

ผลงานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา
เรื่อง การบริหารงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

และ

ข้อเสนอแนวความคิดเพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ
เรื่อง การประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการกระทรวงแรงงาน



โดย

นางรภัสสา พานิกุล
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

ขอรับการประเมินเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
ตำแหน่งเลขที่ ๑๓๙ กลุ่มงานสื่อสารองค์กร กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

บทคัดย่อ

ผลงานฉบับนี้ ผู้ขอรับการประเมินเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ ตำแหน่งเลขที่ ๑๓๙ กลุ่มงานสื่อสารองค์กร กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน จัดทำขึ้นประกอบด้วย ๒ ส่วน คือ

ส่วนที่ ๑ ผลงานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา เรื่อง การบริหารงานประชาสัมพันธ์ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ขอรับการประเมินได้ยกรณีสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นช่องทางสร้างการรับรู้ที่สามารถจดจำได้ทั้งจากภาพและเสียง ในรายการ “สถานีแรงงาน” เผยแพร่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑) ซึ่งเป็นผลการเมื่อเดือนตุลาคม ๒๕๕๘ – กันยายน ๒๕๖๐ และเป็นกระบวนการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ภารกิจด้านแรงงานของกระทรวงแรงงานในภาพรวม โดยนำแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีขั้นตอนกระบวนการงานด้านงบประมาณ มาประกอบในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการดำเนินงานมีขั้นตอนการวางแผนการทำงานอย่างมีระบบ การประสานงาน กระบวนการจัดจ้างผลิตสื่อ กระบวนการปฏิบัติงาน และการประเมินผล เป็นการบูรณาการร่วมกับทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในรูปแบบคณะกรรมการ และคณะทำงานที่มีการจัดประชุมกำหนดประเด็นการนำเสนอรายการสถานีแรงงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้รายการสถานีแรงงานเป็นที่พึงพอใจของผู้รับชมและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่กำหนดให้ติดต่อสอบถามปัญหาด้านแรงงาน ในระหว่างออกอากาศทำให้กระทรวงแรงงานได้รับทราบข้อมูล ข้อเสนอแนะ และปัญหาอุปสรรคด้านแรงงาน สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการด้านแรงงานของกระทรวงแรงงานที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ และนำมาวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกขององค์กรต่อไป

ส่วนที่ ๒ ข้อเสนอแนวความคิดเพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ เรื่องการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการกระทรวงแรงงาน เป็นการนำเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการต่างๆ ในภารกิจภาพรวมของกระทรวงแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่เป็นผลประโยชน์ต่อแรงงานโดยตรง และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นด้วยการนำกลวิธีของการประชาสัมพันธ์ที่มีหลากหลายรูปแบบ เพื่อก้าวไปสู่การประชาสัมพันธ์ ในยุคไทยแลนด์ ๔.๐ ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนของโลกการสื่อสารในปัจจุบัน พัฒนาการของการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ไปสู่รูปแบบใหม่ (Social Media) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างโอกาสทางการรับรู้ให้กว้างขวางขึ้น การศึกษาครั้งนี้ ได้เสนอแนวทางกำหนดกรอบแนวคิด และวิธีดำเนินการศึกษา โดยได้ใช้แนวคิด (๑) ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย มีความรู้ ความเข้าใจ และรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อองค์กร (๒) แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสาร การสื่อสารเป็นปฏิริยาสัมพันธ์ทางสังคมที่สื่อความหมายผ่านระบบสัญลักษณ์ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่มบุคคล โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน (๓) พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งได้กำหนดวิธีปฏิบัติในการซื้อ การจ้าง วัสดุ ครุภัณฑ์ราชการ เพื่อให้วิธีปฏิบัติเป็นไปด้วยความโปร่งใสตรวจสอบได้ (๔) นโยบายที่เกี่ยวข้องกระทรวงแรงงาน ซึ่งได้กำหนดแผนแม่บทแผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งทุกหน่วยงานต้องทำงานให้ประสานสอดคล้องกันในเชิงกลยุทธ์ในการ

ทำงานในฐานะหน่วยงานหลักที่มีภารกิจหน้าที่ความรับผิดชอบด้านประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ ผู้จัดทำได้เสนอ
แนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงาน โดยการบริหารจัดการ
ทีมบุคลากรด้านการ PR การบูรณาการงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
สอดคล้องกับการพัฒนาการทำงานในยุคไทยแลนด์ ๔.๐



คำนำ

ผลงานทางวิชาการฉบับนี้ เป็นผลการดำเนินงานของผู้ขอรับการประเมิน เพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ ตำแหน่งเลขที่ ๑๓๙ กลุ่มงานสื่อสารองค์กร กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ซึ่งผู้ขอรับการประเมินเห็นว่าการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินงานขององค์กร ทุกองค์กรจึงมีการจัดตั้งงานประชาสัมพันธ์ไว้ในแผนและนโยบายขององค์กร เช่นเดียวกันในการดำเนินงานของกระทรวงแรงงานให้บรรลุเป้าหมายก็จำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักองค์กรอย่างต่อเนื่อง เมื่อการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญเช่นนี้ ผู้บริหารทุกระดับรวมทั้งสมาชิกทุกคนในองค์กร จึงต้องยึดถือปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน ต้องมีความเข้าใจและความรอบรู้ในเรื่องต่างๆ ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและการวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งให้การสนับสนุนแผนงานหลักขององค์กร และหน่วยงานภายในองค์กรให้รู้ต่อนำไปให้ได้

ผู้ขอรับการประเมินจึงได้จัดทำผลงานวิชาการแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนที่ ๑ กล่าวถึง ผลงานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา เรื่อง การบริหารงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งได้กล่าวถึงกระบวนการสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยนำแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงขั้นตอนการผลิตและสื่อสารประชาสัมพันธ์ บทบาทภารกิจ ผลการดำเนินงานในภาพรวมของกระทรวงแรงงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร พร้อมทั้งติดตามความเคลื่อนไหวภารกิจด้านต่างๆ เพื่อนำมาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบรายการโทรทัศน์ “สถานีแรงงาน” และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปสู่สาธารณชนทั่วไปได้รับรู้รวมทั้งนำเสนอแนะในการทำงานมาวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกขององค์กร และส่วนที่ ๒ กล่าวถึงข้อเสนอแนวความคิดเพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ เรื่อง การประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการกระทรวงแรงงาน เพื่อสร้างการรับรู้ภารกิจของกระทรวงแรงงาน และพัฒนาการทำงานให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นด้วยการนำกลวิธีของการประชาสัมพันธ์ที่มีหลากหลายรูปแบบ เพื่อก้าวไปสู่การประชาสัมพันธ์ในยุคไทยแลนด์ ๔.๐ ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนของโลกการสื่อสารในปัจจุบัน พัฒนาการของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่รูปแบบใหม่ การใช้สื่อใหม่ที่เรียกกันว่า สื่อ “Application” และสื่อ “Social Media” มากขึ้น และมีการบูรณาการกับหน่วยงานภายในกระทรวงแรงงานอย่างเป็นรูปธรรม ผู้ขอรับการประเมินหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลงานทางวิชาการฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางหรือประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

นางรภัสสา พานิกุล
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
ตุลาคม ๒๕๖๐

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญแผนภูมิ	ง
ส่วนที่ ๑ งานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา	
๑. ชื่อผลงาน : การบริหารงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ	๑
๒. ระยะเวลาที่ดำเนินการ	๑
๓. ความรู้ทางวิชาการหรือแนวความคิดที่ใช้ในการดำเนินการ	๑
๔. สรุปสาระและขั้นตอนการดำเนินการ	๗
๕. ผู้ร่วมดำเนินการ	๙
๖. ส่วนของงานที่ผู้เสนอเป็นผู้ปฏิบัติ	๑๐
๗. ผลสำเร็จของงาน	๑๒
๘. การนำไปใช้ประโยชน์	๑๒
๙. ความยุ่งยากในการดำเนินการ ปัญหา อุปสรรค	๑๒
๑๐. ข้อเสนอแนะ	๑๓
ส่วนที่ ๒ ข้อเสนอแนวความคิดเพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพมาก	
ชื่อเรื่อง : การประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการของกระทรวงแรงงาน	๑๖
๑. หลักการและเหตุผล	๑๖
๒. บทวิเคราะห์ แนวความคิด ข้อเสนอ	๑๗
๓. ผลที่คาดว่าจะได้รับ	๓๑
๔. ตัวชี้วัดความสำเร็จ	๓๒
บรรณานุกรม	๓๓
ภาคผนวก ก	
ภาคผนวก ข	

สารบัญแผนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่

- ๑ ขั้นตอนการดำเนินรายการสถานีแรงงาน
- ๒ แสดงการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS

๘

๑๙



ส่วนที่ ๑

งานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

๑. ชื่อผลงาน การบริหารงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. ระยะเวลาที่ดำเนินการ เดือนตุลาคม ๒๕๕๘ – กันยายน ๒๕๖๐

๓. ความรู้ทางวิชาการหรือแนวความคิดที่ใช้ในการดำเนินการ

๓.๑ หลักการและเหตุผล

กระทรวงแรงงานในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่ดูแลคนวัยทำงานทั้งในระบบและนอกระบบเกือบ ๔๐ ล้านคน ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญ เป็นทรัพยากรต้นทุนทางเศรษฐกิจของประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของกำลังคนให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยการขับเคลื่อนภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มุ่งเน้นสร้างโอกาส อาชีพ รายได้ที่ยั่งยืน ยกระดับคุณภาพชีวิตแรงงาน และให้แรงงานทั้งระบบมีโอกาสเข้าถึงบริการและสวัสดิการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ด้านแรงงานได้อย่างถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ด้อยโอกาส ทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกลให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และความช่วยเหลือจากภาครัฐ และกระทรวงแรงงาน ได้โดยง่าย ประหยัด สะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง

เพื่อให้การดำเนินงานของกระทรวงแรงงานเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจในบทบาทภารกิจ นโยบาย งานบริการประชาชนต่าง ๆ ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้แก่หน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจ โดยการเผยแพร่ข้อมูล ข้อเท็จจริง และนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะการสื่อสารสองทางที่สามารถกระจายข้อมูลได้อย่างทั่วถึงสามารถจดจำได้ทั้งจากภาพและเสียง ผ่านสื่อโทรทัศน์ซึ่งมีกระบวนการผลิตในหลายขั้นตอน ตลอดจนการใช้ทักษะ เทคนิค วิธีการจัดการต่างๆ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า อย่างเช่น การผลิตรายการแบบออกอากาศสด (Live) และเปิดรับฟังข้อซักถาม ข้อคิดเห็นต่างๆ ผ่านทางโทรศัพท์ในคราวเดียวกัน ซึ่งข้อดีของการสื่อสารวิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงความต้องการของประชาชนได้โดยแท้จริง และเป็นการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นรูปธรรมอีกด้วย

จากภารกิจสำคัญข้างต้น ผู้ขอรับการประเมินจึงขอนำเสนอผลงาน เรื่อง การบริหารงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ กรณีผลิตสื่อโทรทัศน์ รายการ “สถานีแรงงาน” เผยแพร่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑) ซึ่งเป็นผลการดำเนินงานเมื่อเดือนตุลาคม ๒๕๕๘ – กันยายน ๒๕๖๐ โดยการดำเนินงานดังกล่าวเป็นกระบวนการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ภารกิจด้านแรงงานของกระทรวงแรงงานในภาพรวม โดยนำแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการประเมินผล โดยสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับปรุงและพัฒนาการวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกขององค์กรต่อไป

๓.๒. ความรู้ทางวิชาการหรือแนวความคิด

๓.๒.๑ ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ/การสื่อสาร/การประชาสัมพันธ์/การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

๑) แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ของหน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (ถ้าเป็นหน่วยงานภาคเอกชน หมายถึง ของหน่วยงาน และ/หรือ บุคคล) ที่เกี่ยวข้องกับคน สิ่งของและหน่วยงาน โดยครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ เช่น (๑) การบริหารนโยบาย (Policy) (๒) การบริหารอำนาจหน้าที่ (Authority) (๓) การบริหารคุณธรรม (Morality) (๔) การบริหารที่เกี่ยวข้องกับสังคม (Society) (๕) การวางแผน (Planning) (๖) การจัดองค์การ (Organizing) (๗) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Staffing) (๘) การอำนวยการ (Directing) (๙) การประสานงาน (Coordinating) (๑๐) การรายงาน (Reporting) และ(๑๑) การงบประมาณ (Budgeting) เช่นนี้เป็นการนำ “กระบวนการบริหาร” หรือ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกว่าแฟมส์-โพสคอร์บ (PAMS-POSDCoRB) แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมาย

ทั้งนี้ อาจให้ความหมายได้อีกว่า การบริหาร หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ของหน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่เกี่ยวข้องกับ คน สิ่งของ และหน่วยงาน โดยครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ เช่น (๑) การบริหารคน (Man) (๒) การบริหารเงิน (Money) (๓) การบริหารวัสดุอุปกรณ์ (Material) (๔) การบริหารงานทั่วไป (Management) (๕) การบริหารการให้บริการประชาชน (Market) (๖) การบริหารคุณธรรม (Morality) (๗) การบริหารข้อมูลข่าวสาร (Message) (๘) การบริหารเวลา (Minute) และ (๙) และการบริหารการวัดผล (Measurement) เช่นนี้ เป็นการนำ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกว่า 9M แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมาย

การบริหารจัดการ เป็นการนำหลักวิชาการด้านการบริหาร คือ “กระบวนการบริหาร” และ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” มาใช้เป็นแนวทางหรือกรอบแนวคิดในการให้ความหมาย ซึ่งน่าจะมีส่วนทำให้การให้ความหมายว่าการบริหารเช่นนี้ครอบคลุมเนื้อหาสาระ สำคัญที่เกี่ยวกับการบริหาร ชัดเจน เข้าใจได้ง่าย เป็นวิชาการ และมีกรอบแนวคิดด้วย นอกจากนี้ ๒ ตัวอย่างนี้แล้ว ยังอาจนำปัจจัยอื่นมาใช้เป็นแนวทางในการให้ความหมายได้อีก เป็นต้นว่า 3M ซึ่งประกอบด้วย การบริหารคน (Man) การบริหารเงิน (Money) และการบริหารงานทั่วไป (Management) และ ๕ป ซึ่งประกอบด้วย ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ประหยัด ประสานงาน และประชาสัมพันธ์

กล่าวโดยสรุป คือ แนวคิดทฤษฎีการบริหารจัดการมีองค์ประกอบหลักที่ต้องให้ความสำคัญ คือ หลักการบริหารแบบ 3M ซึ่งประกอบด้วย การบริหารคน (Man) การบริหารเงิน (Money) และการบริหารงานทั่วไป (Management) และหลัก ๕ป ซึ่งประกอบด้วย ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ประหยัด ประสานงาน และประชาสัมพันธ์

๒) แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

๒.๑) การประชาสัมพันธ์ คือ การประชาสัมพันธ์คือการสื่อสารสาขาหนึ่งในรูปแบบของการสื่อสารองค์การที่ต้องมีความชำนาญเฉพาะด้าน ต้องใช้ความสามารถ ทั้งเชิงศาสตร์และศิลป์ เพื่อการสื่อสาร สร้างความรู้ ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันระหว่างบุคลากรภายในและภายนอกองค์กร เพื่อก่อให้เกิดความสนับสนุน ร่วมมือ เชื่อถือ การยอมรับ และความไว้วางใจอันจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินงาน เพื่อความสำเร็จขององค์กร

๒.๒) หลักการประชาสัมพันธ์ : การประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกได้เป็นสองลักษณะ โดยในอดีตนั้น การประชาสัมพันธ์เป็นเพียงการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ ข่าวสารข้อมูลและเรื่องราวต่างๆ ของสถาบันไปสู่ประชาชน หรืออาจสรุปได้ว่า เป็นการสื่อสารทางเดียวในอันที่จะให้ประชาชนได้รับทราบ มีความรู้ ความเข้าใจ เกิดความนิยมและศรัทธา แต่ในปัจจุบันบทบาทของการประชาสัมพันธ์ได้เปลี่ยนแปลงไป นอกจากจะมีความหมายและความสำคัญในการส่งเสริม และสนับสนุนด้านการตลาดและการขาย มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาพร้อมๆ กับมีบทบาทหน้าที่ในการสร้างบำรุงรักษาและแก้ภาพพจน์ให้แก่สถาบันแล้ว การประชาสัมพันธ์ยังสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับประชาชนให้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการตระหนักและเคารพในความรู้ ความคิดเห็น ความต้องการ และพฤติกรรมของประชาชนที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ซึ่งยังผลให้ การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการสื่อสารแบบยวดยุติหรือการสื่อสารสอง ทางไป - กลับ (two way communication) ที่สมบูรณ์ขึ้น การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ : ศาสตร์ ในการประชาสัมพันธ์ จึงหมายถึง วิชาที่มีหลักเกณฑ์ มีทฤษฎี มีระเบียบ มีเหตุผลมีการศึกษาจากตำราต่าง ๆ มีการเรียนรู้ และสอนให้ผู้อื่นมีความรู้ ได้มีการศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ มีการศึกษาสื่อการประชาสัมพันธ์ มีการศึกษาประชาคมติ และความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชาชน กับสถาบันส่วนที่เรียกว่าการประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นศิลป์ (art) นั้นหมายถึงผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ จะต้องมีประสิทธิภาพ มีความชำนาญ มีความสามารถเฉพาะตัวสูง บางคนมีความสามารถเฉพาะตัวต่ำ (วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่ม ความดี, ๒๕๔๓:๔; ปินดา พุ่มแย้ม, ๒๕๔๔: ๑๑; ไกรทวี ประดิษฐ์จา, ๒๕๕๒:๒๕; โชคชัย กัลยาณันตง, ๒๕๕๒:๒๑)

๒.๓) ทฤษฎีการสื่อสาร คือ การอธิบายการสื่อสารในด้านความหมาย กระบวนการ องค์ประกอบ วิธีการ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดของศาสตร์ต่างๆ แนวโน้มอนาคต และปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสาร แต่การอธิบายต้องมีการอ้างอิงอย่างมีเหตุผลที่ได้จากหลักฐาน เอกสาร หรือปากคำของมนุษย์ ซึ่งแปลคำนี้มาจากภาษาอังกฤษที่ว่า communication theory ซึ่งมีความหมายครอบคลุมกว้างขวาง รวมไปถึง theory of communication (ทฤษฎีของการสื่อสาร) theories in communication (ทฤษฎีในการสื่อสาร) theories for communication (ทฤษฎีเพื่อการสื่อสาร) และ theories about communication (ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร)

สำหรับทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ไว้หลายท่าน ดังนี้

ไอวี ลี (Ivy Lee) บิดาแห่งการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ได้ให้แนวความคิดในการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสร้างสรรค์ความราบรื่นให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การที่ท่านได้บอกกล่าวและเข้าไปทำความเข้าใจกับประชาชนโดยตรงและทำให้เขาเห็นชอบด้วยแล้ว พวกเขาจะให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือและสนับสนุนกิจการของท่านให้รุดหน้าต่อไป” และได้กล่าวถึงอาชีพการประชาสัมพันธ์ว่า “เป็นอาชีพทนายความชนิดใหม่ คือ ไม่เพียงแต่ป้องกันลูกความในศาล แต่ต้องให้คำแนะนำให้ลูกความรู้จักวางตัวอย่างไรจึงจะไม่ประสบปัญหาเรื่องเดือดร้อน” และยังกล่าวอีกว่า “องค์การหรือสถาบันควรมีการประชาสัมพันธ์กับประชาชนไม่ควรปิดหูปิดตาประชาชนหรือเพิกเฉยละเลยต่อประชาชนแต่ควรแถลงความจริงให้ประชาชนรับทราบ หากองค์การชี้แจงแถลงเรื่องราวต่างๆ ที่เป็นจริง

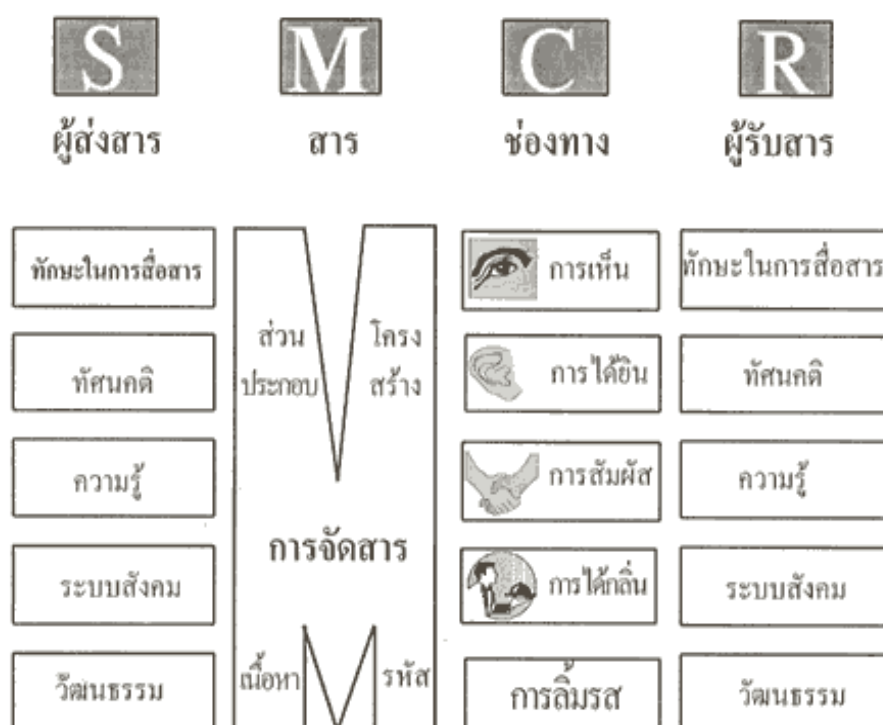
ให้ประชาชนรับทราบอย่างถูกต้องและเหมาะสมแล้วเมื่อนั้นประชาชนก็พร้อมเสมอที่จะเข้าใจองค์การด้วยความเป็นธรรม (somiosie : ออนไลน์ ๒๖ ม.ค. ๒๕๕๕)

Scott M.Cutip กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ หรืออาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็นขององค์กร ไปยังสาธารณชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น เพื่อเป็นการสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดแก่ทุกฝ่าย

แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) เสนอแบบจำลองการสื่อสารไว้เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๐๓ โดยอธิบายว่า การสื่อสารประกอบด้วยส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ ๖ ประการ คือ

๑. ต้นแหล่งสาร (communication source)
๒. ผู้เข้ารหัส (encoder)
๓. สาร (message)
๔. ช่องทาง (channel)
๕. ผู้ถอดรหัส (decoder)
๖. ผู้รับสาร (communication receiver)

