผนการปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 การรับรองมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 – 2546)	30
ตารางที่ 4	จำนวนและร้อยละของสถานประกอบการที่คงการรับรอง มรท. 8001 – 2546 ระดับพื้นฐาน ณ ปัจจุบัน จำแนกตามที่ตั้งและ ขนาดสถานประกอบการตามลำดับมากไปน้อย	53
ตารางที่ 5	จำนวนและร้อยละของสถานประกอบการที่คงการรับรอง มรท. 8001 – 2546 ระดับสมบูรณ์ ณ ปัจจุบัน จำแนกตามที่ตั้งและ ขนาด และขึ้นการรับรองตามลำดับมากไปน้อย	54