จากส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ ๖ ประการนั้น เบอร์โล ได้นำเสนอเป็นแบบจำลองการสื่อสาร ที่รู้จักกันดีโดยทั่วไปว่า "แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล"(Berlo's SMCR Model) โดยเบอร์โลได้รวมต้นแหล่งสารกับผู้เข้ารหัสไว้ในฐานะต้นแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร และรวมผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารไว้ในฐานะผู้รับสาร แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โลนี้ จึงประกอบไปด้วย S (Source or Sender) คือ ผู้ส่งสาร M (Message) คือ สาร C (Channel) คือ ช่องทางการสื่อสาร R (Receiver) คือ ผู้รับสาร ซึ่งปรากฏในภาพต่อไปนี้



จากภาพ แสดงให้เห็นถึง การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ที่เรียกว่า ผู้ส่งสารไปยังยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางในการสื่อสารโดยมี องค์ประกอบที่สำคัญคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และตัวผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งมักเรียกกันว่า SMCR (วรรณกานต์ ขาวลาภ, ๒๕๕๘:๑๓-๑๔)

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ที่มี ประสิทธิภาพให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบการสื่อสารสองทาง (two way communication) คือการ ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ที่เรียกว่า ผู้ส่งสารไปยังยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางในการสื่อสารโดยมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และตัวผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งมักเรียกกันว่า SMCR

๓.๒.๒ ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์ จัดเป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุดเพราะสามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก และรวดเร็ว อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายยังสามารถรับได้ด้วยประสาทสัมผัส ทั้งทางตา หู คือเห็นทั้งภาพและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถดึงดูด ความสนใจ ให้ภาพ แสง สี เสียงเหมือนเหตุการณ์จริงได้มากที่สุด สามารถอธิบายเรื่องราวที่เข้าใจได้ยาก ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่ออื่นๆ สื่อโทรทัศน์จึงได้เปรียบสื่ออื่น เช่น หนังสือพิมพ์ หรือวิทยุ เพราะสามารถลดข้อจำกัดของผู้รับสารในเรื่องการอ่านไม่ออก เขียนไม่ได้ ประกอบกับคุณลักษณะของ โทรทัศน์ที่นำเสนอได้ทั้งภาพและเสียง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ข่าวโทรทัศน์เปรียบเสมือนกระจก สะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้ประชาชนได้รับรู้ ข่าวโทรทัศน์บางข่าวทำให้ประชาชนรู้ว่าเกิด อะไรขึ้นในสังคมที่พวกเขาอยู่ เพื่อหาทางแก้ไข ข่าวโทรทัศน์บางข่าวสะท้อนให้รัฐบาลเห็นความเดือดร้อน ของประชาชนในแต่ละพื้นที่ และเร่งแก้ปัญหาให้ลดลง ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ข่าวโทรทัศน์ไม่ได้มีหน้าที่เพียง การเป็นสื่อมวลชนและนำเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว แต่เป็นสื่อที่มีบทบาทในการพัฒนาสังคม ด้วยการ นำเสนอข่าวที่เป็นประโยชน์หรือแนวทางในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน แม้ว่าข่าวโทรทัศน์ มีข้อจำกัดในการนำเสนอข่าวได้ในช่วงเวลาที่ยากัด แตกต่างจากการเสนอได้อย่างละเอียดหรือเจาะลึกของ ข่าวหนังสือพิมพ์ แต่ข่าวโทรทัศน์สามารถสร้างประเด็นข่าว และกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้ ในเวลาอันรวดเร็วทำให้ประชาชนมีความตื่นตัวในการรับรู้ข่าวสารมากขึ้น

ข้อดีของสื่อโทรทัศน์

๑. ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์
๒. ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง
๓. ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ
๔. สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์ เช่น รายการสารคดี

การสาธิตทางวิชาการต่าง ๆ

ข้อจำกัดของสื่อโทรทัศน์

๑. ราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่น
๒. เมื่อพลาดรายการก็ไม่สามารถจะชมได้อีก นอกจากบันทึกเป็นวิดีโอเทป
๓. เป็นการสื่อสารทางเดียว (สื่อโทรทัศน์ (Television) – บ้านจอมยุทธ์ : ออนไลน์)

กล่าวโดยสรุปคือสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่บทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ เพราะโทรทัศน์มีคุณลักษณะเด่นและได้เปรียบสื่ออื่นๆ สามารถถ่ายทอดทั้งภาพและเสียง ภาพเคลื่อนไหวมาเผยแพร่สู่ประชาชนจำนวนมากโดยที่ประชาชนสามารถรับชมได้อย่างสะดวกสบาย

๓.๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ (Team Work)

การที่บุคคลตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไปมาทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ และผู้ปฏิบัติงานต่างก็เกิดความพอใจในการทำงานนั้น การทำงานเป็นทีมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพภายในองค์กร เนื่องจากทำให้วัตถุประสงค์รวมขององค์กรประสบความสำเร็จสูงสุด โดยสมาชิกในทีมประสบความสำเร็จสูงสุด มีความพึงพอใจในการทำงาน และมีความพึงพอใจในเพื่อนร่วมงาน

๓.๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างทีมงาน (Team Building)

การจัดการด้านพลังกลุ่มคนที่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน และต้องทำงานร่วมกัน เพื่อให้จุดมุ่งหมายขององค์กรสัมฤทธิ์ผล โดยมีความตระหนักถึงความรู้สึกนึกคิด และจิตใจของสมาชิกผู้ร่วมทีม ปฏิบัติงานให้ทำงานด้วยใจรักสนุก เพลิดเพลิน อันก่อให้เกิดพลังผูกพันรับผิดชอบร่วมกัน

กล่าวโดยสรุป คือ การสร้างทีมงาน (Team Building) ต้องมอบหมายงานชัดเจน ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดพลังผูกพันรับผิดชอบร่วมกัน ขับเคลื่อนงานให้บรรลุผลสำเร็จ

๓.๒.๕ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการ รายการ “สถานีนางงาม” มีขั้นตอนกระบวนการงานที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนกระบวนการกำหนดวงเงินวิธีการจัดหาพัสดุ ตามหนังสือด่วนที่สุดที่ กค (กwp) ๐๔๒๑.๓/ว๒๙๙ ลงวันที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๘ และขั้นตอนในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน เนื่องจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑) เป็นหน่วยงานภาครัฐ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑) ขั้นตอนการปฏิบัติงานในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน

หน่วยงานเจ้าของงบประมาณ หน่วยงานผู้เบิกแทน กรมบัญชีกลาง อ้างอิงข้อมูล : ตามหนังสือกรมบัญชีกลาง ที่ กค ๐๔๐๙.๗/ว ๓๕๕ ลงวันที่ ๑๒ ตุลาคม ๒๕๕๐ ดังนี้

(๑) สร้างข้อมูลหลักรายการเบิกแทน ผ่านระบบ GFMS (ZSUB_AG_MASTER) ได้เลขที่เอกสารเบิกแทนกัน ๑๐ หลัก

(๒) จัดทำหนังสือแจ้งโอนเงิน งบประมาณ พร้อมแบบใบแจ้งการ เบิกจ่ายเงิน งบประมาณเบิกแทนกัน เสนอให้หัวหน้าส่วนราชการลงนาม ในช่อง “เจ้าของงบประมาณ”

(๓) เสนอหัวหน้าส่วนราชการลงนาม ในช่อง “หน่วยงานผู้เบิกแทน” เมื่อลงนามเรียบร้อยแล้วให้แจ้งเจ้าของ งบประมาณ และกรมบัญชีกลาง ทราบ

(๔) สร้างรหัสงบประมาณเบิกแทนให้ หน่วยงานผู้เบิกแทนโดยอ้างอิงจาก เลขที่ รายการเบิกแทนกัน ๑๐ หลัก ได้รหัสงบประมาณเบิกแทน ๑๖ หลัก ในหน่วยงานผู้เบิกแทน โดยหลักที่ ๑๓ เป็นเลข ๙

(๕) จัดสรรงบประมาณเบิกแทนให้หน่วยงานผู้เบิกแทน ได้เลขที่ จัดสรรเบิกแทน ๘ หลัก

(๖) ตรวจสอบการได้รับงบประมาณ เบิกแทนได้จากรายงานข้อมูลหลัก รายการเบิกแทน (ZSUB_AG_RPT_๐๐๐๑)

(๗) โอนจัดสรรเงินงบประมาณเบิก แทน ไปยังหน่วยเบิกจ่ายในส่วน ภูมิภาค (ZFMBB_TRN)

(๘) หน่วยงานผู้รับงบประมาณก่อนนี้ ผูกพัน/ตั้งเบิก/เบิกเกินส่งคืน และการ นำส่งเงินรายได้แผ่นดิน(ถ้ามี)/เช่นเดียวกับเงินงบประมาณของตนเอง โดยใช้รหัสงบประมาณเบิกแทน

๒) ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์) พ.ศ. ๒๕๓๘ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๓๙

คำนิยาม

การพัสดุ หมายความว่า การจัดทำเอง การซื้อ การจ้าง การจ้างที่ปรึกษา การจ้างออกแบบและควบคุมงาน การแลกเปลี่ยน การเช่า การควบคุม การจำหน่าย และการดำเนินการอื่น ๆ ที่กำหนดไว้ใน ระเบียบนี้

พัสดุ หมายความว่า วัสดุ ครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง ที่กำหนดไว้ในหนังสือการจำแนกประเภทรายจ่ายตามงบประมาณของสำนักงบประมาณ หรือการจำแนกประเภทรายจ่ายตามสัญญาเงินกู้จากต่างประเทศ

การซื้อ หมายความว่า การซื้อพัสดุทุกชนิดทั้งที่มีการติดตั้ง ทดลอง และบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ แต่ไม่รวมถึงการจัดหาพัสดุในลักษณะการจ้าง

การจ้างให้หมายความรวมถึงการจ้างทำของและการรับขนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์การจ้างเหมาบริการแต่ไม่รวมถึงการจ้างลูกจ้างของส่วนราชการตามระเบียบของกระทรวงการคลังฯ

วิธีซื้อและวิธีจ้าง

การซื้อหรือการจ้างกระทำได้ ๕ วิธี คือ

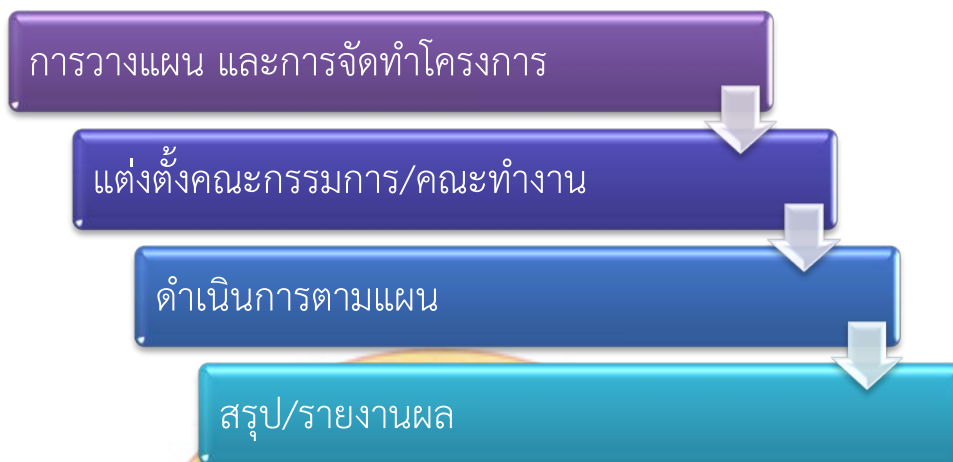
- วิธีตกลงราคา
- วิธีสอบราคา
- วิธีประกวดราคาทางอิเล็กทรอนิกส์
- การซื้อโดยวิธีพิเศษ
- การจ้างโดยวิธีพิเศษ

ทั้งนี้ การดำเนินการจัดจ้างเพื่อผลิตรายการสถานีแรงงาน ใช้งบประมาณภายในวงเงิน ๑,๗๐๐,๐๐ บาท (หนึ่งล้านเจ็ดแสนบาทถ้วน) จึงใช้วิธี การซื้อหรือการจ้างโดยวิธีสอบราคา ได้แก่การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท แต่ไม่เกิน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท ตามหนังสือหนังสือด่วนที่สุดที่ กค (กวพ) ๐๔๒๑.๓/ว๒๙๙ ลงวันที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๘

๔. สรุปสาระและขั้นตอนการดำเนินการ

การผลิตสื่อโทรทัศน์รายการสถานีแรงงาน เผยแพร่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑) ที่ผู้ขอรับการประเมินได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่ควบคุมบริหารงาน / การจัดการรายการ จะมีผังขั้นตอน/วิธีการในการดำเนินงาน สรุปดังนี้

แผนภูมิที่ ๑ ขั้นตอนการดำเนินรายการสถานีแรงงาน



๔.๑ ขั้นตอนที่ ๑ การวางแผน และเตรียมงานมีกระบวนการในการดำเนินการดังนี้

- (๑) จัดทำโครงการเสนอปลัดกระทรวงแรงงานอนุมัติ
- (๒) ประสานกลุ่มงานคลังและพัสดุเพื่อศึกษาแนวทางการจัดจ้างตามระเบียบพัสดุและหารือขั้นตอนระเบียบการเบิกจ่ายแทนกัน
- (๓) ประชุมร่วมกันระหว่างผู้บริหารโครงการ และผู้อำนวยการกลุ่มงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน เพื่อหาแนวทางการประชาสัมพันธ์โดยการเลือกประเภทสื่อ และ ช่องทางการเผยแพร่ และ การออกอากาศจากโดย กำหนดสถานีฯ ที่จะดำเนินรายการซึ่งขณะนั้นมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ
- (๔) กระทรวงแรงงาน ได้ขอความอนุเคราะห์สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑) ในการผลิตและเผยแพร่สื่อทางโทรทัศน์ รายการ “สถานีแรงงาน” (การเบิกจ่ายใช้วิธีเบิกจ่ายงบประมาณแทนกัน)

๔.๒ ขั้นตอนที่ ๒ ตั้งคณะทำงานกำหนดเนื้อหา และกำหนดช่องทางการเผยแพร่สื่อ

- (๑) ตั้งคณะทำงานกำหนดเนื้อหา รูปแบบ และประสานการดำเนินรายการสถานีแรงงานจัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานกำหนดเนื้อหา รูปแบบและประสานการดำเนินงาน รายการ “สถานีแรงงาน” ประกอบด้วย ที่ปรึกษาวิชาการแรงงาน เป็นประธานคณะทำงาน ผู้เชี่ยวชาญด้าน การตรวจและประเมินผล ผู้เชี่ยวชาญประจำสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ ผู้อำนวยการกลุ่มงานคลังและพัสดุ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมการจัดหางาน หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ผู้อำนวยการกลุ่มงานประชาสัมพันธ์ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศ สำนักงานประกันสังคม เป็นคณะทำงาน ผู้อำนวยการกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง เป็นคณะทำงานและเลขานุการ เพื่อพิจารณากำหนดเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอในรายการ รวมทั้ง กำหนดแนวทางและผู้รับผิดชอบการประสานการดำเนินงานระหว่างส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(๒) จัดประชุมคณะกรรมการ คณะทำงาน และทีมประชาสัมพันธ์ของทุกหน่วยงานในสังกัด กระทรวงแรงงานกำหนดแผนงาน

(๓) จัดทำหนังสือถึงกลุ่มงานคลังและพัสดุ เพื่อพิจารณาดำเนินการตามระเบียบ กระทรวงการคลัง ว่าด้วยการรับเงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้บริจาคให้ทางราชการ พ.ศ.๒๕๒๖

(๔) จัดทำหนังสือถึงอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์เพื่อขอความอนุเคราะห์ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจผลงานของกระทรวงแรงงานทางสื่อโทรทัศน์ จำนวน ๔๗ ตอน เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ – ๓๐ กันยายน ๒๕๕๙

๔.๓ ขั้นตอนที่ ๓ การดำเนินการตามแผน

(๑) ประชุมคณะกรรมการ และคณะทำงานในการดำเนินงานรายการ “สถานีแรงงาน” สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) เพื่อกำหนดเนื้อหารายการ

(๒) ประชุมคณะกรรมการ และคณะทำงานในการกำหนดประเด็นการออกอากาศ และการมอบหมาย หน่วยงานทุกในสังกัดกระทรวงแรงงานจัดเตรียมประเด็นการออกอากาศ และร่างโครงเรื่อง และบทสคริปต์ (Script)

(๓) จัดทำสคริปต์รายการเสนอผู้บริหาร และแก้ไขให้ถูกต้อง สมบูรณ์

(๔) จัดทำหนังสือถึงจังหวัดทุกจังหวัดเพื่อส่งแผ่นสต็อกเกอร์และโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รายการ

(๕) จัดทำหนังสือเชิญผู้บริหารร่วมสัมภาษณ์รายการสถานีแรงงาน

(๖) จัดทำหนังสือเชิญหน่วยงานที่ในสังกัดสนับสนุนเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ ตอบคำถามสดในรายการ

(๗) จัดทำคู่มือคำถามคำตอบ สำหรับตัวแทนจากหน่วยงานที่มาร่วมรับโทรศัพท์ในรายการ

(๘) จัดเตรียมภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวประกอบรายการ

(๙) จัดทีมงานบริหารจัดการในรายการ อาทิ ลำดับภาพประกอบกับทีม สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) ช่วงการถ่ายทอดสด ทำความเข้าใจลำดับงานร่วมกับพิธีกร และผู้กำกับ ร่วมกับทีมงาน ช่อง ๑๑

(๑๐) บริการอาหารว่างและเครื่องดื่ม อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมรายการ

(๑๑) ประสานขอสำเนาการออกอากาศจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) เพื่อนำมาเผยแพร่ต่อในช่องทางที่เกี่ยวข้อง

(๑๒) การบริหารจัดการของรางวัลเพื่อมอบให้ผู้ชมที่มีส่วนร่วมในรายการสถานีแรงงาน

๔.๔ ขั้นตอนที่ ๔ รายงานผลการดำเนินงาน

(๑) การรายงานผลการดำเนินงาน โดยรวบรวมสถิติจากการโทรศัพท์จากประชาชนเข้ามาใน รายการและจัดทำสถิติการรับชมรายการในรูปแบบสถิติ กราฟ ทุกตอน เพื่อทราบทิศทางและการ วางแผนการประชาสัมพันธ์หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน

(๒) รายงานสรุปผลการเบิกของรางวัลที่จะจัดส่งให้กับผู้ร่วมรายการสถานีแรงงาน เสนอ ปลัดกระทรวงแรงงานทราบ

๕. ผู้ร่วมดำเนินการ

ผู้ขอรับการประเมินได้เลือกนำเสนอผลงาน เรื่อง การบริหารงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ กรณีผลิตสื่อโทรทัศน์ รายการ “สถานีแรงงาน” เผยแพร่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑) (ระยะเวลา เดือนตุลาคม ๒๕๕๘ – กันยายน ๒๕๖๐) โดยลักษณะการดำเนินการ จำเป็นต้องมีผู้รับผิดชอบร่วมทางด้านการออกแบบศิลปะ และด้านวิชาการ โดยมีสัดส่วนผู้ร่วมดำเนินการจำนวน ๒ คน ดังนี้

- ๑) ว่าที่ร้อยตรี คณาพจน์ ทองคำ นายช่างศิลป์ชำนาญงาน สัดส่วนผลงาน ร้อยละ ๕
- ๒) นางสาวปิยนุช มุขเงิน นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ สัดส่วนผลงาน ร้อยละ ๕

๖. ส่วนของงานที่ผู้เสนอเป็นผู้ปฏิบัติ

ผู้ขอรับการประเมิน ปฏิบัติหน้าที่เป็นหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่บริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ผู้ขอรับการประเมินจึงได้เลือกนำเสนอผลงาน เรื่อง “การบริหารงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ” กรณีผลิตสื่อโทรทัศน์ รายการ “สถานีแรงงาน” เผยแพร่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑) ซึ่งเป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในระยะเวลา เดือนตุลาคม ๒๕๕๘ – กันยายน ๒๕๖๐ โดยมีสัดส่วนของผลงานร้อยละ ๙๐ โดยสรุปสาระและขั้นตอนการดำเนินการ สรุปได้ดังนี้

๖.๑ ขั้นตอนที่ ๑ การวางแผนและเตรียมงาน

๖.๑.๑ ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงแรงงาน และที่ปรึกษาวิชาการแรงงาน ผู้รับผิดชอบโครงการได้มอบให้ กลุ่มงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการ และคณะทำงาน โดยได้วางแผน และจัดประชุมคณะกรรมการ คณะทำงานฯ เพื่อสรุปแนวทางการจัดทำรายการในแต่ละตอน ซึ่งระยะเตรียมงานช่วงเดือนตุลาคม ๒๕๕๘

๖.๑.๒ จัดประชุมหารือรูปแบบการจัดทำรายการโทรทัศน์ร่วมกับ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง ๑๑) กรมประชาสัมพันธ์ จัดทำรายการสถานีแรงงาน ออกอากาศเดือน พฤศจิกายน ๒๕๕๘- กันยายน ๒๕๕๙ ทุกวันอังคาร เวลา ๑๓.๐๕ - ๑๓.๕๕ น.(๕๐ นาที) และได้กำหนดรูปแบบรายการสถานีแรงงาน ประกอบด้วย

- การนำเสนอสรุปรายการที่เกี่ยวข้องกับรายการ ๑๕ นาที
- รูปแบบรายการมีการสนทนาสด ๒๐ นาที
- ช่วงเปิดสายโทรศัพท์ให้ผู้รับชมสามารถโทรศัพท์เข้ามาสอบถามปัญหา และสร้างการมีส่วนร่วม และผู้บริหารจะตอบคำถามสดผ่านรายการ ๑๕ นาที

๖.๑.๓ คณะกรรมการ และคณะทำงาน กำหนดให้รายการ ใช้สโลแกนคำว่า “สถานีแรงงาน ไขทุกปัญหา ปกป้องทุกอาชีพ”

๖.๑.๔ กำหนดแนวทางการตอบคำถาม หากมีประชาชนถามคำถามเข้ามาในรายการจำนวนมากจนไม่สามารถตอบได้ทัน ให้ตอบคำถามที่ค้างทั้งหมดทางเว็บไซต์กระทรวงแรงงาน www.mol.go.th

๖.๒ ขั้นตอนที่ ๒ การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

๖.๒.๑ วางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ชมรายการ อาทิ อาทิ Infographics เสียงตามสาย ทางสื่อทางเว็บไซต์ www.mol.go.th ทาง Facebook : Ministry of Labour, Kingdom of Thailand

๖.๒.๒ ประสาน รวบรวมข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำสคริปต์ ให้ผู้บริหารและคณะกรรมการ และคณะทำงานฯ พิจารณาและแก้ไข

๖.๒.๓ จัดทำหนังสือความร่วมมือทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน เริ่มประชาสัมพันธ์สื่อช่องทางต่างๆ ภายใต้เครือข่ายที่หน่วยงานมีอยู่ (อาทิ ข่าว โพสต์เตอร์ เสียงตามสาย ตัววิ่ง เครือข่ายอาสาสมัครแรงงาน และสถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑)

๖.๒.๔ จัดงานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการสถานีแรงงาน

๖.๒.๕ จัดทำหนังสือแจ้งหน่วยงานในสังกัดเพื่อเตรียมความพร้อม อาทิ จัดงานทาง Internet กระทรวงแรงงาน

๖.๒.๖ จัดทำ หนังสือขอความร่วมมือหน่วยงานในสังกัด เพื่อจัดเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ตอบคำถามในรายการหน่วยงานละ ๑ คน (รวม ๕ คน)

๖.๒.๗ คณะกรรมการ และคณะทำงาน วางแผนจัดทำสคริปต์แก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์ ส่งให้คณะกรรมการฯ พิจารณาก่อนผลิตรายการ

๖.๒.๘ จัดทำคำถาม คำตอบให้พิธีกรถามในรายการ เสนอผู้บริหารและคณะกรรมการ และคณะทำงานฯ พิจารณาและแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์

๖.๒.๙ จัดส่งสคริปต์ (Script) คำถาม คำตอบของพิธีกร พร้อมภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ที่ใช้ประกอบรายการไปที่ทีมงานสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑)

๖.๒.๑๐ จัดทำหนังสือเชิญผู้บริหารร่วมสัมภาษณ์ในรายการ และกำหนดจำนวนประสานรายชื่อเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานในสังกัดรับโทรศัพท์

๖.๒.๑๑ แจ้งยืนยันนัดผู้บริหารที่ร่วมสัมภาษณ์ในรายการ และเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ในแต่ละตอน

๖.๒.๑๒ จัดเตรียมข้อมูลภารกิจของหน่วยงานในสังกัด จัดทำให้เป็นรูปเล่มเรียงลำดับหน่วยงานให้ง่ายต่อการหาข้อมูล เพื่ออำนวยความสะดวกให้เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ที่ใช้ในการตอบคำถามประชาชน

๖.๒.๑๓ ประสานแจ้งรายละเอียดการเข้าร่วมรายการ โดยการเตรียมความพร้อมผู้บริหาร เรื่องลำดับคิว การตอบคำถามประชาชนที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการ เรื่องการแต่งกาย และสิ่งที่ห้ามสวมใส่ฉากคือสีเขียว น้ำเงิน ม่วง เนื่องจากรายการสถานีแรงงาน ใช้ฉากบลูสกรีน

๖.๒.๑๔ ประสานช่างแต่งหน้า ทำผม และอำนวยความสะดวกให้ผู้บริหาร และผู้ร่วมสัมภาษณ์

๖.๒.๑๕ จัดเตรียมอาหารว่างและเครื่องดื่ม เพื่อรับรองผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์

๖.๒.๑๖ ลำดับขั้นตอนการดำเนินรายการร่วมกับพิธีกรรายการ และทีมงานสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑)

๖.๒.๑๗ กำกับภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวร่วมกับทีมงานสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

(สทท. ๑๑) ระหว่างออกอากาศ

๖.๒.๑๘ เตรียมการประสานงานระหว่าง กระทรวงกับกรมฯ และกรมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมพร้อมในการรับสาย หากมีผู้โทรเข้ามาปรึกษาแล้วเจ้าหน้าที่ในท้องส่งไม่สามารถตอบคำถามได้ จะต้องประสานกับหน่วยงานต้นเรื่องได้ทันที

๖.๒.๑๙ ประสานเครือข่ายไปยังจังหวัดทุกจังหวัดเพื่อประชาสัมพันธ์รายการให้ทั่วถึง อาทิตอาสาสมัครแรงงานในพื้นที่ และบัณฑิตแรงงาน

๖.๓ ขั้นตอนที่ ๓ การประมวลผลและการวิเคราะห์

๖.๓.๑ ประมวลผลผลการสอบถามข้อมูล/ร้องทุกข์/ผ่านทางโทรศัพท์ และรวบรวมให้ผู้บริหารทราบหลังจบรายการ

๖.๓.๒ ประมวลผลรายชื่อผู้ส่ง SMS ร่วมกิจกรรม

๖.๓.๓ รวบรวมรายชื่อผู้ร่วมกิจกรรมทั้งหมดให้ผู้บริหารจับฉลากในรายการ และให้พิธีกรประกาศรายชื่อ

๖.๔ ขั้นตอนที่ ๔ การนำเสนอข้อมูลและรายงาน

๖.๔.๑ รวบรวมภาพ VTR เผยแพร่ทาง Youtube Facebook : Ministry of Labour, Kingdom of Thailand และสื่ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๖.๔.๒ ประกาศชื่อผู้โชคดีที่ร่วมกิจกรรมในรายการสถานีแรงงาน ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) และทาง Facebook : Ministry of Labour, Kingdom of Thailand

๖.๔.๓ จัดทำหนังสือเพื่อขอเบิกของรางวัลกับที่ปรึกษาวิชาการแรงงาน

๖.๔.๔ จัดเตรียมของรางวัล และจัดส่งให้ผู้ที่ได้รับรางวัล หากเป็นรางวัลใหญ่ อาทิ เครื่องซักผ้า จะประสานสำนักงานแรงงานจังหวัด ดำเนินการจัดซื้อของรางวัลให้ผู้โชคดี

๖.๔.๕ ประสานอาสาสมัครแรงงานในพื้นที่เพื่อสืบค้นหาผู้โชคดีในพื้นที่ชุมชน ในการร่วมกิจกรรม (กรณีไม่สามารถติดต่อได้ตามที่แจ้งไว้)

๖.๔.๖ รายงานผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการ คณะทำงานและผู้บริหารทราบตามกำหนด

๗. ผลสำเร็จของงาน (เชิงคุณภาพ/เชิงปริมาณ)

เชิงคุณภาพ

ผลจากการจัดรายการสถานีแรงงาน ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมจากผู้รับชมหลายภาคส่วน อาทิ นายจ้าง ลูกจ้าง นักเรียน นักศึกษา แรงงานนอกระบบ ผู้พิการ ผู้สูงอายุ โดยมีการติดต่อสอบถามเข้ามา ทำให้กระทรวงแรงงานได้รับทราบข้อมูล ข้อเสนอแนะและปัญหาอุปสรรคด้านแรงงาน สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการด้านแรงงานของกระทรวงแรงงานที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ และนำมาวางแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกขององค์กรต่อไป

เชิงปริมาณ

๑) การมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้รับชมรายการ มีผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและสอบถามมายังรายการ จำนวน ๑๔๖ คน จากการออกอากาศสด จำนวนทั้งสิ้น ๔๗ ตอน

๒) ประชาชนได้รับความรู้ ข่าวสาร ด้านแรงงาน และสามารถวัดจากผลงานที่เกิดขึ้นร้อยละ ๙๕ จากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์

๘. การนำไปใช้ประโยชน์

๘.๑ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและบริการของกระทรวงแรงงานเกิดความเข้าใจความพึงพอใจ เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และให้ความร่วมมือในโครงการ/กิจกรรม/งานของกระทรวงแรงงานอย่างทั่วถึง

๘.๒ เพื่อกระตุ้น จูงใจ ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเร่งพัฒนาศักยภาพแรงงานและสถานประกอบการ กิจกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในบริบทสากล และเสริมสร้างความร่วมมือและพัฒนาเครือข่ายด้านแรงงาน

๘.๓ เป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารในการกำกั้นนโยบายและแผนการทำงานของกระทรวงแรงงาน

๘.๔ เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์/วิจัย และกำหนดนโยบายและแผนการทำงานในปีต่อไป

๙. ความยุ่งยากในการดำเนินการ/ปัญหา/อุปสรรค

การจัดรายการสถานีแรงงานทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) มีความยุ่งยากซับซ้อนในทางปฏิบัติ รวมถึงมีปัญหา ตลอดจนข้ออุปสรรคในการดำเนินการ หลายประการ ดังนี้

๙.๑ การทำงานที่ต้องมีองค์ความรู้เป็นวิชาชีพเฉพาะด้านนิเทศศาสตร์และมีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ไม่เป็นเพียงแต่บริหารจัดการสื่อหรืองานประชาสัมพันธ์ ได้เท่านั้น อาจต้องเผชิญภาวะเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า อาทิ การวิเคราะห์สถานการณ์ในช่วงถ่ายทอดสด จะต้องระมัดระวังคำถามที่เข้ามาในรายการ ในกรณีมีคำถามด้านอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับกระทรวงแรงงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร อีกทั้งการเขียนบทสคริปต์ (Script) และบทประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมภารกิจ และได้รับความสนใจได้นั้นจะต้องมีองค์ความรู้ในทฤษฎีและกลยุทธ์ทางการสื่อสารตามแนวคิดวิทยา สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างฉับไว และตรงประเด็น เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

๙.๒ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารมีความยุ่งยาก เพราะต้องเจาะจงให้สามารถเข้าถึงและแก้ไขประเด็นและสถานการณ์นั้นได้อย่างถูกต้อง การใช้ถ้อยคำและภาษาเป็นเรื่องของความอ่อนไหว ด้านถ้อยคำ อาจเกิดผลกระทบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น การกล่าวถึงแรงงานต่างด้าว หลบหนีเข้าเมือง ๓ สัญชาติ ได้แก่ เมียนมา ลาว กัมพูชา อาจกระทบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้ ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องระมัดระวังอย่างยิ่ง จึงเป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการทำงานบริหารงานประชาสัมพันธ์

๙.๓ การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในภาพรวมทุกภารกิจของกระทรวง จะแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ของกรมในสังกัดซึ่งรับผิดชอบในภารกิจของหน่วยงานเท่านั้น ดังนั้นผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน จะต้องมีความรับผิดชอบ และมีความรอบรู้ความเข้าใจในภารกิจของหน่วยในสังกัดด้วย ผู้ที่เขียนบทสคริปต์ (Script) ต้องเชื่อมโยงข้อมูล และวิเคราะห์ นโยบาย/ภารกิจเร่งด่วน หรือโครงการ/กิจกรรมสำคัญ ตลอดจนการติดต่อประสานงาน การวางแผนการจัดการลำดับของผู้บริหาร และผู้เข้าร่วมรายการทั้งจากหน่วยงานภายใน และหน่วยงานภายนอก

๙.๔ การจัดซื้อจัดจ้างผลิตและเผยแพร่สื่อมีข้อจำกัดด้านกระบวนการ และผู้ปฏิบัติขาดความเข้าใจในรายละเอียดระเบียบพัสดุฯ อีกทั้งต้องประสานงานกับบริษัทสื่อภายนอก เพื่อขอข้อมูลประกอบการทำราคากลาง จึงต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความรอบคอบในระเบียบที่เกี่ยวข้อง มีมนุษยสัมพันธ์บุคลิกที่น่าเชื่อถือ

๙.๕ ขาดการพัฒนาบุคลากรในเชิงวิชาชีพด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่องสำหรับผู้ทำหน้าที่ควบคุมบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ และทีมงานฝ่ายปฏิบัติด้านประชาสัมพันธ์เนื่องจากงบประมาณ มีไม่เพียงพอ

๑๐. ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ของกระทรวงแรงงาน มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้ขอรับการประเมินจึงได้นำแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการมาประยุกต์รวบรวมเป็นข้อเสนอแนะการดำเนินงาน ดังนี้

๑๐.๑ การบริหารคน (Man)

๑๐.๑.๑ ควรสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพบุคลากร โดยเฉพาะระดับหัวหน้า เพื่อการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ มีการดำเนินงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และมีความสามารถในแข่งขัน โดยให้เข้ารับการอบรมจากสถาบัน การประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น หลักสูตร Strategic PR Management การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ หลักสูตรการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร การจัดการรายการโทรทัศน์ และที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ซึ่งจะทำให้มีองค์ความรู้ มีความเป็นมืออาชีพ และมีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ นำไปสู่การปฏิบัติ ให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด

๑๐.๑.๒ บุคลากรควรมีความเข้าใจ และต้องมีความรู้ทางด้านประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เช่น การตัดต่อภาพ การเลือกภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว Infographics สามารถชี้แจงลำดับขั้นตอนการนำเสนอร่วมกับพิธีกร เทคนิคการควบคุมรายการช่วงคำถาม-คำตอบ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของรายการสด เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายและความคุ้มค่าของงบประมาณที่ได้รับ

๑๐.๑.๓ บุคลากรต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับหลักการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อกำกับดูแลและประสานงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานให้เข้าใจง่าย เพราะเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องทางกฎหมาย และเข้าใจยาก ซึ่งหลายครั้งบทโทรทัศน์ที่บริษัทรับจ้างส่งมาให้ตรวจสอบใช้ภาษาที่ เข้าใจยาก ใช้ศัพท์ทางวิชาการจึงต้องมีการแก้ไขปรับเปลี่ยนเพื่อให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่าย กระชับ ความหมายไม่คลาดเคลื่อน นอกจากนี้จะต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ตัวสะกด ชื่อ-ตำแหน่งของผู้ร่วมรายการด้วย

๑๐.๑.๔ ควรเปิดโอกาสให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัด กระทรวงแรงงานได้สามารถปฏิบัติงานร่วมกัน จัดเวรหมุนเวียน และรับผิดชอบ ในภารกิจงาน อาทิ จัดเวรหมุนเวียนในการถ่ายทำภาพนิ่ง และเคลื่อนไหว จะได้ลดปัญหาเรื่องการขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการทำงานภารกิจงานจากปัญหาที่หน่วยงานประสบ อาทิ กล้องถ่ายภาพที่มีประสิทธิภาพและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ และนำเสนอได้อย่างถูกต้อง และทันสมัย

๑๐.๒ การบริหารเงิน (Money)

บุคลากรต้องทำความเข้าใจกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พ.ศ. ๒๕๓๘ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๓๙ ๑) และขั้นตอนการปฏิบัติงานในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณเช่นกัน

๑๐.๓ การบริหารงานทั่วไป (Management)

๑๐.๓.๑ คณะทำงานของแต่ละหน่วยในสังกัดควรมีการประชุมร่วมระหว่าง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้านข้อมูลแรงงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ และเพื่อความทันสมัยของข้อมูลที่จะนำมาผลิตบทความ หรือผลิตประเด็นนำเสนอผู้บริหารรับทราบ

๑๐.๓.๒ ผู้รับผิดชอบในการผลิตรายการจะต้องควบคุม กำกับและประสานงานตลอดกระบวนการผลิตทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวจะต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ ในกระบวนการผลิตรายการในด้านต่างๆ ดังนี้

- การออกแบบสื่อ
- การเขียนบท/ภาษาที่สื่อสารเข้าใจง่าย
- การจัดองค์ประกอบของภาพ
- การให้แสง
- มุมกล้อง
- การลำดับภาพ
- ลำดับการนำเสนอของพิธีกร
- เทคนิคพิเศษต่างๆ เครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็นและเรื่องอื่นๆ

๑๐.๓.๓ ผู้รับผิดชอบในการกำกับดูแลและติดตามงานกับบริษัทรับจ้างประชาสัมพันธ์ จะต้องสรุปขั้นตอนการทำงาน รวบรวมปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ การประเมินผล รวมทั้งระบียบการจัดซื้อจัดจ้างที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นคู่มือการทำงาน หากผู้กำกับดูแลการดำเนินงานไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว อาจทำให้การจัดซื้อจัดจ้าง การประสานงาน การสื่อสารมีความคลาดเคลื่อน งานล่าช้า และได้งานที่ด้อยคุณภาพ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร



ส่วนที่ ๒

ข้อเสนอแนวความคิดเพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพมาก

ชื่อเรื่อง การประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการกระทรวงแรงงาน

๑. หลักการและเหตุผล

กรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี มีวิสัยทัศน์คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งมีเป้าหมายของประเทศในปี ๒๕๗๙ คือ “เศรษฐกิจและสังคมไทยมีการพัฒนาอย่างมั่นคงและยั่งยืนบนฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน สังคมไทยเป็นสังคมที่เป็นธรรม มีความเหลื่อมล้ำน้อย” ประกอบกับรัฐบาลปัจจุบันได้กำหนดนโยบายปฏิรูปประเทศไปสู่ “ประเทศไทย ๔.๐ (Thailand 4.0)” โดยการพัฒนาทุกด้านเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์มีระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม พร้อมสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านกลไกประชารัฐ ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเตรียมความพร้อมคนไทยในทุกมิติ โดยเฉพาะศักยภาพความคิดสร้างสรรค์และทักษะการทำงานด้วยปัญญา เพื่อก้าวสู่ศตวรรษที่ ๒๑ โดยไม่ทิ้งกลุ่มใดไว้ข้างหลัง สำหรับการพัฒนาด้านแรงงานที่มีประสิทธิภาพ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีได้มีข้อสั่งการในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๕๙ ให้กระทรวงแรงงานเร่งรัดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อยกระดับฝีมือแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่เป็นผลประโยชน์ต่อแรงงานโดยตรง นอกจากนี้ให้ทุกกระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเชิงรุกเกี่ยวกับการดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ของรัฐบาลรวมทั้ง กรณีการเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีความคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง เพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้องไม่ถูกบิดเบือน ไม่ถูกกล่าวอ้างผิดไปจากข้อเท็จจริง และลดความขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นต่อไป ทั้งนี้ ให้ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย โดยอาจพิจารณาสร้างเครือข่ายความร่วมมือดำเนินการกับภาคส่วนต่างๆ เช่น ภาคเอกชน นักวิชาการ และประชาชนด้วย

ปัจจุบันทุกองค์กรให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงรุก โดยการใช้ แนวคิด ทักษะ เครื่องมือใหม่ๆ การจัดการประเด็น วิทยาการ และนวัตกรรม ที่เน้นประสิทธิผล การกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับทิศทางวัตถุประสงค์และเหตุปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนทำให้รูปแบบ ของการสื่อสารในภาพรวมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทั้งบทบาทหน้าที่ วิธีการ การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ขององค์กร

กระทรวงแรงงาน จึงได้มีนโยบายมุ่งเน้นให้มีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่มีการบริหารจัดการแรงงาน ทั้งมิติด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ และสังคมจิตวิทยา ซึ่งให้ทุกหน่วยงานต้องมีการติดตามข้อมูลข่าวสารและสถานการณ์ตลอดเวลา ทั้งที่เป็นสถานการณ์ภายในประเทศ และสถานการณ์ในต่างประเทศ และมีการสังเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร ว่าเรื่องใดเกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบด้านแรงงาน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นเหตุเป็นผลเพื่อเตรียมการหรือหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา และมีระบบในการรายงานข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้เพื่อให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ทันเวลา เพื่อให้การสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของกระทรวงแรงงาน และนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลในการปฏิรูปและขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวสู่ประเทศในโลกรุ่นหนึ่ง

ได้อย่างกว้างขวางและเกิดประสิทธิภาพ ตามข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีข้างต้น ด้วยความสำคัญดังกล่าว การประชาสัมพันธ์จึงมีความจำเป็นต่อการดำเนินงานขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมากขึ้น ในฐานะที่เป็นกระบวนการหนึ่งของการบริหารที่มีความสำคัญยิ่ง ซึ่งนอกจากเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวขององค์กรแล้ว ยังเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายและประชาชนเพื่อการดำรงอยู่ขององค์กร และเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ให้มีขอบเขตครอบคลุมกว้างขวาง และพัฒนารูปแบบ แนวคิด และวิธีการอยู่ตลอดเวลา

ผู้ขอรับการประเมินจึงขอเสนอ รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการกระทรวงแรงงาน เพื่อสร้างการรับรู้ภารกิจของกระทรวงแรงงาน และพัฒนาการทำงานให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นด้วยการนำกลวิธีของการประชาสัมพันธ์ที่มีหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เป็นกลวิธีหนึ่งในการสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ โดยความหมายของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Pro - active PR) หมายถึง การประชาสัมพันธ์ที่มีการชี้แจงและให้ความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะมีกิจกรรม หรือเหตุการณ์ใด เพื่อให้เกิดการยอมรับ และความร่วมมือ แนวทางการประชาสัมพันธ์ในช่วงหลังจึงมุ่งไปสู่การบอกกล่าว หรือเผยแพร่ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูล และข่าวสารก่อนการดำเนินกิจกรรม ด้วยวิธีการต่าง ผ่านสื่อ ผ่านช่องทาง ผ่านกระบวนการให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ยังได้สรรหาวิธีการที่พยายามสร้างแรงจูงใจให้กับประชาชน หรือกำลังแรงงาน ได้พัฒนาตนเองให้เป็นกำลังแรงงานที่มีคุณภาพอันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม การประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยการสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพ ต้องมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และดำเนินการจริงตามแผนงานที่ได้วางไว้อย่างเหมาะสม สามารถปรับ แก้ไขได้ในบางกรณีซึ่งจะทำให้ได้ผลงานที่ดีกว่า การกำหนดวิธีดำเนินการนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ทั้ง คน เงิน และการบริหารจัดการ

๒. บทวิเคราะห์/แนวความคิด/ข้อเสนอ

๒.๑ บทวิเคราะห์

กระทรวงแรงงานมีภารกิจหน้าที่ในการบริหารจัดการแรงงาน ซึ่งเป็นงานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับการพัฒนาประเทศ มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ทั้งมิติด้านความมั่นคง เศรษฐกิจและสังคม จิตวิทยา ส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ มีความมั่นคง และมีคุณภาพชีวิตที่ดี พัฒนา กำลังแรงงานและผู้ประกอบการให้มีศักยภาพสูงและสอดคล้องต่อความต้องการของภาคเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันบนเวทีโลก ส่งเสริมให้แรงงานมีความมั่นคงในการทำงานมีหลักประกันและมีคุณภาพชีวิตที่ดี กระทรวงแรงงานนับเป็นกระทรวงหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากมีภารกิจต้องดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนวัยแรงงานที่มีมากถึง ๓๘.๖๘ ล้านคน จากประชากรทั้งประเทศ จำนวน ๖๕.๗๒ ล้านคน (ข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ :วารสารสถิติ รายไตรมาส ปีที่ ๖๔ พ.ศ. ๒๕๕๙) ทั้งที่เป็นแรงงานในระบบและนอกระบบและที่สำคัญยังมีกลุ่มประชากรที่อยู่ในวัยก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน ซึ่งกระทรวงแรงงานจะร่วมมือกับกระทรวงอื่นๆ และภาคีเครือข่าย ในการเตรียมความพร้อมเพื่อให้ก้าวสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพ เพื่อพัฒนาและเตรียมคนสู่ศตวรรษที่ ๒๑ (Human Capital) มุ่งพัฒนาให้คนเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องพัฒนาประกอบด้วยกลุ่มคนทุกช่วงอายุ ซึ่งการดำเนินงานของกระทรวงแรงงานโดยให้หน่วยงานในสังกัดรับผิดชอบในการสร้างโอกาส การมีงานทำ มีอาชีพ และมีรายได้ที่มั่นคงแก่ผู้ที่เข้าสู่ตลาดแรงงาน รวมทั้งสตรีผู้ด้อยโอกาสการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานให้ตรงกับความต้องการของตลาด การส่งเสริมสวัสดิการ การให้ความคุ้มครอง

และระบบแรงงานสัมพันธ์ สร้างหลักประกันทางสังคม และส่งเสริมคุณภาพชีวิตแรงงาน การพัฒนาระบบคุ้มครอง และความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และแรงงานข้ามชาติที่ถูกกฎหมาย นอกจากนี้ การผลักดันและส่งเสริมให้แรงงานนอกระบบเข้าสู่ระบบ เป็นภารกิจที่ต้องขับเคลื่อนให้สำเร็จโดยเร็ว

การดำเนินการในทุก ๆ ด้าน ของกระทรวงแรงงานให้สัมฤทธิ์ผลได้นั้นการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ถือเป็นกลไกสำคัญเนื่องจากการประชาสัมพันธ์สามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างชื่อเสียง ภาพลักษณ์ให้กับองค์กร อันนำมาซึ่งความนิยมชมชอบในองค์กร และสร้างศรัทธาหรือยอมรับบริการขององค์กรในที่สุด สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันให้ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องทำให้คนพูดถึง หรือทำให้เกิดการบอกต่อ (Word of Mouth) รวมทั้ง พยายามให้ได้ส่วนแบ่งในใจ (Share of Mind) แต่ปัจจุบันการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของแต่ละหน่วยงานในบางครั้งประสบปัญหาต่างๆ เช่น งบประมาณและบุคลากรที่ไม่เพียงพอกับปริมาณงาน การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ต่างคนต่างทำตามรูปแบบของตน ซึ่งบางครั้งกิจกรรมดำเนินการของหน่วยงานมีบทบาทหน้าที่ที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน แต่เมื่อไม่มีการบูรณาการด้านการประชาสัมพันธ์ร่วมกันจะทำให้การดำเนินงานขาดเอกภาพ เกิดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงานและสิ้นเปลืองงบประมาณโดยใช้เหตุ ดังนั้นการบูรณาการงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานผ่านสื่อทุกแขนงในภาพรวมของกระทรวงแรงงานนับเป็นทางออกที่สามารถลดค่าใช้จ่าย ในการประชาสัมพันธ์ที่แต่ละหน่วยงานต้องเสียไป เนื่องจากการเมื่อนำงบประมาณมาบูรณาการบริหารจัดการร่วมกัน ก็จะได้ราคาที่ลดลงแต่ได้ปริมาณงานที่มากขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่ายให้ราชการ และส่งผลให้ผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงแรงงานและหน่วยงานในสังกัด จะได้รับความสนใจจากสื่อฯ และได้รับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การทำงานยังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงาน เกิดการสร้างเครือข่ายที่เป็นเอกภาพ อย่างไรก็ตามเพื่อตอบสนองความต้องการของโลกการสื่อสารในปัจจุบันที่เน้นแข่งขันกันด้านความเร็วของข้อมูล จึงต้องนำระบบสื่อสารรูปแบบใหม่มาใช้ด้วย เพื่อก้าวไปสู่การประชาสัมพันธ์ในยุคไทยแลนด์ ๔.๐ ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนของโลกการสื่อสารในปัจจุบัน พัฒนาการของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่รูปแบบใหม่ การใช้สื่อใหม่ที่เรียกกันว่าสื่อ “Social Media” เข้ามามีบทบาทการผสมผสานในยุคโลกาภิวัตน์ มีการดำเนิน Digital เพื่อการเข้าถึงความต้องการของผู้รับ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและวัดผลได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างโอกาสทางการรับรู้ให้กว้างขวางขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อนำหลักการ SWOT Analysis มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงาน เพื่อให้ทราบถึงบริบททั้งด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และเกิดประโยชน์ในการนำปัจจัยเหล่านี้มากำหนดแนวทางการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ต่อองค์กรโดยมีรายละเอียดดังนี้

แผนภูมิที่ ๒ แสดงการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS



จุดแข็ง (STRENGTHS)

- มีหน่วยงานในสังกัด ๕ หน่วย ทำให้เกิดการบูรณาการด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ เครื่องมือ และการบริหารจัดการทำงานเชิงรุกอย่างมีประสิทธิภาพ
- กระทรวงแรงงานมีพันธกิจในด้านการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารอย่างบูรณาการเพื่อการบริหารจัดการ และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

จุดอ่อน (WEAKNESSES)

- ขาดเครื่องมือ สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในการสนับสนุนการปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์
- ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์
- ยังไม่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานอย่างเต็มศักยภาพ

โอกาส (OPPORTUNITIES)

- นโยบายรัฐบาลและข้อสั่งการของรัฐมนตรีในด้านการรับรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนทำให้เอื้อประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่

๒. สถานการณ์ข่าวด้านแรงงานทั้งในและต่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จะสามารถทำให้ผู้บริหารกระทรวงแรงงานตระหนักและให้ความสำคัญในการแก้ไขสถานการณ์ด้วยเทคนิควิธีด้านการประชาสัมพันธ์

อุปสรรค (THREATS)

๑. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการพัฒนาระบบสารสนเทศข้อมูล และความรวดเร็วต่อการตอบสนองของสื่อออนไลน์ทำให้การปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์มีความยุ่งยากซับซ้อน
๒. กระแส Social Media มีอิทธิพลต่อประชาชนสูงและสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารที่เกิดข้อผิดพลาดสูง

จากการนำหลักการ SWOT Analysis มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงาน สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อนำมากำหนดแผนกลยุทธ์ของกระทรวงแรงงาน ดังนี้ กระทรวงแรงงานมีจุดแข็งด้านจำนวนหน่วยงานในสังกัด ๕ หน่วยงาน ประกอบด้วย สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน กรมการจัดหางาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองคนหางาน สำนักงานประกันสังคม และกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ทำให้เกิดการบูรณาการด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ เครื่องมือ และการบริหารจัดการทำงานเชิงรุกอย่างมีประสิทธิภาพ และมีพันธกิจในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารอย่างบูรณาการเพื่อการบริหารจัดการ และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจุดแข็งเหล่านี้เป็นภูมิคุ้มกันจากอุปสรรคของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการพัฒนาระบบสารสนเทศข้อมูล และความรวดเร็วต่อการตอบสนองของสื่อออนไลน์ทำให้การปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์มีความยุ่งยากซับซ้อน และกระแส Social Media มีอิทธิพลต่อประชาชนสูงและสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารที่เกิดข้อผิดพลาดสูง และจุดแข็งเหล่านี้ก็ช่วยลดจุดอ่อนในด้านขาดเครื่องมือ สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในการสนับสนุนการปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์ ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ และยังไม่มีบูรณาการระหว่างหน่วยงานอย่างเต็มศักยภาพ ทำให้โอกาสนโยบายรัฐบาลและข้อสั่งการของรัฐมนตรีในด้านการรับรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนทำให้เอื้อประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มที่ และสถานการณ์ข่าวด้านแรงงานทั้งในและต่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จะสามารถทำให้ผู้บริหารกระทรวงแรงงานตระหนักและให้ความสำคัญในการแก้ไขสถานการณ์ด้วยเทคนิควิธีด้านการประชาสัมพันธ์

๒.๒ แนวความคิด

การศึกษาครั้งนี้ ได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี ระเบียบ แนวทางปฏิบัติและผลงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และวิธีดำเนินการศึกษา ดังนี้

- (๑) แนวคิดทฤษฎีการประชาสัมพันธ์
- (๒) แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสาร
- (๓) พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐
- (๔) นโยบายที่เกี่ยวข้องกระทรวงแรงงาน

๒.๒.๑ แนวคิดทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

๑) หลักการประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การสัมพันธ์กับประชาชน (Relation with the Public) (จากหนังสือการประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ โดย วิรัช ลภีรัตนกุล, กรุงเทพฯ ๒๕๔๓) เพราะคำว่าประชาสัมพันธ์ในความหมายดังกล่าว อาจจะอธิบายได้ทั้งในแง่ที่เป็นสภาพการณ์และในแง่ที่เป็นกิจกรรม หรือการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น (Communication) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย มีความรู้ความเข้าใจ และรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อองค์กร การประชาสัมพันธ์จึงไม่ใช่เป็นแค่งานเผยแพร่ เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างหน่วยงาน ซึ่งความคิดเห็นของประชาชนย่อมมีความสำคัญที่อาจจะก่อให้เกิดผลดีและผลเสียแก่องค์กร สถาบันได้เสมอ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงเป็นการสร้างความนิยมแก่กลุ่มประชาชนต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กร หรือสถาบัน นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ ยังเป็นงานในระดับนโยบาย หรือใกล้ชิดกับระดับนโยบายที่องค์กร หรือสถาบันทุกแห่งนำไปใช้อย่างกว้างขวาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์รรโลงความเข้าใจ และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน และสถาบัน กับกลุ่มประชาชน ป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ตลอดจนขจัดและลดสาเหตุ แห่งความขัดแย้งต่างๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างความนิยมเชื่อถือ และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงาน

นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ของผู้รับสารและผู้ส่งสารก็มีอิทธิพลต่อการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยจะเห็นได้บ่อยครั้งว่าการประชาสัมพันธ์ล้มเหลว นั้นอาจจะเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารไม่ดี หรือเข้าใจไม่ตรงกันความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารประกอบด้วย ๑) ทักษะในการสื่อสาร ๒) ทักษะคติ ๓) ความรู้ และ ๔) ระบบสังคมและวัฒนธรรม

หลักในการพิจารณาเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

- เลือกสื่อที่สอดคล้อง กับ ค่านิยม ความเชื่อถือ ทักษะคติ ความรู้ของเป้าหมายที่จะรับได้สะดวกมากขึ้น
- เลือกสื่อที่สะดวก คือ เลือกสื่อที่จัดหาได้ง่ายและสะดวกในการใช้งานได้มากที่สุด
- เลือกสื่อตามความเคยชิน เช่น กลุ่มเป้าหมายฟังวิทยุเป็นประจำก็ใช้วิทยุเป็นสื่อ หรือ กลุ่มเป้าหมายอ่านหนังสือเป็นประจำ ก็อาจจะใช้หนังสือหรือนิตยสารเป็นสื่อ
- เลือกเฉพาะสื่อ คือ อาจจะมีภาพ มีเสียง หรือเทคนิคที่แปลกใหม่ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ๔ ประเด็น คือ

- ๑) เพื่อการก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจภาพลักษณ์ที่ดี เกิดการรับข้อมูลข่าวสาร
- ๒) เพื่อการกันข้อบกพร่องหรือสิ่งที่ต้องการแก้ไข เป็นการป้องกันการเกิดภาพลักษณ์กับหน่วยงานในทางลบ
- ๓) เพื่อการแก้ เป็นการแก้ไขความเข้าใจผิดหรือเป็นการแก้ไขวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถควบคุมสถานการณ์หรือแก้ไขให้เหตุการณ์ต่างๆ ผ่านพ้นไปด้วยดี
- ๔) เพื่อการโน้มน้าว เป็นการสร้างความร่วมมือการสนับสนุน ความคล้อยตาม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ

๒) กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (Public Relations Process)

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานที่มีกระบวนการที่ต้องทำต่อเนื่องกัน ๔ ขั้นตอน (รุ่งนภา พิตรปรีชา : ๒๕๓๕) ดังนี้

๑) การศึกษาหาข้อมูล (Fact finding and Research) โดยการสำรวจค้นหา ปัญหาต่างๆ ความคิดเห็น ปฏิกริยา อคติ ท่าที ความรู้สึกและอื่น ๆ ของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานหรือนโยบายของหน่วยงานเพื่อประมวลข้อมูลที่ได้ ซึ่งรวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของสถาบันด้วย เพื่อให้รู้ว่าการ “ของเรามีปัญหาอะไรบ้าง” หรือ “อะไรเป็นปัญหาสำหรับเรา” ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ปัญหาต่างๆ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ขององค์การ สถาบันมักจะได้แก่ปัญหาต่างๆ ดังต่อไปนี้

(๑) ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารหรือการแพร่กระจายข่าว

(๒) ปัญหาเกี่ยวกับการที่กลุ่มประชาชนไม่ให้ความร่วมมือหรือสนับสนุน ต่อองค์การสถาบัน รวมทั้งความเฉยเมยต่อการดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานขององค์การ

(๓) ปัญหาเกี่ยวกับการที่ประชาชน เกิดความเข้าใจผิดในตัวองค์การ สถาบัน รวมทั้งความเชื่อถือ ศรัทธา และไว้วางใจด้วย

(๔) ปัญหาเกี่ยวกับการที่ประชาชนมีปฏิกริยาหรือท่าทีที่ขัดแย้งไม่เป็นมิตร รวมทั้งการต่อต้านนโยบายหรือการดำเนินงานขององค์การสถาบัน ซึ่งปัญหานี้จะต้องศึกษาดูให้ดูว่าการที่ประชาชนแสดงปฏิกริยาต่อต้านนี้จะเป็นเพราะสาเหตุอะไร องค์การสถาบันมีนโยบายหรือการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความต้องการของประชาชนหรือไม่ เป็นต้น

(๕) ปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์การสถาบัน ได้แก่ การที่ประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อองค์การสถาบัน หรือองค์การมีภาพลักษณ์ที่เสื่อมเสียในสายตาของประชาชน ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้น่าจะมีผลต่อความนิยม หรือชื่อเสียงเกียรติคุณขององค์การด้วยเสมอ อันจะนำมาซึ่งขั้นตอนต่อไปในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

๒) การกำหนดนโยบายและการวางแผนประชาสัมพันธ์ (Policy establishment and Program planning) การกำหนดนโยบายเป็นเรื่องที่คิดถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นหรือหวังจะให้เกิดขึ้นในอนาคต การวางแผนที่ดีย่อมต้องอาศัยข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด การพิจารณาวางแผนนั้นมีหลักสำคัญๆ ดังต่อไปนี้

(๑) การกำหนดวัตถุประสงค์ จะต้องกำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่า เพื่ออะไรบ้าง

(๒) การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย จะต้องระบุให้แน่ชัดว่ากลุ่มประชาชนเป้าหมายคือใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร รวมทั้งรายละเอียดด้านอื่นๆ ด้วย

(๓) การกำหนดแนวหัวเรื่อง จะต้องกำหนดให้แน่นอน เน้นไปทางใด

(๔) การกำหนดช่วงระยะเวลา ที่เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องกำหนดไว้ล่วงหน้าอย่างแน่ชัด

(๕) การกำหนดสื่อและเทคนิคต่าง ๆ จะต้องกำหนดลงไปว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใดบ้าง รวมทั้งจะใช้เทคนิคอื่นๆ อะไรบ้างเข้าร่วมด้วย เป็นต้น

(๖) การกำหนดงบประมาณ รวมถึงกำลังบุคลากรต่างๆ ที่จะใช้ในการดำเนินการด้วย

๓) ขั้นตอนการติดต่อสื่อสาร - การปฏิบัติการ (Communication-Action) เป็นการลงมือปฏิบัติการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินงานตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งการเลือกเครื่องมือและวิธีการสื่อสาร เข้ามาช่วยดำเนินงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด การติดต่อสื่อสารขององค์การอาจแบ่งออกได้เป็น ๒ ประเภท คือ (๑) การติดต่อสื่อสารภายใน (Internal Communication) หมายถึงการติดต่อสื่อสารภายในองค์การสถาบัน ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายในองค์การ บริษัท อันได้แก่พนักงานลูกจ้างภายในบริษัท ซึ่งนับว่าเป็นหลักสำคัญแห่งโครงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ (๒) การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์การ รวมถึงการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มประชาชนภายนอก

๔) ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) เพื่อประเมินผลว่าที่เราทำการประชาสัมพันธ์ไปตามแผนนั้นสำเร็จแค่ไหน มากน้อยเพียงใด ทิศนคติและท่าทีของประชาชนเป็นอย่างไร เพื่อที่เราจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมและดียิ่งขึ้น สำหรับงานคราวต่อไป

๓) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างสรรค์หรือเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกให้เกิดขึ้นแก่สถาบัน องค์การ ซึ่งกลยุทธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสามารถทำได้หลายวิธี เกิดความเข้าใจและยอมรับแล้วให้ความร่วมมือสนับสนุน การประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกคือหลักของการก่อหรือป้องกันไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดหรือเกิดความรู้สึกไม่ดีต่อสถาบัน องค์การ

ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก มี ๔ ประการ

๑) ยุทธศาสตร์การเผยแพร่ข่าวสาร ประกอบด้วย มีการวางแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ เน้นความชัดเจนของการกำหนดวิธีการต่างๆ ดำเนินยุทธวิธีตามแผนให้ครบถ้วน

๒) ยุทธศาสตร์การชักจูงใจ ประกอบด้วย การกำหนดแผน หรือวิธีการที่จะจูงใจประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้เห็นพ้องกับเนื้อหาที่นำไปประชาสัมพันธ์อย่างเป็นขั้นตอน นำข่าวสารให้ถึงผู้รับสาร กลุ่มเป้าหมายโดยตรงแบบเผชิญหน้า (face to face)

๓) ยุทธศาสตร์การจัดการองค์การ เป็นการกำหนดตัวบุคคลทำงาน ต้องใช้บุคลากรที่มีคุณสมบัติ ดังนี้ เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่แท้จริง เป็นผู้ชำนาญในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ มีภูมิปัญญา มีความรับผิดชอบ มีความรอบรู้ในงานหลายสาขาวิชาชีพ มีความอดทน เสียสละ มานะ สู้งาน มีจรรยาบรรณ ไม่หวั่นไหวต่อปัญหา

๔) ยุทธศาสตร์การไต่ตรอง เป็นการทบทวนและใคร่ครวญการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินไปแล้ว เพื่อปรับแผนหรือแก้ไขปัญหาล้างคอกกับเหตุการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ได้ทันทั่วทั้งการ

๒.๒.๒ แนวคิดการสื่อสารองค์กร (Corporate Communication)

องค์กรจำเป็นต้องมีการสื่อสารและดำเนินกิจกรรมทางการสื่อสารทั้งกับภายในและภายนอกองค์กร โดยแบ่งงานออกเป็นด้านต่างๆ เช่น

- การสร้างภาพลักษณ์และจุดเด่น
- การโฆษณาและการสนับสนุนองค์กร
- สื่อมวลชนสัมพันธ์
- การสื่อสารการตลาด
- พนักงานสัมพันธ์

- ชุมชนสัมพันธ์และการเกื้อหนุน และการจัดการกับวิกฤติ

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel) การสื่อสารระหว่างมนุษย์นอกจากจะเป็นเพียงการส่งสารเพื่อก่อให้เกิดผลตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารแล้ว ยังหมายความรวมถึง การรับสาร ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) และอันตรกิริยาดว้ยอันตรกิริยาหรือ Interaction ก็คือ ปฏิกริยาที่มีต่อกันระหว่างผู้สื่อสารทั้ง ๒ ฝ่าย ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารกับฝ่ายผู้รับสาร เป็นการสื่อสารที่มีกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้

๑) ผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูล สารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องทางที่เรียกว่าสื่อถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียวแต่ถ้าเป็นการสื่อสาร ๒ ทางผู้ส่งสารจะเป็นผู้รับบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจตคติต่อตนเองต่อเรื่องที่จะส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่งและอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

๒) ข่าวสาร ในการะบวนการติดต่อสื่อสารก็มีความสำคัญ ข่าวสารที่ดีต้องแปลเป็นรหัสเพื่อสะดวกในการส่งการรับและตีความ เนื้อหาสารของสารและการจัดสารก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น

๓) สื่อหรือช่องทางในการรับสาร คือ ประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัสและตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น สิ่งพิมพ์ กราฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์

๔) ผู้รับสาร คือ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสาร ต่อผู้ส่งสารและต่อตนเอง

นอกจากนี้ ยังหมายถึง การสื่อสารเข้าถึงประชาชนเป้าหมาย ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ณ ช่วงเวลาที่กำหนดไว้ประชาชนเป้าหมายควรมีโอกาสรับฟังข่าวสารอย่างน้อยหนึ่งครั้ง โดยทั่วไปจะกำหนดระยะเวลาประมาณ ๔ สัปดาห์ นอกจากคำนึงถึงความครอบคลุมของการเลือกใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข่าวสารออกไปแล้วยังต้องคำนึงถึงความบ่อยครั้งหรือความถี่ (Frequency) หมายถึง จำนวนครั้งภายในระยะเวลาที่กำหนดที่ประชาชนได้รับฟังข่าวสารนั้น (อย่างน้อยในช่วงระยะ ๔ สัปดาห์) และสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณา คือ ความต่อเนื่อง (Continuity) ความต่อเนื่อง หมายถึง การใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารออกไปในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ (เช่น ในช่วงของการรณรงค์)ว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใด ซึ่งบางครั้งอาจใช้ฤดูกาล เทศกาลหรือวันสำคัญทางประเพณีเป็นเครื่องช่วยในการพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้สื่อให้มีความต่อเนื่องอย่างไร นอกจากที่กล่าวมาแล้วควรพิจารณาด้วยว่าจะใช้สื่อตัวใด เนื่องจากสื่อชนิดเดียวกันมีความหลากหลายในเนื้อหา รูปแบบ กลุ่มเป้าหมาย หรือสื่อวิทย์ ซึ่งมีหลายสถานีที่ทำการกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีรายการในช่วงเวลาต่าง ๆ มากมาย แต่ละรายการอาจมีความหมายแตกต่างกันด้านกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม อันมีผลต่อการจัดเนื้อหาารูปแบบการนำเสนอเพื่อออกอากาศเผยแพร่ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ด้วยเหตุนี้การเลือกใช้สื่อจึงต้องมีความพิถีพิถันพอสมควรเพื่อให้การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์นั้น ได้ผลมากที่สุด หรือมีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วย

๒.๒.๓ พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐

หลักการการจัดซื้อจัดจ้าง

หลักการการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของหน่วยงานของรัฐต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานของรัฐ และต้องสอดคล้องกับหลักการคู้มค่า โปร่งใส มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตรวจสอบได้

วิธีการการจัดซื้อจัดจ้าง

การจัดซื้อจัดจ้างอาจกระทำได้โดยวิธี

- ๑) วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป ได้แก่ การที่หน่วยงานของรัฐเชิญชวนผู้ประกอบการทั่วไปที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขที่หน่วยงานของรัฐกำหนดให้เข้ายื่นข้อเสนอ
- ๒) วิธีคัดเลือก ได้แก่ การที่หน่วยงานของรัฐเชิญชวนเฉพาะผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขที่หน่วยงานของรัฐกำหนด ซึ่งต้องไม่น้อยกว่าสามรายให้เข้ายื่นข้อเสนอวันแต่ในงานนั้น มีผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนดน้อยกว่าสามราย
- ๓) วิธีเฉพาะเจาะจง ได้แก่ การที่หน่วยงานของรัฐเชิญชวนผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขที่หน่วยงานของรัฐกำหนดรายใดรายหนึ่งให้เข้ายื่นข้อเสนอหรือให้เข้ามาเจรจาต่อรองราคา รวมทั้งการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุกับผู้ประกอบการโดยตรงในวงเงินเล็กน้อยตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

การจัดซื้อจัดจ้างพัสดุ ให้เลือกใช้วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไปก่อน เว้นแต่เข้าลักษณะของเงื่อนไขวิธีการคัดเลือกและวิธีเฉพาะเจาะจงรายละเอียดของวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุในหมวดนี้ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ให้เป็นไปตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด

๒.๒.๔ นโยบายที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์เป็นภารกิจที่สำคัญของกระทรวงแรงงาน โดยได้ถูกกำหนดไว้เป็นนโยบายและแผนงานของกระทรวงแรงงาน ดังนี้

- ๑) แผนแม่บทกระทรวงแรงงาน (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบริหารจัดการองค์กร บุคลากร ด้วยหลักธรรมาภิบาล และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในองค์กร กลยุทธ์ที่ ๖ เสริมสร้างการสื่อสารภายใน และภาพลักษณ์ขององค์กร
- ๒) แผนยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ บริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูง กลยุทธ์ ๒.๔ พัฒนาและบริหารจัดการองค์กรให้สามารถตอบสนองต่อบทบาทภารกิจเชิงรุก (Quick Win) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย
- ๓) แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ กลยุทธ์ที่ ๑ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจต่อแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก กลยุทธ์ที่ ๑ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐ ภาคเอกชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ประเด็นการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้ ความเข้าใจ ของการพัฒนาศักยภาพแรงงาน และให้ความร่วมมือกับกระทรวงแรงงาน

๒.๒.๔.๑ ข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรี

รัฐบาลได้เน้นย้ำให้หน่วยงานราชการต้องดำเนินการมาตรการด้านประชาสัมพันธ์ตามข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีด้วย โดยสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี มีหนังสือแจ้งข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรี ดังนี้

๑) ให้โฆษกกระทรวง บูรณาการการจัดทำข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยให้นำเสนอ (๑) ข้อมูลในภาพรวมที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ เข้าใจง่าย โดยจัดทำในลักษณะเป็นภาพหรือกราฟิกเพื่อการสื่อสาร (Infographics) ที่มีรูปแบบทันสมัยและดึงดูดความสนใจ (๒) ข้อมูลที่เป็นรายละเอียดแต่ละเรื่อง ให้นำเผยแพร่ต่อสาธารณชนในสถานที่ที่มีประชาชนเป็นจำนวนมาก เช่น ศูนย์การค้า สถานีรถไฟฯ ทั้งนี้ ให้นำรายงานผลการดำเนินการดังกล่าวให้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติทราบด้วย

๒) ให้ทุกหน่วยงานจัดทำปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operation) ในเรื่องที่เป็นนโยบายหรือภารกิจสำคัญของรัฐบาลในด้านแรงงาน เพื่อสื่อสารและสร้างการรับรู้แก่ประชาชนให้ถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นที่มีผลกระทบโดยตรงต่อประชาชน ประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจ หรือประเด็นที่สื่อมวลชนอาจนำเสนอข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

๓) ให้ทุกกระทรวงจัดทำเอกสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้เรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอำนาจหน้าที่ของกระทรวงและหน่วยงานในสังกัด โดยให้เร่งดำเนินการให้แล้วเสร็จ และส่งให้รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายอภิรักษ์ โกษะสุวรรณ) เพื่อประมวลเป็นชุดความรู้ในภาพรวมพร้อมส่งให้กระทรวงศึกษาธิการนำไปดำเนินการ ทั้งนี้ แนวทางการจัดทำเอกสารเผยแพร่ข่าวสารและชุดความรู้แก่นักเรียน และประชาชน อาทิ การตั้งชื่อเรื่องต้องน่าสนใจ น่าติดตามอ่าน สารความรู้ของแต่ละกระทรวงอย่างน้อยกระทรวงละ ๒ เรื่องต่อเดือน สำนวนภาษาอ่านแล้วเข้าใจความหมายได้ง่าย เรียบเรียงถ้อยคำกระชับ รัดกุม

๒.๒.๔.๒ ข้อสั่งการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน ได้สั่งการให้ทบทวนแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายฯ ๑๑+๔+๖ ประกอบด้วย

๑) นโยบายเร่งด่วน (Agenda Based)

๑.๑ เร่งรัดการจัดระเบียบแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมายที่ได้รับการผ่อนผันให้มีเอกสารยืนยันตัวบุคคลให้ถูกต้องครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด (ภายใน ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๑ เป้าหมาย ๑,๑๓๗,๒๙๔ คน)

๑.๒ ผลักดันและเร่งรัดการแก้ไขปัญหาการค้ามนุษย์ด้านแรงงาน โดยแก้ไขปัญหาการทำประมงผิดกฎหมายด้านแรงงาน ตาม IUU Fishing และป้องกันมิให้มีการใช้แรงงานเด็กในรูปแบบที่เลวร้าย

๑.๓ แก้ไขปัญหาการหลอกลวงแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ และบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันมิให้แรงงานไทยลักลอบเดินทางไปทำงานต่างประเทศอย่างผิดกฎหมาย เช่น ประเทศเกาหลีใต้ และไต้หวัน เป็นต้น

๑.๔ ส่งเสริมให้นายจ้างหรือสถานประกอบการรับคนพิการเข้าทำงานในรูปแบบประชารัฐ ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ในอัตราส่วน ๑๐๐ : ๑

๑.๕ เร่งรัดให้มีการกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำรายชั่วโมงเพื่อส่งเสริมให้มีการจ้างงานผู้สูงอายุมากขึ้น

๑.๖ ขับเคลื่อนนโยบาย Safety Thailand ด้วยการตรวจและบังคับใช้กฎหมายความปลอดภัยในการทำงานอย่างจริงจัง

๑.๗ ผลักดันให้แรงงานนอกระบบเข้าถึงระบบหลักประกันทางสังคม เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์อย่างทั่วถึง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เช่น รักษาพยาบาล สงเคราะห์บุตร คลอดบุตร เสียชีวิต ทูพพลภาพ เป็นต้น

๑.๘ ยกระดับทักษะฝีมือแรงงาน เพื่อรองรับ ๑๐ อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ และโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ตามนโยบายไทยแลนด์ ๔.๐

๑.๙ เพิ่มขีดความสามารถของแรงงานไทยที่ไปทำงานต่างประเทศให้มีสมรรถนะสูง ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในต่างประเทศ

๑.๑๐ ผลักดันการสร้างหลักประกันทางสังคมที่เป็นธรรมและเท่าเทียม ให้สามารถคุ้มครองแรงงานได้อย่างทั่วถึง โดยการเพิ่มและปรับปรุงสิทธิประโยชน์ในทุกกรณี คืบคลานให้ผู้ประกันตน มาตรา ๓๙ ได้กลับเข้าสู่ระบบประกันสังคมอีกครั้ง

๑.๑๑ ยกระดับระบบโทรศัพท์สายด่วน ๑๕๐๖ ให้สามารถเป็นเครือข่ายหลักและเชื่อมโยงระบบโทรศัพท์สายด่วนอื่นของกระทรวงแรงงานได้ทั่วประเทศ เพื่อรับฟังความคิดเห็น ให้คำปรึกษาแนะนำ รับข้อร้องทุกข์ ข้อร้องเรียน โดยสามารถให้ข้อมูลปรึกษาหารือ และแนะนำข้อปฏิบัติให้แก่ประชาชนผู้ใช้บริการได้อย่างมีคุณภาพ

๒) นโยบายระดับพื้นที่ (Area Based)

๒.๑ ให้แรงงานจังหวัดเป็นตัวแทนของกระทรวงในภูมิภาค ในการขับเคลื่อนนโยบายของกระทรวงในระดับพื้นที่เพื่อให้เกิดเอกภาพ

๒.๒ ให้แรงงานจังหวัดเป็นเจ้าภาพในการบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อขับเคลื่อนนโยบายและแก้ไขปัญหาด้านแรงงานให้เกิดสัมฤทธิ์ผล

๒.๓ ให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการรายจังหวัด (Action Plan) โดยให้แรงงานจังหวัดเป็นหัวหน้าทีมและเจ้าภาพหลัก เพื่อให้สอดคล้องกับแนวนโยบายการบริหารงานภาครัฐในประเด็นแผนเดียวกัน (One Plan)

๒.๔ ให้สำนักงานแรงงานจังหวัดเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านแรงงาน (Provincial Big Data) โดยพัฒนาศูนย์ข้อมูลด้านแรงงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ให้มีฐานข้อมูลด้านแรงงานที่ครบถ้วน ถูกต้อง และทันสมัย และสามารถเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๓) นโยบายบริหารการพัฒนา (Administration Based)

๓.๑ ยกระดับศูนย์ปฏิบัติการกระทรวงแรงงาน (ศปก.รง.) ศปก. ระดับกรม และระดับพื้นที่ ให้เป็นเครื่องมือที่มีความพร้อมในการบริหาร ติดตาม ฝ่าฝืน อำนวยความสะดวก ขับเคลื่อน ประเมินผล และควบคุมสั่งการแก้ไขปัญหาแรงงานได้ทันต่อสถานการณ์

๓.๒ พัฒนาบุคลากรให้มีขีดสมรรถนะ มีความเชี่ยวชาญ มีบุคลิกภาพที่ดี และมีภาวะผู้นำ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง และมีความชำนาญเฉพาะด้านในลักษณะมืออาชีพ

๓.๓ เพิ่มประสิทธิภาพศูนย์ข้อมูลแรงงานแห่งชาติ (NLIC) ด้วยการจัดระบบข้อมูล (Big Data) และฐานข้อมูลธนาคารแรงงาน (Labour Bank) ที่สามารถเชื่อมโยงกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกกระทรวง

๓.๔ เร่งรัดการออกกฎหมายสำคัญเพื่อแก้ไขปัญหาแรงงาน จำนวน ๑๑ ฉบับ

(๑) การแก้ไขปัญหา IUU.Fishing จำนวน ๓ ฉบับ ได้แก่ กฎหมายว่าด้วยแรงงานบังคับ พ.ศ. กฎหมายว่าด้วยการทำงานในภาคประมง พ.ศ. และร่างพระราชกฤษฎีกากำหนดกิจการหรือลูกจ้างอื่นที่ไม่อยู่ในบังคับตามกฎหมายว่าด้วยการประกันสังคม (ฉบับที่ ..) พ.ศ.

(๒) กฎหมายอื่นๆ จำนวน ๘ ฉบับ ได้แก่ กฎหมายบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว กฎหมายส่งเสริมการมีงานทำแห่งชาติ กฎหมายคุ้มครองแรงงาน กฎหมายแรงงานสัมพันธ์ กฎหมายแรงงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ กฎหมายการคืนสิทธิแก่ผู้ประกันตน มาตรา ๓๙ กฎหมายเงินทดแทน และกฎหมายประกันสังคม

๓.๕ ยกระดับกระทรวงแรงงานให้เป็นหน่วยงานที่มีมาตรฐานระดับสากล และเป็นกระทรวงแรงงานดิจิทัลตามนโยบายไทยแลนด์ ๔.๐ และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการประชาชน (E-Services)

๓.๖ จัดสวัสดิการสำหรับบุคลากรเพื่อการปฏิบัติราชการ เช่น ที่อยู่อาศัย บ้านพักข้าราชการ ศูนย์เด็กเล็กก่อนวัยเรียน ห้องพยาบาล สถานที่ออกกำลังกาย ห้องรับรองผู้เกษียณอายุราชการ การตรวจสุขภาพประจำปี การฌาปนกิจสงเคราะห์ ห้องละหมาด และกองทุนสวัสดิการข้าราชการ เป็นต้น (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงแรงงาน ๒๕๖๑, ออนไลน์)

ดังนั้นเพื่อให้การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการกระทรวงแรงงาน สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน จึงได้จัดประชุมผู้ที่ทำหน้าที่งานประชาสัมพันธ์ทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานจัดทำแผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับนโยบาย ๑๑ + ๔ + ๖ ของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน โดยสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานได้กำหนดเป้าหมาย กำหนดแนวทางการขับเคลื่อนให้ชัดเจน วางแผนการดำเนินการ ให้ทันตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด และให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เห็นผลเป็นรูปธรรม โดยได้ดำเนินการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐ ซึ่งได้บูรณาการภารกิจงานประชาสัมพันธ์ กับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน (สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน) เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายด้านแรงงานของรัฐบาล และการดำเนินงานของกระทรวงแรงงาน ในการส่งเสริมทรัพยากรมนุษย์ของประเทศให้มีศักยภาพขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย ๔.๐ สู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและเกิดประสิทธิภาพ โดยการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และอื่นๆ ส่งผลให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้อง เหมาะสมสอดคล้องและทั่วถึงในแต่ละกลุ่มผู้รับข่าวสาร รวมทั้งกระตุ้นความร่วมมือของประชาชนและทุกภาคส่วน ให้ร่วมกันปฏิรูปประเทศ เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ของรัฐบาล โดยจัดทำสื่อประเภท สิ่งพิมพ์/ โทรทัศน์/ ออนไลน์ Facebook Management/มัลติมีเดีย/สังคมออนไลน์ Social Monitoring/ออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของกระทรวงแรงงาน ทั้งนี้แนวทางการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมกระทรวงแรงงานให้นำเรื่องการปฏิบัติการข่าวสาร (IO) รวมเข้าไปในแผนดังกล่าวด้วย โดยกรอบแนวทางการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย ๔ ประเด็น ดังนี้

๑) สร้างการรับรู้การดำเนินงานตามนโยบายของกระทรวงแรงงานเชิงรุก

เน้นย้ำสร้างการรับรู้ตามนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน ๑๑+๔+๖ โดยมีมาตรการขับเคลื่อน อาทิ การแก้ไขปัญหาและการจัดระเบียบแรงงานผิดกฎหมาย เพิ่มศักยภาพแรงงานรองรับไทยแลนด์ ๔.๐ ยกระดับฝีมือแรงงานในพื้นที่ EEC Safety Thailand การหลอกลวงคนหางานไปทำงานต่างประเทศ ยกระดับการให้บริการประชาชน สายด่วน ๑๕๐๖ เป็นต้น ขอให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเด็นโดยเฉพาะนโยบายเร่งด่วน ๑๑ ข้อ ให้ติดตาม ประเมินผล รายงานความคืบหน้า และประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

๒) การแก้ไขข้อมูลบิดเบือน คลาดเคลื่อน

หากมีข่าวที่กระทบกับหน่วยงาน ขอให้ทำการชี้แจงในเบื้องต้น และส่งข้อมูลให้กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เพื่อรวบรวมให้โฆษกกระทรวงแรงงาน (นางเพชรรัตน์ สินอวย) ชี้แจงทำความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันในภาพรวมของกระทรวงแรงงานต่อไป

๓) การเฝ้าฟังกระแสสังคมด้านแรงงาน

ให้ทุกหน่วยงานติดตามสถานการณ์ผ่านข่าวสารด้านบวกและด้านลบ เช่น ข่าวตัด คลิปข่าว ข่าว Social Media หนังสือพิมพ์ และจัดเก็บสถิติในส่วนที่เกี่ยวข้องพร้อมประมวลผลรายงานในทุกสิ้นเดือน

๔) สร้างภาพลักษณ์กระทรวงแรงงาน

ประชาสัมพันธ์บทบาทภารกิจกระทรวงแรงงานในยุคไทยแลนด์ ๔.๐ และแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศกระทรวงแรงงานมีบทบาทสำคัญอย่างไร รวมทั้งการสร้างการรับรู้ตามนโยบายถือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์

๒.๒.๔ โครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน มีภารกิจและอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานในสังกัดกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ และวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของสำนักงานปลัดกระทรวงและกระทรวง

(๒) ดำเนินการด้านวิชาการในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล และประเมินผลสำหรับใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์

(๓) ดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่กิจกรรม ตลอดจนผลงานของกระทรวงในภาพรวม

(๔) ดำเนินการบริหารการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวง

(๕) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

อำนาจหน้าที่กลุ่มงานสื่อสารองค์กร

(๑) กำหนดยุทธศาสตร์ และจัดทำแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกระทรวงและสำนักงานปลัดกระทรวง

(๒) ศึกษา วิเคราะห์ ติดตาม และประเมินผล เพื่อปรับและพัฒนาแนวทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์

(๓) งานบูรณาการแปลงยุทธศาสตร์ เป็นแผนปฏิบัติการรายปี แผน ๕ ปี

- (๔) กำหนด รูปแบบ เทคนิคและวิธีการ ในการผลิตเพื่อเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ นิทรรศการ และสื่ออื่น ๆ
- (๕) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งในและนอกองค์กร
- (๖) การบริหารจัดการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ Social Media
- (๗) งานโสตทัศนูปกรณ์และสื่อมัลติมีเดีย
- (๘) งานบริการสื่อประชาสัมพันธ์
- (๙) งานเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กระทรวงแรงงาน
- (๑๐) ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย
- (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงแรงงาน, ๒๕๕๗)

๒.๓ ข้อเสนอ

ผู้รับการประเมินเห็นว่ากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานควรได้รับการพัฒนาปรับปรุงเนื่องจากกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นจุดสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นระบบ เป็นขั้นตอนต่อเนื่องกัน ผู้จัดทำจึงได้นำเอากระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์มาเป็นกรอบเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ และหาข้อสรุปกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันและอนาคต ควรมีกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เชิงรุก คือ

- ๑) มีนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน
- ๒) มีกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร
- ๓) มีเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย
- ๔) มีการสร้างเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
- ๕) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใช้เทคนิควิธีการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น

ทั้งนี้ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของกระทรวงแรงงานควรมีลักษณะที่สอดคล้องกัน ประกอบด้วย

- ๑) การมีนโยบาย เป้าหมายที่ชัดเจนนำไปสู่การปฏิบัติ และวิสัยทัศน์ของผู้นำ
- ๒) ความพร้อมขององค์กร และบุคลากรที่มีความรู้ตรงสายงาน
- ๓) การสร้างขวัญและกำลังใจแก่บุคลากร
- ๔) การมีส่วนร่วมของผู้นำและบุคลากร
- ๕) การใช้ช่องทางที่หลากหลายและทันสมัยและ
- ๖) การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ สร้างสัมพันธ์ กับสื่อมวลชน

วิธีดำเนินการ

จากการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผู้จัดทำจึงขอเสนอขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการของกระทรวงแรงงาน ดังนี้

๑) จัดหาทีมนักวิชาการด้านแรงงาน ทีมนักข่าว ทีม Creative และทีมนักบริหารจัดการโครงการที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

๒) จัดทำคลังข้อมูลเตือนภัยด้านแรงงาน วิเคราะห์ คัดเลือก และกลั่นกรองข้อมูลสาระสำคัญของการนำเสนอข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับแรงงานต่างๆ ดังนี้

(๑) ประเภทข้อมูล องค์ความรู้ เช่น สภาวะเศรษฐกิจ/การคาดคะเนแนวโน้มเศรษฐกิจ และเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต/การเตือนภัย (Early Warning) สำหรับภาคผู้ประกอบการธุรกิจ

ที่จะต้องเตรียมตัว รับมือ และสร้างภูมิคุ้มกัน/และเทคโนโลยี /องค์ความรู้ในการบริหารการจัดการธุรกิจ การขนส่งและการบริการด้านแรงงานที่น่าสนใจ และอำนวยความสะดวก

(๒) ประเภข่าวสารวงการแรงงาน เช่น ข่าวสารจากกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ของหน่วยงานภายในกระทรวงแรงงาน กฎ ระเบียบ ประกาศ ที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน/ข่าวความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการ ข่าวสารการส่งเสริมการมีงานทำ ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ/การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าว สิทธิประโยชน์ผู้ประกันตน Update ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ/ข่าวสารการวิจัย เทคโนโลยีใหม่ ผลการวิจัยที่มีผลกระทบต่อแรงงาน ด้านความปลอดภัยสุขภาพสิ่งแวดล้อม

(๓) จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาคิดวิเคราะห์เพื่อนำมาผลิตสื่อเผยแพร่ในรูปแบบต่างๆ สร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ ในการผลิตสื่อ กำหนดรูปแบบการนำเสนอโดยให้เกิด

(๔) เครือข่ายเชื่อมโยงลงไปสู่กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มช่วงวัย สื่อมวลชนทุกแขนง รวมทั้งสื่อท้องถิ่นของชุมชน

(๕) วางแผนการผลิตสื่อ และขยายเครือข่ายการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้

(๖) ดำเนินการผลิตสื่อเพื่อให้เหมาะสมแต่ละกิจกรรม

(๗) เชื่อมโยงข้อมูลในการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายใน และภายนอก และเชื่อมระบบเทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ของกระทรวงแรงงาน และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

(๘) ติดตามประเมินผลเป็นระยะ ๆ เพื่อใช้ปรับปรุงข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้และการสร้างสรรค์การผลิตสื่อและการถ่ายทอด

(๙) ติดตามประเมินผลในภาพรวมและผลสัมฤทธิ์

๓) วิธีการสรรหาทีมงานสนับสนุนเพื่อการบูรณาการของทุกหน่วยงานในกระทรวงแรงงาน เพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินการร่วมกัน ใช้วิธีการจัดจ้าง ๓ ลักษณะ คือ

(๑) จัดจ้างทีมที่ปรึกษา ๓ ด้าน คือ

- ทีมนักวิชาการ เพื่อศึกษา สำรวจ จัดทำคลังข้อมูลอุตสาหกรรม วิเคราะห์ คัดเลือกและกลั่นกรอง
- ทีม Creative เพื่อคิดสร้างสรรค์การออกแบบสื่อประเภทต่างๆ ในภาพรวม
- ทีมนักบริหารจัดการ ทีม IO ทีมคณะทำงานตามสถานการณ์นโยบายเร่งด่วน

(๒) จัดจ้างทีม Production House และ ทีม Re-branding เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรเพื่อวางแผนและผลิตสื่อเฉพาะทางและเผยแพร่ให้สอดคล้องเชื่อมโยงกัน

(๓) จัดจ้างทีมติดตามประเมินผลและผลสัมฤทธิ์

ทั้งนี้ ในการดำเนินการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยเคร่งครัด

แนวทางในการดำเนินงาน เพื่อดำเนินการการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการทุกหน่วยงานของกระทรวงแรงงาน ทั้งด้านงบประมาณ บุคลากร และวัสดุอุปกรณ์ โดยการประชาสัมพันธ์ที่มีการชี้แจงและให้ความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะมีกิจกรรม หรือเหตุการณ์ใด เพื่อให้เกิดความยอมรับและความร่วมมือ และใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้วย SWOT Analysis โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

๑) การเผยแพร่ข่าวสาร ต้องมีการวางแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ เน้นความชัดเจนของการกำหนดวิธีการต่าง ๆ และดำเนินยุทธวิธีตามแผนให้ครบถ้วน

๒) การชักจูงใจ ต้องมีการกำหนดแผน หรือวิธีการที่จะจูงใจประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้เห็นพ้องกับเนื้อหาที่นำไปประชาสัมพันธ์อย่างเป็นขั้นตอน และนำข่าวสารให้ถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายโดยตรงแบบเผชิญหน้า (face to face)

๓) การจัดองค์การ เป็นการกำหนดตัวบุคคลทำงาน ต้องใช้บุคลากรที่มีคุณสมบัติเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่แท้จริง เป็นผู้ชำนาญในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ มีภูมิปัญญา มีความรับผิดชอบ ความรอบรู้ในงานหลายสาขาวิชาชีพ มีความอดทน เสียสละ มานะ สุจริต มีจรรยาบรรณ ไม่หวั่นต่อปัญหา

๔) การไตร่ตรอง เป็นการทบทวนและใคร่ครวญการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินไปแล้ว เพื่อจะได้ปรับแผนหรือแก้ไข ปัญหาให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ได้ทันทั่วทั้ง

แนวทางในการสื่อสารกลยุทธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรเพื่อให้เป็นไปในทิศทางและเป้าหมายที่ต้องการ ด้วยเครื่องมือ (Communication Tools) ในการสร้างภาพลักษณ์ ดังนี้

๑) ต้องมีการเน้นย้ำเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างให้เกิดการจดจำองค์กรให้ได้

๒) มีกลยุทธ์ในการใช้สื่อต่างๆ (Media Strategies) ทั้งสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นสื่อส่วนกลางหรือสื่อท้องถิ่น รวมถึงสื่ออื่น ๆ โดยที่เนื้อหาจะต้องมีความแปลกใหม่ฉีกแนวและน่าสนใจ

๓) มีการรูกด้านชุมชนสัมพันธ์ (Community relations) จะต้องทำให้ชุมชนรอบข้างรู้สึก ว่าองค์กรเราเป็นเพื่อนบ้านที่ดีได้ในชุมชนนั้นให้ได้

๔) ชุมกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) หรือการมีจิตอาสา

๕) ปูทางเครือข่ายสัมพันธ์ (Networking and Relations) ที่ดี องค์กรจำเป็นต้องมีเครือข่ายที่ช่วยประสานในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่จะทำให้งานสามารถจะลุล่วงไปได้ด้วยดี

๖) เพิ่มความเข้มข้นในการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Events) ควรมีการจัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งจะทำให้คนเกิดความสนใจ แต่กิจกรรมพิเศษนั้นจะต้องตอบวัตถุประสงค์ขององค์กรได้เป็นอย่างดี

๗) มีการพัฒนาบุคลากรและการสื่อสาร (Resource Development and Internal Communication) การจะบริหารภาพลักษณ์องค์กร คนในองค์กรจะต้องมีความพร้อม เพราะบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในสร้างภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

๘) การบริหารประเด็นข่าว (Issue Management) จะต้องมีการวางแผนว่าในแต่ละปีนั้น องค์กรต้องการจะมีข่าวอะไรบ้างให้ปรากฏในสื่อต่าง ๆ และข่าวที่ได้นำเสนอานั้นจะต้องกำหนดโดยองค์กร ไม่ใช่ให้สื่อกำหนดเอง

๙) มีการจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management) ที่แยบยล องค์กรจะต้องมีการเตรียมแผนรับมือกับปัญหาไว้ล่วงหน้าเพื่อรองรับเหตุที่จะ เกิดความเสียหายกับองค์กร หรือเพื่อบรรเทาวิกฤตในองค์กรให้ลดลง และ

๑๐) มีการสร้างภาพลักษณ์และเครื่องมือประชาสัมพันธ์อื่น ๆ (Branding Building and PR Tools) ประชาสัมพันธ์นับเป็นเครื่องมือที่องค์กรใช้กันมากที่สุด เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการกระจายข้อมูลให้กับผู้คนได้อย่างรวดเร็วและจำนวนมากให้จดจำได้ และสามารถครอบคลุมพื้นที่สื่อได้ตามที่ต้องการและสร้างความน่าสนใจได้เป็นอย่างดี

ขอบเขตการดำเนินงาน

จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานเพื่อบูรณาการภารกิจร่วมกัน (สำนักงานปลัดกระทรวง กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และสำนักงานประกันสังคม) ซึ่งจะทำให้กระทรวงแรงงานมีแผนบูรณาการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับนโยบาย บทบาทและภารกิจการดำเนินงานของหน่วยงานในสังกัด และควรนำมากำหนดเป็นกิจกรรม/ภาระงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

๑) จัดทำและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมผลงานเด่นของกระทรวงแรงงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย

๑.๑) จัดทำและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจและอื่น ๆ

๑.๒) จัดทำและเผยแพร่บทความ/สื่อบริการพิเศษ/รายงานพิเศษในหนังสือพิมพ์

๑.๓) จัดทำและเผยแพร่บทความ สื่อบริการพิเศษ รายการพิเศษในหนังสือพิมพ์

๑.๔) จัดทำสื่อบริการพิเศษ รายงานพิเศษในหนังสือพิมพ์

๑.๕) จัดทำเอกสารเผยแพร่ นโยบายและยุทธศาสตร์ของกระทรวง

๑.๖) จัดทำแผ่นพับแนะนำกระทรวง ฉบับภาษาไทย อังกฤษ ลาว พม่า และกัมพูชา

๒) จัดทำและเผยแพร่กิจกรรม ผลงานเด่นของกระทรวงผ่านสื่อวิทยุ ทางสถานีวิทยุในระบบ เอเอ็ม และเอฟเอ็ม

๒.๑) จัดทำและเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมผลงานของกระทรวงแรงงาน

๒.๒) จัดสัมภาษณ์ผู้บริหารกระทรวงแรงงานหรือผู้ประกอบการ ทางสถานีวิทยุ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง

๓) จัดทำและเผยแพร่กิจกรรมและผลงานเด่นของกระทรวงแรงงานผ่านสื่อโทรทัศน์ ประกอบด้วย

๓.๑) จัดทำและเผยแพร่สื่อบริการข่าวและสารคดีโทรทัศน์เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์

๓.๒) จัดสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการทางสถานีโทรทัศน์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการประกอบกิจการแก่กลุ่มเป้าหมายของกระทรวงแรงงาน

๔) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกิจกรรม

๔.๑) จัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารและสื่อมวลชน เช่น แลกเปลี่ยนภายในและภายนอกองค์กร โดยจัดเตรียมความพร้อมด้านต่างๆอย่างเหมาะสม จัดกิจกรรมในนามกระทรวงแรงงานทั้งภายในและภายนอก การพบปะบรรณาธิการ การพาสื่อมวลชนไปทำข่าวนอกสถานที่ การรับประทานอาหารร่วมกันระหว่างผู้บริหารและสื่อมวลชน

๔.๒) จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจรศึกษาดูงานความก้าวหน้าด้านแรงงาน

๔.๓) จัดกิจกรรมเสริมสร้างเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารและเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๕) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ “Application” และ “Social Media

๕.๑) จัดให้มีบริการข่าวออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา โดยมีบริการข่าวสดออนไลน์โดยตัดข่าว คอลัมน์และบทความจากหนังสือพิมพ์ภายในประเทศ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

๕.๒) จัดทำวีดิทัศน์หรือ infographic เผยแพร่ผลงานกิจกรรมของกระทรวงแรงงาน

๕.๓) จัดทำนิตยสาร หนังสือ แผ่นพับและสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบ e-Maxgazine-Book e-Brochure

๖) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อนิทรรศการ เช่น นิทรรศการวันสถาปนากระทรวงแรงงาน วันข้าราชการพลเรือน นิทรรศการเฉลิมพระเกียรติฯ และวันสำคัญต่าง ๆ

รูปแบบการนำเสนอ

๑) นำเสนอผ่าน ผ่านสื่อ ON LINE Social Media อาทิ Facebook Fanpage ภาพ Infographics Twitter : @MOL_PR กระทรวงแรงงานการเปิดให้บริการ YouTube Application Line : PR.MOL

๒) นำเสนอผ่านสื่อมวลชน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ เป็นประจำทุกสัปดาห์ และถ่ายทอด เผยแพร่ไปยังสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อ ON LINE

๓) นำเสนอเชื่อมโยงกับสื่อ ON LINE เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงแรงงาน www.mol.go.th และหน่วยงานต่าง ๆ ในสังกัด

๔) จัดให้มีการเชื่อมโยง เครือข่าย เผยแพร่ถ่ายทอดส่งไปยังสื่อท้องถิ่น เช่น เสียงตามสาย หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน เป็นต้น

๕) การจัดกิจกรรมพิเศษถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์และวิทยุ อย่างน้อย ปีละ ๒ ครั้ง

๖) การใช้สื่อป้ายโฆษณา/แผ่นพับเผยแพร่โครงการฯ

๗) สื่อกิจกรรมเคลื่อนที่/สื่อนิทรรศการ

๘) จัดกิจกรรมสื่อเพื่อสังคม (CSR)

๙) การผลิตสื่อ คลิปสั้น / VDO เพื่อนำเสนอผลงานโครงการต่าง ๆ ของกระทรวงแรงงาน และหน่วยงานในสังกัด และถ่ายทอดออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ และผ่านสื่อ Social Media

๑๐) การส่งข้อมูลสั้นด้วยระบบเอสเอ็มเอส ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

๑๑) การส่งข้อมูลสั้น (ตัววิ่ง) ทางสถานีโทรทัศน์ และภายในกระทรวงแรงงาน

๓. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ต่อราชการ

๑) กระทรวงแรงงาน มีแผนบูรณาการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับนโยบาย บทบาทและภารกิจการดำเนินงานของหน่วยงานในสังกัด ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการดำเนินงานในภาพรวม เพื่อก้าวไปสู่การประชาสัมพันธ์ในยุคไทยแลนด์ ๔.๐

๒) การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของกระทรวงแรงงาน มีเอกภาพเกิดความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๓) มีช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการบริการได้มากขึ้น และเกิดการสื่อสารสองทาง (TWO WAY COMMUNICATION) อันจะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์องค์กร

๔) มีการบูรณาการงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ เกิดการสร้างเครือข่ายประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานในสังกัดเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปสู่แรงงานทุกกลุ่ม ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ประชาชนทั่วไป ทุกกลุ่มวัย และสื่อมวลชน ได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง ครอบคลุมการดำเนินงานทุกด้าน ส่งผลให้เกิดการรับทราบและมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของ

กระทรวงแรงงานอย่างสม่ำเสมอ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและส่งผลต่อความร่วมมือร่วมใจ และสนับสนุนให้การดำเนินงานของกระทรวงแรงงานสำเร็จลุล่วงด้วยดี มีประสิทธิภาพ

- ๕) ลดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์
- ๖) ทำให้การบริหารจัดการทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ประโยชน์ต่อหน่วยงาน

- ๑) กระทรวงแรงงานมีการดำเนินงานด้านงานประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ
- ๒) ทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน มีโอกาสได้เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับงานบริการและบทบาทของหน่วยงาน รวมทั้งได้ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องจากการบูรณาการร่วมกันครั้งเดียว ทุกหน่วยงานได้รับประโยชน์ร่วมกัน ถือเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า
- ๓) ช่วยให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ที่ดี มีการร่วมมือช่วยเหลือการดำเนินงานและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างใกล้ชิดและสามารถนำประสบการณ์จากการดำเนินงานสัมมนาแบบบูรณาการดังกล่าว เกิดเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยแต่ละหน่วยงานสามารถนำความรู้ที่ได้จากการทำงานร่วมกันไปประยุกต์ใช้ในหน่วยงาน
- ๔) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถแลกเปลี่ยนช่องทางสื่อสารระหว่างกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ นับเป็นกิจกรรมสำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ร่วมกันของเจ้าหน้าที่

ประโยชน์ต่อประชาชน /กลุ่มผู้ใช้แรงงาน/นายจ้าง

- ๑) ได้รับข้อมูลด้านแรงงานและที่เกี่ยวข้องถูกต้องตรงกันเกี่ยวกับองค์กร และขอขยายการให้บริการของกระทรวงแรงงาน
- ๒) ได้รับขอขยายการให้บริการด้านแรงงานที่ทันสมัยหลากหลายช่องทาง
- ๓) ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานที่เชื่อถือได้ และทันต่อสถานการณ์เร่งด่วนและเผยแพร่ให้กับทุกฝ่ายในวงกว้าง ได้อย่างทันท่วงที
- ๔) มีความเชื่อมั่น และเกิดทัศนคติที่ดีต่อกระทรวงแรงงาน และหน่วยงานในสังกัด

๔. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- ๑) **เชิงคุณภาพ** - ประชาชนและผู้ใช้แรงงานมีความเชื่อมั่นต่อการดำเนินการตามภารกิจของกระทรวงแรงงาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๕
- ๒) **เชิงปริมาณ** - กิจกรรม/ภาระงานตามแผนการบูรณาการงานประชาสัมพันธ์กระทรวงแรงงานนำไปสู่การปฏิบัติ ร้อยละ ๑๐๐

บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์. รายงานประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๖. กรุงเทพมหานคร. หน้า ๓
- กระทรวงสาธารณสุข เข้าถึงได้จาก : <http://kbs.fda.moph.go.th/kbs>
๒/upload_file/other_activity/๒๐๑๖๑๑๑๔-๑๔๕๕๐๕-๒๐๑๖๑๑๑๔๕๕๐๕.pdf
- จินตนา ต้นสุวรรณนท์. Chintana Tansuwannon. หน้า ๑๕๘ ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๘)
- ท็อปเทนไทยแลนด์ เข้าถึงได้จาก : (<http://www.toptenthailand.com.lcategories.php>, ๕ พฤษภาคม พ.ศ.๒๕๕๖) สืบค้นเมื่อ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑
- ธีระพงษ์ โสตาศรี. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Pro-active PR) (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : iad.dopa.go.th/subject/no๗๒/๔๒.pp (มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๗) สืบค้นเมื่อ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑
- บุษยมาศ ลักษณะของการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ - - GotoKnow
เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org> > หน้าแรก > บุษยมาศ > สมุด > การทำงานเป็นทีม ๒๘ ก.ย. ๒๕๕๙
- บ้านจอมยุทธ์ สื่อโทรทัศน์ (Television) - เข้าถึงได้จาก
https://www.baanjomut.com/library_2/extension-3/television/index.htm สืบค้นเมื่อ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑
- ณัฐา ฉางชูโต. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแส Social Network. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ๒๕๕๓
ผู้จัดการ เข้าถึงได้จาก : <http://www.manager.co.th/Campus/VlewNews.aspx?NewsID=๙๕๒๐๐๐๐๑๐๑๔๑๗>, พ.ศ.๒๕๕๖, สิงหาคม ๙ สืบค้นเมื่อ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี Suratthani Rajabhat Journal Vol.๒ (๒) (July - December ๒๐๑๕) หน้า ๑๖๐-๑๖๒ ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๘)
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม. คู่มือการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล. สมาคมการจัดการแห่งสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพฯ : พ.ศ. ๒๕๕๕. หน้า ๓ - ๔๕
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม เข้าถึงได้จาก : www.spu.ac.th/commarts/files/๒๐๑๓/๐๙/บทความ-สารนิพนธ์-จุติวดี.doc สืบค้นเมื่อ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑
- สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก. กรุงเทพฯ
- สำนักงานเลขาธิการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม . กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://sopsd.mod.go.th/> (มกราคม พ.ศ.๒๕๕๗)
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงแรงงาน. (๒๕๖๑, ออนไลน์) พันธกิจ นโยบายกระทรวงแรงงาน (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก : <http://www.mol.com> (มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๗)
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงแรงงาน. พันธกิจ นโยบายกระทรวงแรงงาน (ออนไลน์) . เข้าถึงได้จาก : http://www.mol.go.th/anonymouse/policy_vision_mission (สืบค้นเมื่อ ๒๑ มีนาคม ๒๕๖๑)
- วรรณกานต์ ขาวลาภ. การบริหารงานข่าว. ๒๕๕๘. หน้า ๑๓-๑๔)
- Somiosie เข้า ถึง ได้ จ าก <http://www.somiosie.myreadyweb.com/article/topic-18330.html>, ๒๖ ม.ค. ๒๕๕๕ สืบค้นเมื่อ ๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑



ด่วนที่สุด

ที่ กค 0409.7/ว 356



กรมบัญชีกลาง

ถนนพระราม 6 กทม. 10400

12 ตุลาคม 2550

เรื่อง การเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันในระบบ GFMS

เรียน ปลัดกระทรวง อธิบดี อธิการบดี เลขาธิการ ผู้อำนวยการ ผู้อำนวยการ หัวหน้าส่วนรัฐวิสาหกิจ

- อ้างถึง 1. หนังสือกรมบัญชีกลาง ที่ กค 0505.4/ว 274 ลงวันที่ 30 กันยายน 2545
2. หนังสือกรมบัญชีกลาง ด่วนที่สุด ที่ กค 0427/ว 458 ลงวันที่ 23 ธันวาคม 2547
3. หนังสือกรมบัญชีกลาง ส่วนมาก ที่ กค 0410.3/ว 131 ลงวันที่ 31 มีนาคม 2548
4. หนังสือกรมบัญชีกลาง ด่วนที่สุด ที่ กค 0410.3/ว 189 ลงวันที่ 10 พฤษภาคม 2549
5. หนังสือกรมบัญชีกลาง ที่ กค 0410.3/ว 265 ลงวันที่ 28 มิถุนายน 2549

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบใบแจ้งการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน
2. แบบใบแจ้งการโอนกลับเงินงบประมาณเบิกแทนกัน
3. ขั้นตอนการปฏิบัติงานในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันในระบบ GFMS
4. คู่มือการปฏิบัติงานในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันในระบบ GFMS

ตามที่กรมบัญชีกลางได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน
ไว้ตามหนังสือที่อ้างถึง นั้น

กรมบัญชีกลางขอเรียนว่า เพื่อให้การปฏิบัติเกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน
ในระบบ GFMS มีความสะดวก รวดเร็ว และเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของส่วนราชการมากยิ่งขึ้น
เห็นสมควรยกเลิกหนังสือที่อ้างถึง และอนุมัติเป็นหลักเกณฑ์ให้ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจเจ้าของงบประมาณ
สามารถมอบให้ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจอื่นเบิกจ่ายเงินงบประมาณปัจจุบันหรือเงินงบประมาณ
ที่ได้รับอนุมัติให้กู้เงินไว้เบิกเหลื่อมปีหรือขยายเวลาเบิกจ่ายเงินได้ ทั้งนี้ ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ
ซึ่งเป็นผู้เบิกแทนยินยอมรับเป็นผู้เบิกเงินงบประมาณแทนกันดังกล่าว โดยให้ถือปฏิบัติตามหลักเกณฑ์
และวิธีการ ดังต่อไปนี้

1. การเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันจะต้องไม่เป็นการโอนเงินงบประมาณรายจ่าย
ตามมาตรา 18 แห่งพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2502 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

2. ส่วนราชการเจ้าของงบประมาณ

2.1 ให้ส่วนราชการเจ้าของงบประมาณยื่นแบบใบแจ้งการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน
ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 1 ซึ่งเป็นการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันระหว่างหน่วยงานที่มีฐานะเป็นเจ้าของ
งบประมาณ เพื่อให้กรมบัญชีกลางดำเนินการในระบบ GFMS ก่อนสิ้นปีงบประมาณ หรือก่อนสิ้นสุด
ระยะเวลาที่ได้รับอนุมัติให้กู้เงินไว้เบิกเหลื่อมปีหรือขยายเวลาเบิกจ่ายเงิน

2.2 การโอนกลับเงินงบประมาณเบิกแทนกัน กรณีที่ไม่ประสงค์ให้เบิกเงินงบประมาณแทนกันหรือกรณีมีเงินงบประมาณคงเหลือจากการเบิกจ่ายตามใบแจ้งการเบิกเงินงบประมาณแทนกัน

2.2.1 กรณีเป็นเงินงบประมาณปีปัจจุบัน เจ้าของงบประมาณประสงค์จะนำไปใช้จ่ายอีก ให้เจ้าของงบประมาณยื่นแบบใบแจ้งการโอนกลับเงินงบประมาณเบิกแทนกันตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 2 ต่อกรมบัญชีกลางภายใน 15 วันทำการนับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากส่วนราชการผู้เบิกแทน เพื่อดำเนินการโอนเงินงบประมาณในระบบ GFMS ให้เสร็จสิ้นภายในปีงบประมาณนั้น ๆ

2.2.2 กรณีเป็นเงินงบประมาณที่ได้รับอนุมัติให้กันเงินไว้เบิกเหลื่อมปีหรือขยายเวลาเบิกจ่ายเงิน เมื่อผู้เบิกแทนดำเนินการเสร็จสิ้นตามวัตถุประสงค์ที่เบิกแทนแล้ว ให้เงินงบประมาณนั้นพับไป

3. ส่วนราชการผู้เบิกแทน

3.1 ให้ส่วนราชการผู้เบิกแทนบริหารเงินงบประมาณที่ได้รับมอบให้เบิกแทนเสมือนเงินงบประมาณปกติของตนเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของเจ้าของงบประมาณ และจะต้องเบิกไม่เกินวงเงินที่ได้รับมอบหมายให้เบิกแทน

3.2 กรณีที่ประสงค์จะให้หน่วยเบิกจ่ายในสังกัดที่ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาคเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน ให้ส่วนราชการผู้เบิกแทนจัดสรรเงินงบประมาณที่ได้รับไปหน่วยเบิกจ่ายดังกล่าวภายหลังจากที่กรมบัญชีกลางได้ดำเนินการตามขั้นตอนการปฏิบัติงานในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันในระบบ GFMS เสร็จสิ้นแล้ว

3.3 การเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันรายการใด หากยังไม่สามารถก่อนนี้ผูกพันหรือเบิกจ่ายเงินให้เสร็จสิ้นได้ทันสิ้นปีงบประมาณ ให้ผู้เบิกแทนเป็นผู้ดำเนินการขอกันเงินไว้เบิกเหลื่อมปีหรือขยายเวลาเบิกจ่ายเงินกับกระทรวงการคลัง โดยถือปฏิบัติตามระเบียบการเบิกจ่ายเงินจากคลัง

3.4 ให้ส่วนราชการผู้เบิกแทนรายงานการใช้จ่ายเงินงบประมาณที่เบิกแทนให้เจ้าของงบประมาณทราบเป็นรายเดือน ภายในวันที่ 15 ของเดือนถัดไป

3.5 ให้ส่วนราชการผู้เบิกแทนเป็นผู้จัดเก็บเอกสารและหลักฐานในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณเบิกแทน รวมทั้งหลักฐานการจ่าย

4. รัฐวิสาหกิจ

4.1 ให้จัดทำแบบใบแจ้งการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย และส่งให้หน่วยงานผู้เบิกแทนให้การยินยอม

4.2 กรณีเป็นเจ้าของงบประมาณ ให้ดำเนินการตั้งเบิกเงินงบประมาณเบิกแทนกัน เช่นเดียวกับการเบิกเงินงบประมาณปกติของตนเอง เพื่อจ่ายเงินแก่ผู้เบิกแทนต่อไป

4.3 กรณีเป็นผู้เบิกแทน ให้หน่วยงานเจ้าของงบประมาณตั้งเบิกเงินงบประมาณเบิกแทนกันเข้าบัญชีเจ้าของงบประมาณ เพื่อจ่ายเงินแก่ผู้เบิกแทนต่อไป สำหรับการรายงานการใช้จ่ายเงินงบประมาณเบิกแทน และการจัดเก็บเอกสาร หลักฐานในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน รวมทั้งหลักฐานการจ่ายให้ถือปฏิบัติเช่นเดียวกับข้อ 3.4 และ 3.5

5. ให้ปิดบัญชีเงินฝากธนาคารสำหรับการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกัน ที่ดำเนินการก่อนปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 ภายใน 20 วันทำการนับตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2550 เป็นต้นไป

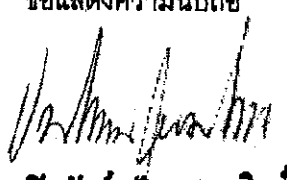
6. การเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันในระบบ GFMS ให้เป็นไปตามขั้นตอนการปฏิบัติงานของการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันและคู่มือการปฏิบัติงานในการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแทนกันในระบบ GFMS ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย 3 และ 4

7. กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการดังกล่าวหรือที่ไม่ได้กำหนดไว้ในหนังสือนี้ ให้ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจเจ้าของงบประมาณขอทำความเข้าใจกับกรมบัญชีกลาง

ทั้งนี้ ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ


(นายปิชัยพันธุ์ หิมนานเหมินทร์)
อธิบดีกรมบัญชีกลาง

สำนักมาตรฐานด้านกฎหมายและระเบียบการคลัง

กลุ่มอนุมัติพิเศษ

โทร. 0 2273 9616 ต่อ 4463

โทรสาร 0 2273 9543

ด่วนที่สุด

ที่ กค (กวพ) ๐๔๒๑.๓/ว

๒๕๕๘



คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุ

กรมบัญชีกลาง

ถนนพระราม ๖ กทม. ๑๐๕๐๐

๒๕ สิงหาคม ๒๕๕๘

เรื่อง การกำหนดวงเงินวิธีการจัดหาพัสดุโดยยกเว้นการปฏิบัติตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และยกเว้นการปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุด้วยวิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Market : e - market) และด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e - bidding)

เรียน ปลัดกระทรวง อธิบดี ผู้ว่าราชการจังหวัด อธิการบดี เลขาธิการ ผู้อำนวยการ ผู้อำนวยการตำรวจแห่งชาติ และหัวหน้าหน่วยงานอื่นของรัฐ

- อ้างถึง ๑. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม
๒. ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุด้วยวิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Market : e - market) และด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e - bidding)
๓. หนังสือคณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวพ) ๐๔๒๑.๓/ว ๖๓ ลงวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘
๔. หนังสือคณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวพ) ๐๔๒๑.๓/ว ๖๔ ลงวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘
๕. หนังสือคณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวพ) ๐๔๒๑.๓/ว ๑๕๐ ลงวันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๕๘
๖. หนังสือคณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวพ) ๐๔๒๑.๓/ว ๑๘๘ ลงวันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๘
๗. หนังสือคณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุ ด่วนที่สุด ที่ กค (กวพ) ๐๔๒๑.๓/ว ๒๘๓ ลงวันที่ ๑๓ สิงหาคม ๒๕๕๘

ตามหนังสือที่อ้างถึง ๑ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดวงเงินวิธีการซื้อหรือการจ้างสำหรับการจัดหาพัสดุไว้ ต่อมากระทรวงการคลัง โดยกรมบัญชีกลางได้พัฒนาระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e - GP) เพื่อเป็นศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ โดยได้นำเรื่องแนวทางปฏิบัติในการจัดหาพัสดุด้วยวิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Market : e - market) และด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e - bidding) เสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ ตามหนังสือที่อ้างถึง ๒ ซึ่งแนวทางปฏิบัติแนบท้ายประกาศฯ ข้อ ๒ กำหนดให้แนวทางปฏิบัตินี้ใช้บังคับสำหรับการจัดหาพัสดุของส่วนราชการนำร่องตามที่ กวพ. กำหนด โดยมีผลนับถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป ซึ่ง กวพ. ได้มีหนังสือแจ้งเวียนรายชื่อส่วนราชการที่ต้องดำเนินการตามแนวทางปฏิบัติฯ ตามหนังสือที่อ้างถึง ๓ - ๗ นั้น

/คณะกรรมการ...

คณะกรรมการว่าด้วยการพัสดุ (กพพ.) พิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้ส่วนราชการสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเป็นไปด้วยความรวดเร็ว คล่องตัว และสอดคล้องกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้น โดยมีมาตรการเร่งรัดการเบิกจ่ายเงินงบประมาณโครงการของส่วนราชการในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙ ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อผู้ประกอบการทุกราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการรายย่อย กพพ. จึงอาศัยอำนาจตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ข้อ ๑๒ (๒) และ (๑๕) ยกเว้นการปฏิบัติตามระเบียบฯ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และกำหนดหลักเกณฑ์ แนวทาง และวิธีปฏิบัติเพื่อให้มีการปฏิบัติตามระเบียบนี้ และอาศัยอำนาจตามแนวทางปฏิบัติแนบท้ายประกาศฯ ข้อ ๗ (๑) ยกเว้นการปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติฯ ดังต่อไปนี้

๑. กำหนดวงเงินในการจัดหาพัสดุตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม จากเดิมเป็นดังนี้

(๑) การซื้อหรือการจ้างโดยวิธีตกลงราคา ได้แก่ การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่ง ซึ่งมีราคาไม่เกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท

(๒) การซื้อหรือการจ้างโดยวิธีสอบราคา ได้แก่ การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่ง ซึ่งมีราคาเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท แต่ไม่เกิน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท

(๓) การซื้อหรือการจ้างโดยวิธีประกวดราคา ได้แก่ การซื้อหรือการจ้างครั้งหนึ่ง ซึ่งมีราคาเกิน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท

(๔) การซื้อโดยวิธีพิเศษ ได้แก่ การซื้อครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ให้กระทำได้เฉพาะกรณีหนึ่งกรณีใดตามที่ระเบียบฯ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ข้อ ๒๓ กำหนด

(๕) การจ้างโดยวิธีพิเศษ ได้แก่ การจ้างครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท ให้กระทำได้เฉพาะกรณีหนึ่งกรณีใดตามที่ระเบียบฯ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ข้อ ๒๔ กำหนด

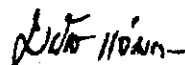
๒. การจัดหาพัสดุครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน ๕๐๐,๐๐๐ บาท แต่ไม่เกิน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท ซึ่งเดิมกำหนดให้ส่วนราชการต้องดำเนินการจัดหาพัสดุด้วยวิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Market : e - market) และด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e - bidding) ให้ส่วนราชการดังกล่าวดำเนินการจัดหาพัสดุด้วยวิธีสอบราคาตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

สำหรับการจัดหาพัสดุครั้งหนึ่งซึ่งมีราคาเกิน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท ให้ส่วนราชการดำเนินการจัดหาพัสดุด้วยวิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Market : e - market) และด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e - bidding) แล้วแต่กรณี

๓. แนวทางการปฏิบัติในข้อ ๑ และ ๒ ให้เริ่มถือปฏิบัติตั้งแต่วันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๕๘ ถึงวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๕๙ สำหรับกระบวนการจัดหาพัสดุที่ได้รับการดำเนินการก่อนวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๕๘ และยังไม่แล้วเสร็จ ให้ถือปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการเดิมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(นายมนัส แจ่มเวหา)

อธิบดีกรมบัญชีกลาง

ปฏิบัติราชการแทนปลัดกระทรวงการคลัง

ประธานกรรมการว่าด้วยการพัสดุ

สำนักมาตรฐานการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

ฝ่ายเลขานุการ

โทรศัพท์ ๐ ๒๑๒๗ ๗๐๐๐ ต่อ ๔๕๕๑ โทรสาร ๐ ๒๑๒๗ ๗๑๘๕-๖

ด่วนที่สุด

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กระทรวงแรงงาน สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน โทร. ๐ ๒๒๓๒ ๑๓๔๑

ที่ รง ๐๒๐๑.๔/ว ๖๖๕๐

วันที่ ๑๗ ตุลาคม ๒๕๕๘

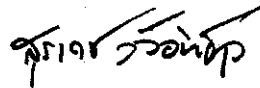
เรื่อง เชิญประชุมคณะกรรมการ และคณะทำงานในการดำเนินงานรายการ “สถานีแรงงาน” สทท. ๑๑

เรียน แจ้งท้าย

ตามที่ ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงแรงงาน มีบัญชาให้มีการประชุมเพื่อหารือแนวทางการจัดทำรายการโทรทัศน์ทางสถานีแรงงาน สทท. ๑๑ เมื่อวันที่ ๑๒ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๓๐ น. ณ ห้องประชุม Executive Operation Room ชั้น ๕ โดยมีมติให้แต่งตั้งคณะกรรมการ และคณะทำงานในการดำเนินงานรายการสถานีแรงงาน สทท. ๑๑ พร้อมให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน เสนอหัวข้อเรื่องที่จะนำเสนอในรายการ “สถานีแรงงาน” สทท. ๑๑ นั้น (เอกสารแนบ)

เพื่อให้การดำเนินงานรายการสถานีแรงงาน สทท. ๑๑ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ขอความอนุเคราะห์มอบหมายผู้อำนวยการกองแผน และผู้อำนวยการกลุ่มงานประชาสัมพันธ์ เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการ และคณะทำงานในการดำเนินงานรายการ “สถานีแรงงาน” สทท. ๑๑ โดยมีรองปลัดกระทรวงแรงงาน (นายสุรเดช วลีอิทธิกุล) เป็นประธาน ในวันพฤหัสบดีที่ ๑๕ ตุลาคม ๒๕๕๘ ระหว่างเวลา ๑๐.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุมประสงค์ วัฒนารักษ์ ชั้น ๕ อาคารกระทรวงแรงงาน ตามระเบียบวาระการประชุมที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา



(นายสุรเดช วลีอิทธิกุล)

ผู้ตรวจราชการกระทรวงแรงงาน รักษาราชการแทน

รองปลัดกระทรวงแรงงาน ปฏิบัติราชการแทน

ปลัดกระทรวงแรงงาน

แจ้งท้าย

๑. อธิบดีกรมการจัดหางาน

๒. อธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

๓. อธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

๔. เลขาธิการสำนักงานประกันสังคม

๑๕ ต.ค. ๕๘

๑๕ ต.ค. ๕๘ ๑๑.๓๕ น.

ผู้ช่วยการสำนัก

ผู้ช่วยการกลุ่ม

เจ้าหน้าที่ฝ่าย

เจ้าหน้าที่เจ้าของเรื่อง

เจ้าหน้าที่พิมพ์/ทวน

วันที่ ๑๗/๑๐/๕๘

วันที่ ๑๗/๑๐/๕๘

วันที่ ๑๗/๑๐/๕๘

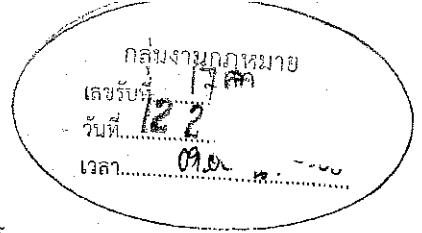
วันที่ ๑๗/๑๐/๕๘

วันที่ ๑๗/๑๐/๕๘

วันที่ ๑๗/๑๐/๕๘



ด่วนที่สุด บันทึกข้อความ



ส่วนราชการ กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ โทร. ๑๓๔๑, ๑๓๓๖

ที่ รง ๐๒๐๑.๔/๙/๐๐

วันที่ ๒๖ ตุลาคม ๒๕๕๘

เรื่อง คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดเนื้อหา รูปแบบและประสานการดำเนินงาน รายการ “สถานีแรงงาน”
เรียน ผู้อำนวยการกลุ่มงานกฎหมาย

ด้วย กระทรวงแรงงานมีนโยบายที่จะจัดให้มีรายการ “สถานีแรงงาน” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงบริการของประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล ให้เป็นไปโดยทั่วถึงและเท่าเทียมกัน โดยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) ทุกวันอังคารเวลา ๑๓.๐๕ – ๑๓.๕๕ น. เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๘ เป็นต้นไป เป็นระยะเวลา ๓ เดือน รวม ๑๒ ครั้ง โครงการแนบท้าย

ในการนี้ กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จึงขอความอนุเคราะห์ให้กลุ่มงานกฎหมายพิจารณาให้ความเห็นชอบในคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดเนื้อหา รูปแบบและประสานการดำเนินงาน รายการ “สถานีแรงงาน” เพื่อจะได้ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นางสาวพินยดา แจ่มจันทร์ศรี)

นักวิชาการแรงงานชำนาญการ รักษาการในตำแหน่ง

ผู้อำนวยการกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

- ☐ ครอบคลุมงานทั่วไป
- ☒ ฝ่ายกฎหมายและนิติกรรมสัญญา
- ☐ ฝ่ายอุทธรณ์และคดี

(นายวิชิตร สุวรรณมาก)

ผู้อำนวยการกลุ่มงานกฎหมาย

(นางสาวอนันท์ วิเลิศปรีชาตระกูล)

นิติกรชำนาญการพิเศษ

๒๒ ๓๑.๖๘



ด่วนที่สุด บันทึกข้อความ

ปลัดกระทรวงฯ
๕
๒๒ ต
๒๕๕๘

ส่วนราชการ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

โทร. ๑๓๒๗

ที่ รง ๐๒๐๑/๒๙๓๓

วันที่ ๒๑ ตุลาคม ๒๕๕๘

เรื่อง โครงการ “สถานีแรงงาน”

เรียน ปลัดกระทรวงแรงงาน

๑. เรื่องเดิม

กระทรวงแรงงานมีนโยบายที่จะจัดให้มีรายการ “สถานีแรงงาน” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงบริการของประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกลให้เป็นไปโดยทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

๒. ขอรายงาน

๒.๑ เพื่อให้นโยบายมีผลในการปฏิบัติ กระผมพร้อมด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจและประเมินผล (นางราณี เบญจาทิกุล) และนางรภัสสา พานิกุล นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ได้เข้าหารือกับนายจำลอง สิงห์โตงาม รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความร่วมมือในการดำเนินการจัดให้มีรายการ “สถานีแรงงาน” ผลการหารือได้ข้อสรุปว่า กรมประชาสัมพันธ์ยินดีให้ความร่วมมือโดยจะจัดเวลาออกอากาศให้ ทุกวันอังคารเวลา ๑๓.๐๕ - ๑๓.๕๕ น. โดยเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๘ เป็นต้นไป เป็นระยะเวลา ๓ เดือน รวม ๑๒ ครั้ง ตามที่ขอความร่วมมือโดยมีค่าใช้จ่าย จำนวน ๓๐๐,๐๐๐ บาท (สามแสนบาทถ้วน)

๒.๒ ในส่วนของค่าใช้จ่ายจำนวน ๓๐๐,๐๐๐ บาท (สามแสนบาทถ้วน) นี้ บริษัท อพอลโล (ประเทศไทย) จำกัด ยินดีให้การสนับสนุน โดยขอมอบผ่านกระทรวงแรงงาน ซึ่งกลุ่มงานคลังและพัสดุ จะดำเนินการตามระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยการรับเงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้บริจาคให้ทางราชการ พ.ศ. ๒๕๒๖

๒.๓ ในส่วนของการเตรียมการ ได้มีการหารือเป็นการภายในกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ของทุกกรม/สำนักงานประกันสังคม โดยมีผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงแรงงาน (พลเอก เจริญ นพสุวรรณ) เป็นประธาน มาโดยลำดับ และได้จัดทำโครงการ “สถานีแรงงาน” โดยกำหนดแนวทาง ดังนี้

๑) เนื้อหาของรายการเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับข่าวสารและบริการต่างๆของกระทรวงแรงงาน ส่วนรูปแบบรายการเป็นรายการสดที่ผู้ชมสามารถติดต่อสอบถามเข้ามาในรายการได้

๒) เริ่มประชาสัมพันธ์โครงการสถานีแรงงาน ตั้งแต่วันที่ ๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ เป็นต้นไป

๓) จัดให้มีการแถลงข่าวในวันพฤหัสบดีที่ ๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน

๔) ออกอากาศครั้งแรกในวันอังคารที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ โดยกราบเรียนเชิญรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน และปลัดกระทรวงแรงงาน เป็นผู้ร่วมสนทนาในรายการ

๒.๔ คณะทำงานตามข้อ ๒.๓ ได้หารือกับผู้แทนของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๕๘ เวลา ๑๓.๓๐ น. ณ ห้องประชุมผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงแรงงาน ชั้น ๖

/โดยมีผู้ช่วย...

โดยมีผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงแรงงาน เป็นประธาน เพื่อซักซ้อมความเข้าใจในแนวทาง และวิธีการทำงานร่วมกัน ในการนี้ ผู้แทนสถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ได้ขอให้กระทรวงแรงงาน มีหนังสือขอความร่วมมือไปยังกรมประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการด้วย

๓. ข้อพิจารณา

เพื่อให้การดำเนินการจัดทำรายการ “สถานีแรงงาน” ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุผลสมดังความมุ่งหมาย จึงขอได้โปรดพิจารณา ดังนี้

๓.๑ อนุมัติโครงการ “สถานีแรงงาน” ตามเอกสารแนบ ๑

๓.๒ มีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานกำหนดเนื้อหา รูปแบบและประสานการดำเนินงานรายการ “สถานีแรงงาน” ตามเอกสารแนบ ๒

๓.๓ มีหนังสือถึงอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อขอความร่วมมือในการผลิตรายการ “สถานีแรงงาน” ตามเอกสารแนบ ๓

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(นายบุญเลิศ ชีระตระกูล)
ที่ปรึกษาวิชาการแรงงาน

อนุมัติ-ลงนามแล้ว



(หม่อมหลวงปุนตริภักดิ์ สมิติ)
ปลัดกระทรวงแรงงาน

๒๘ ต.ค. ๒๕๕๘



คำสั่งกระทรวงแรงงาน

ที่ ๒๘๗ / ๒๕๕๘

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดเนื้อหา รูปแบบ และประสานการดำเนินงาน รายการ “สถานีแรงงาน”

โดยที่กระทรวงแรงงานมีนโยบายที่จะจัดให้มีรายการ “สถานีแรงงาน” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เป็นประจำทุกสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงบริการของประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกลให้เป็นไปโดยทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๓๔ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๔๕ ปลัดกระทรวงแรงงาน จึงแต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดเนื้อหา รูปแบบ และประสานการดำเนินงาน รายการ “สถานีแรงงาน” ประกอบด้วย

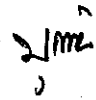
- | | |
|---|------------------------|
| ๑. นายบุญเลิศ อีระตระกูล
ที่ปรึกษาวิชาการแรงงาน | ประธานคณะกรรมการ |
| ๒. ผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจและประเมินผล
สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน | คณะกรรมการ |
| ๓. ผู้เชี่ยวชาญประจำสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์
สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน | คณะกรรมการ |
| ๔. ผู้อำนวยการกลุ่มงานคลังและพัสดุ
สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน | คณะกรรมการ |
| ๕. หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์
กรมการจัดหางาน | คณะกรรมการ |
| ๖. หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์
กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน | คณะกรรมการ |
| ๗. ผู้อำนวยการกลุ่มงานประชาสัมพันธ์
กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน | คณะกรรมการ |
| ๘. ผู้อำนวยการศูนย์สารนิเทศ
สำนักงานประกันสังคม | คณะกรรมการ |
| ๙. ผู้อำนวยการกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน | คณะกรรมการและเลขานุการ |

ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. กำหนดเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอในรายการ “สถานีแรงงาน”
๒. กำหนดแนวทางและผู้รับผิดชอบการประสานการดำเนินงานระหว่างส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๓. จัดเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์และบันทึกคำถามในรายการตามความเหมาะสม
๔. ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ปลัดกระทรวงแรงงานมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๘



(หม่อมหลวงปิ่นตริภุชงค์ สมิติ)
ปลัดกระทรวงแรงงาน

ด่วนที่สุด

ที่ รง ๐๒๐๑.๔/๒๐๗๗

กระทรวงแรงงาน
ถนนมิตรไมตรี เขตดินแดง
กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

๒๒ ตุลาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความร่วมมือผลิตรายการออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

เรียน อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

เนื่องด้วยรัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มีนโยบายที่จะ
เร่งสร้างโอกาส อาชีพ รายได้ที่ยั่งยืน ยกระดับคุณภาพชีวิตแรงงาน และให้แรงงานทั้งระบบมีโอกาสเข้าถึง
การเรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในทุกระดับอย่างมีมาตรฐาน ซึ่งเป็นภารกิจที่อยู่ในความรับผิดชอบ
ของกระทรวงแรงงาน แต่ภายใต้กลไกของกระทรวงในปัจจุบัน มีหน่วยบริการแต่ละด้านเพียงจังหวัดละ ๑ แห่ง
เท่านั้น ทำให้ประชาชนจำนวนมากทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล มีความยากลำบากในการเข้าถึง
บริการดังกล่าว

ฉะนั้น เพื่อให้ประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ด้อยโอกาสทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบท
ห่างไกล สามารถเข้าถึงบริการของกระทรวงแรงงานได้โดยง่าย ประหยัด สะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง
จึงเห็นสมควรจัดให้มีรายการ “สถานีแรงงาน” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ทุกวัน
อังคารเวลา ๑๓.๐๕ - ๑๔.๕๕ น. เป็นระยะเวลา ๓ เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ เป็นต้นไป
รวม ๑๒ ครั้ง

ในการนี้จึงมีความจำเป็นต้องขอความร่วมมือจากกรมประชาสัมพันธ์ ได้อนุเคราะห์จัดให้มี
รายการดังกล่าว โดยกระทรวงแรงงานจะจัดงบประมาณสนับสนุนการดำเนินการของทางสถานี จำนวน
๓๐๐,๐๐๐ บาท (สามแสนบาทถ้วน) พร้อมทั้งจัดเจ้าหน้าที่ร่วมดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(หม่อมหลวงปิ่นตริภิกษิ์ สมิติ)

ปลัดกระทรวงแรงงาน

สำนักงานปลัดกระทรวง

สำนักบริหารกลาง

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๓๒ ๑๓๔๑

โทรสาร ๐ ๒๖๔๓ ๔๖๖๘

ได้รับต้นฉบับแล้ว



๒๒ ต.ค. ๒๕๕๘

สำนักงานปลัดกระทรวง

ผู้อำนวยการกลุ่ม

หัวหน้าฝ่าย

เจ้าหน้าที่เจ้าของเรื่อง

เจ้าหน้าที่พิมพ์/ทบทวน

วันที่ ๒๒ ๑๐ ๕๖

วันที่ ๒๒ ๑๐ ๕๖

วันที่ ๒๒ ๑๐ ๕๖

วันที่ ๒๒ ๑๐ ๕๖

วันที่ ๒๒ ๑๐ ๕๖

รายละเอียดคุณลักษณะ / เงื่อนไขข้อกำหนด (Terms of Reference : TOR)
การจัดผลิตสื่อโทรทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจของกระทรวงแรงงาน
ตามโครงการ “สถานีแรงงาน” ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๙

๑. ความเป็นมา

จากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ผู้มีงานทำส่วนใหญ่ของประเทศไทยมีการศึกษาระดับพื้นฐาน คือ มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน ๑๘ ล้านคน และระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๓ จำนวน ๖ ล้านคน รวม ๒๔ ล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๖๓.๑๕ ของผู้มีงานทำทั้งหมด การมีความรู้ระดับพื้นฐานดังกล่าวส่งผลให้บุคคลเหล่านี้มีรายได้น้อย มีสภาพยากจนและขาดโอกาส เป็นที่มาของปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมเรื้อรังยาวนาน รัฐบาลปัจจุบันภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี จึงเร่งสร้างโอกาส อาชีพ รายได้ที่ยั่งยืน ยกระดับคุณภาพชีวิตแรงงาน ให้แรงงานทั้งระบบมีโอกาสเข้าถึงการเรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในทุกระดับอย่างมีมาตรฐาน มุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ

กระทรวงแรงงานเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านแรงงานของประเทศให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยการบริหารจัดการดูแลกำลังแรงงานไทยรวม ๓๘ ล้านคน ให้ได้รับการคุ้มครองที่ดี มีศักยภาพและทักษะฝีมือที่เป็นมาตรฐานสากล สามารถเข้าถึงบริการและสวัสดิการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ด้านแรงงานได้อย่างถูกต้อง เพื่อเป็นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมาย มีความรู้ ความเข้าใจ เข้าถึงข้อมูลบริการจากกระทรวงแรงงานและหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ขาดโอกาสทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการของกระทรวงแรงงานได้โดยง่าย ประหยัด สะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง ตามแนวทางของแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) จึงเห็นควรจัดให้มี “สถานีแรงงาน” ต่อเนื่องเป็นระยะ ๒ หลังจากการทดลองออกอากาศเมื่อเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๘ – มกราคม ๒๕๕๙ โดยออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) ทุกสัปดาห์ ๆ ละ ๑ ชั่วโมง เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนผู้ใช้บริการกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในลักษณะการสื่อสารสองทาง ซึ่งจะช่วยให้การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมดำเนินไปอย่างมีรูปธรรม พร้อมช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

๒. วัตถุประสงค์

เพื่อให้มีสื่อกลางเพื่อการสื่อสารที่สะดวก ง่าย ประหยัด รวดเร็ว และทั่วถึง ระหว่างประชาชนผู้ใช้บริการกับหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงแรงงานทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และประชาชนผู้ขาดโอกาสทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล สามารถเข้าถึงบริการของกระทรวงแรงงานได้โดยทั่วถึง เท่าเทียมกัน ได้รับการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมลดลงตามลำดับ

๓. กลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงาน และประชาชนวัยแรงงาน ทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกลทั่วประเทศ ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) สถานประกอบการที่ต้องการจ้างงาน

๔. ประเภทสื่อ : สื่อโทรทัศน์

๕. รูปแบบ : ผลิตรายการโทรทัศน์ความยาวไม่เกิน ๖๐ นาที ซึ่งมีบทวิทัศน์ ความยาวประมาณ ๕ - ๗ นาที และภาพประกอบรายการที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับภารกิจของกระทรวงแรงงาน เพื่อออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา ๑๓.๐๕ - ๑๓.๕๕ น. จำนวน ๓๕ ตอน

๖. งบประมาณ : งบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๙ ของสำนักบริหารกลาง กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
ผลผลิต : ประชาชนวัยแรงงานในพื้นที่ได้รับบริการด้านแรงงาน กิจกรรมหลัก : ประสานการให้บริการด้านแรงงาน
กิจกรรมรอง : บริหารการสื่อสารประชาสัมพันธ์การบริหารด้านแรงงาน (ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์) จำนวน ๑,๙๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านเก้าแสนบาทถ้วน)

๗. ระยะเวลา : เดือนกุมภาพันธ์ - กันยายน ๒๕๕๙

๘. เงื่อนไขการเสนอราคา : ผู้เสนอราคาต้องเสนอรายละเอียดใน ๒ ลักษณะ คือ ข้อเสนอด้านคุณสมบัติ และ ข้อเสนอด้านราคา

๘.๑ การเสนอราคาต้องมีเอกสาร ๒ ส่วน คือ

ส่วนที่ ๑ ข้อเสนอด้านคุณสมบัติ จำนวน ๑ ชุด

ส่วนที่ ๒ ข้อเสนอด้านราคา จำนวน ๑ ชุด

ส่วนที่ ๑ ข้อเสนอด้านคุณสมบัติ ผู้ประสงค์จะเสนอราคาจะต้องผ่านเกณฑ์คุณสมบัติพื้นฐาน ดังนี้

๑. ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องเป็นนิติบุคคลที่มีอาชีพเกี่ยวกับการผลิตสื่อหรือการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน หรือรับจ้างผลิตและเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์

๒. ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีผู้ทำงานของทางราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว หรือไม่เป็นผู้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของราชการ

๓. ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องมีผลงานรับจ้างด้านการประชาสัมพันธ์หรืองานที่คล้ายคลึงกันกับโครงการนี้ จากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่เชื่อถือได้ มีมูลค่างานไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท เป็นเวลาไม่เกิน ๓ ปี นับถึงวันยื่นซอง จำนวนไม่น้อยกว่า ๑ สัญญา ในสัญญาเดียวกันโดยแสดงหลักฐานพร้อมสำเนาคู่สัญญาจ้างและสำเนาหนังสือรับรองผลงานในช่วงเวลาดังกล่าว

๔. ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องมีทีมงานที่มีประสบการณ์ มีความรู้ ความชำนาญ และมีผลงานในด้านการผลิตสื่อโทรทัศน์ โดยมีหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาเอกสารสัญญาจ้างหน่วยงานที่เคยจ้างผลิต

๕. ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ประสงค์จะเสนอราคา ได้มีคำสั่งให้สละสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๖. ผู้ประสงค์จะเสนอราคาต้องเสนอตัวอย่างชิ้นงานที่เคยผลิต ตามรูปแบบที่ใกล้เคียงกับที่ผู้ว่าจ้างกำหนดมานำเสนอ

ส่วนที่ ๒ ข้อเสนอด้านราคา : ผู้เสนอราคาต้องเสนอราคาต่อหน่วยและราคารวม

๘.๒ การพิจารณาข้อเสนอด้านราคา

คณะกรรมการฯ จะพิจารณาคัดเลือกโดยยึดถือประโยชน์ที่ทางราชการได้รับเป็นหลัก

๙. เงื่อนไขการผลิต : การจ้างผลิตรายการโทรทัศน์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจ และบทบาทหน้าที่ของกระทรวงแรงงาน

๑. ผู้รับจ้างต้องสร้างสรรค์ ออกแบบ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจของกระทรวงแรงงาน

โครงการ“สถานีแรงงาน”ระยะที่ ๒

๑. หลักการและเหตุผล

จากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ผู้มีงานทำส่วนใหญ่ของประเทศไทยมีการศึกษาระดับพื้นฐาน คือ มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน ๑๘ ล้านคน และระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๓ จำนวน ๖ ล้านคน รวม ๒๔ ล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๖๓.๑๕ ของผู้มีงานทำทั้งหมด การมีความรู้ระดับพื้นฐานดังกล่าวส่งผลให้บุคคลเหล่านี้มีรายได้ต่ำ มีสภาพยากจนและขาดโอกาส เป็นที่มาของปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมเรื้อรังยาวนาน รัฐบาลปัจจุบันภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี จึงเร่งสร้างโอกาส อาชีพ รายได้ที่ยั่งยืน ยกระดับคุณภาพชีวิตแรงงานทั้งระบบให้มีโอกาสเข้าถึงการเรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในทุกระดับตามมาตรฐาน มุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ

กระทรวงแรงงานเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านแรงงานของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลสูงสุด โดยการบริหารจัดการดูแลกำลังแรงงานไทยร่วม ๓๘ ล้านคน ให้ได้รับการคุ้มครองที่ดี มีศักยภาพและทักษะฝีมือที่เป็นมาตรฐานสากล สามารถเข้าถึงบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ด้านแรงงานและสวัสดิการได้อย่างถูกต้อง เพื่อเป็นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจ เข้าถึงข้อมูลบริการจากกระทรวงแรงงานและหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ขาดโอกาสทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการของกระทรวงแรงงานได้ด้วยช่องทางที่ง่าย ประหยัด สะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง ตามแนวทางของแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๖๔) จึงเห็นสมควรจัดรายการ “สถานีแรงงาน” ต่อเนื่องเป็นระยะ ๒ หลังจากการทดลองออกอากาศเมื่อเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๘ - มกราคม ๒๕๕๙ โดยยังคงออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) ทุกสัปดาห์ ๆ ละ ๑ ชั่วโมง เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนผู้ใช้บริการกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในลักษณะการสื่อสารสองทาง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมดำเนินไปอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อให้มีสื่อกลางในการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่าย ประหยัด รวดเร็ว และทั่วถึง ระหว่างประชาชนผู้ใช้บริการกับหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงแรงงานทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค

๒.๒ เพื่อให้ประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล สามารถเข้าถึงบริการของกระทรวงแรงงานได้โดยเท่าเทียมกัน

๒.๓ เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ห่างไกล รับทราบข่าวสารของภาครัฐที่มีความถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระดับคุณภาพชีวิต

๓. เป้าหมาย ประมาณ ๒๔ ล้านคน ประกอบด้วย

๓.๑ ประชาชนที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงาน และประชาชนวัยแรงงาน

๓.๒ ประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกลทั่วประเทศ

๓.๓ ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs)

๓.๔ สถานประกอบการ ที่ต้องการจ้างงาน

๓.๓ ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs)

๓.๔ สถานประกอบการ ที่ต้องการจ้างงาน

๔. วิธีดำเนินการ

๔.๑ จัดทำรายการโทรทัศน์โดยร่วมกับสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. ๑๑) ทุกสัปดาห์ ๑ ละ ๑ ชั่วโมง เพื่อเป็นสื่อกลางสร้างการรับรู้ข้อมูลบริการของกระทรวงแรงงาน ระหว่างประชาชนกลุ่มเป้าหมายกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานทั้งส่วนกลางและภูมิภาค เช่น บริการจัดหางานในประเทศ การไปทำงานต่างประเทศ การแนะแนวอาชีพ ข้อมูลอาชีพอิสระ การพัฒนาฝีมือแรงงาน และการร้องทุกข์กรณีต่าง ๆ ที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกระทรวงแรงงาน รวมทั้งเพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ และการเผยแพร่สินค้าชุมชนของผู้ชมรายการเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับชุมชนอีกทางหนึ่ง

๔.๒ เผยแพร่ข้อมูลที่ออกอากาศแล้ว ทางเว็บไซต์กระทรวงแรงงาน เฟสบุ๊ก และ Youtube อำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่ต้องการค้นหาข้อมูลของรายการที่ออกอากาศไปแล้ว

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

เดือนกุมภาพันธ์ - กันยายน ๒๕๕๙

๖. งบประมาณ วงเงิน ๒,๗๗๕,๐๐๐ บาท (สองล้านเจ็ดแสนเจ็ดหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

เบิกจ่ายจากงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๙ ผลผลิต : ประชาชนวัยแรงงานในพื้นที่ได้รับบริการด้านแรงงาน กิจกรรมหลัก : ประสานการให้บริการด้านแรงงาน กิจกรรมรอง : บริหารการสื่อสารประชาสัมพันธ์การบริหารด้านแรงงาน (ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์) ดังนี้

๖.๑ โอนเงินให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นผู้เบิกจ่ายแทนกัน สำหรับค่าสนับสนุนการออกอากาศ วงเงิน ๘๗๕,๐๐๐ บาท (แปดแสนเจ็ดหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

๖.๒ ค่าจ้างผลิตรายการโทรทัศน์และสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง วงเงิน ๑,๙๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านเก้าแสนบาทถ้วน)

๗. ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล

นโยบายรัฐบาลข้อ ๓ เรื่องการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมและการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ

๘. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๘.๑ มีสื่อกลางในการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่าย ประหยัด รวดเร็ว และทั่วถึง ระหว่างประชาชนผู้ใช้บริการกับหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงแรงงานทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค

๘.๒ ประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล สามารถเข้าถึงบริการของกระทรวงแรงงานได้ โดยเท่าเทียมกัน

๙. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

๑๐. ผู้เสนอโครงการ

ลงชื่อ..........ผู้เสนอโครงการ

(นางสาวพินยดา แจ่มจันทร์ศรี)

นักวิชาการแรงงานชำนาญการพิเศษ รักษาการในตำแหน่ง

ผู้อำนวยการกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๑๑. ผู้อนุมัติโครงการ

ลงชื่อ..........ผู้อนุมัติโครงการ

(หม่อมหลวงปองตริภักดิ์ สมิติ)

ปลัดกระทรวงแรงงาน

โครงการ “สถานีแรงงาน”

จากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ผู้มีงานทำส่วนใหญ่ของประเทศไทยมีการศึกษาระดับพื้นฐาน คือ มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน ๑๘ ล้านคน และระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๓ จำนวน ๖ ล้านคน รวม ๒๔ ล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๖๓.๑๕ ของผู้มีงานทำทั้งหมด

การมีการศึกษาเพียงแค่ระดับพื้นฐานดังกล่าวส่งผลให้บุคคลเหล่านี้มีรายได้น้อย หลายรายมีสภาพยากจนและด้อยโอกาส เป็นที่มาของปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมเรื้อรังยาวนานรัฐบาลปัจจุบันภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่จะเร่งสร้างโอกาส อาชีพ รายได้ที่มีมั่นคง ยกระดับคุณภาพชีวิตแรงงาน และให้แรงงานทั้งระบบมีโอกาสเข้าถึงการเรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในทุกระดับอย่างมีมาตรฐาน ซึ่งเป็นภารกิจที่อยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงแรงงาน แต่ภายใต้กลไกของกระทรวงในปัจจุบัน มีหน่วยบริการแต่ละด้านเพียงจังหวัดละ ๑ แห่งเท่านั้น ทำให้ประชาชนจำนวนมากทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล ไม่สามารถเข้าถึงบริการของกระทรวงแรงงานได้

ฉะนั้น เพื่อให้ประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ด้อยโอกาสทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกลสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการของกระทรวงแรงงานได้โดยง่าย ประหยัด สะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง ตามแนวทางของแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) จึงเห็นควรจัดให้มี “สถานีแรงงาน” ออกอากาศทางโทรทัศน์ช่อง ๑๑ ทุกสัปดาห์ สัปดาห์ละ ๑ ชั่วโมง เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนผู้ใช้บริการกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานในลักษณะการสื่อสารสองทาง วิธีนี้นอกจากจะช่วยให้การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมดำเนินไปอย่างมีรูปธรรมแล้ว ยังจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอีกทางหนึ่งด้วย

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อให้มีสื่อกลางเพื่อการสื่อสารที่สะดวก ง่าย ประหยัด รวดเร็ว และทั่วถึง ระหว่างประชาชนผู้ใช้บริการกับหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงแรงงานทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค

๒.๒ เพื่อให้ประชาชนผู้ด้อยโอกาสทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล สามารถเข้าถึงบริการของกระทรวงแรงงานได้โดยเท่าเทียมกัน

๒.๓ เพื่อให้ประชาชนผู้ด้อยโอกาสมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมลดลงตามลำดับ

๓. เป้าหมาย ประมาณ ๒๔ ล้านคน ประกอบด้วย

๓.๑ ประชาชนผู้ด้อยโอกาสทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกลทั่วประเทศ

๓.๒ ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs)

๓.๓ สถานประกอบการที่ต้องการจ้างงาน

๔. วิธีดำเนินการ

๔.๑ จัดทำรายการโทรทัศน์ โดยร่วมกับ สถานีโทรทัศน์ ช่อง ๑๑ ทุกสัปดาห์ สัปดาห์ละ ๑ ชั่วโมง เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกลุ่มเป้าหมายกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค ในการขอรับบริการ เช่น บริการจัดหางานในประเทศ การไปทำงานต่างประเทศ การแนะแนวอาชีพ ข้อมูลอาชีพอิสระ การพัฒนาฝีมือแรงงาน และการร้องทุกข์กรณีต่าง ๆ ที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกระทรวงแรงงาน รวมทั้งเพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ และการเผยแพร่สินค้าชุมชนของผู้ชมรายการเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอีกทางหนึ่ง

๔.๒ จัดตั้งคณะทำงานประกอบด้วย ผู้แทนของทุกกรม/สำนักงานประกันสังคม และผู้แทนจาก สทท.๑๑ ร่วมดำเนินการจัดทำรายการ

๔.๓ จัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ย่อยจากออกอากาศย้อนหลัง สำหรับผู้ที่ต้องการค้นหาข้อมูลของรายการที่ออกอากาศไปแล้ว โดยอาจพัฒนาเว็บไซต์ที่มีอยู่เดิมเป็นการเพิ่มเติม

๕. ผู้รับผิดชอบโครงการ ที่ปรึกษาวิชาการแรงงาน สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

๖. ระยะเวลาดำเนินการ

๖.๑ ช่วงทดลองออกอากาศ ๓ เดือน พฤศจิกายน ๒๕๕๘ – มกราคม ๒๕๕๙

๖.๒ หากประเมินผลแล้วเป็นที่พอใจของประชาชนก็ดำเนินการต่อเนื่องไป

๗. งบประมาณ

ขอรับการสนับสนุนจากภาคเอกชน จำนวน ๓๐๐,๐๐๐ บาท (สามแสนบาทถ้วน)

๘. ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล

สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลในข้อ ๓ เรื่องการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมและการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ

๙. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๙.๑ ประชาชนผู้ด้อยโอกาสทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกล สามารถเข้าถึงบริการของกระทรวงแรงงานโดยง่าย สะดวก รวดเร็วและทั่วถึง

๙.๒ ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มเป้าหมายให้ดีขึ้นกว่าเดิม

๙.๓ เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอย่างมีรูปธรรม

๑๑. ผู้เสนอโครงการ



(นายบุญเลิศ ชีระตระกูล)
ที่ปรึกษาวิชาการแรงงาน

๑๒. ผู้อนุมัติโครงการ



(หม่อมหลวงปณตกริก สมิตี)
ปลัดกระทรวงแรงงาน

ด่วนที่สุด

ที่ รง ๐๒๐๑.๔/ว ๒๓๓๘

สำนักบริหารกลาง

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

ถนนมิตรไมตรี ดินแดง กทม. ๑๐๕๐๐

ก พุทธศักราช ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ข้อความเป็นอักษรวิ่ง

เรียน แจ้งท้าย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ข้อความประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยกระทรวงแรงงาน มีนโยบายที่จะจัดให้มีรายการ “สถานีแรงงาน” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑) เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงบริการของประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและท้องที่ชนบทห่างไกลให้เป็นไปโดยทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ออกอากาศทุกวันอังคาร ระหว่างเวลา ๑๓.๐๕ - ๑๓.๕๕ น. โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรกในวันอังคารที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ นี้

ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ แก่ประชาชนได้รับทราบข้อมูลอย่างกว้างขวาง จึงขอความอนุเคราะห์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อความในรูปแบบอักษรวิ่งผ่านรายการต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์ตามแต่จะเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(นายวิจิตร สุวรรณมาก)

ผู้อำนวยการกลุ่มงานกฎหมาย รักษาการแทน

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๓๒ ๑๓๔๑

โทรสาร ๐ ๒๖๔๓ ๔๕๖๘

(รท)	ผู้อำนวยการกลุ่มงาน	วันที่ ๒, 11, 58
	หัวหน้าฝ่าย	วันที่ 6, 11, 58
	หัวหน้างาน	วันที่ / /
	เจ้าหน้าที่เจ้าของเรื่อง	วันที่ / /
	เจ้าหน้าที่พิมพ์/ทวน	วันที่ ๒ พ.ค. ๕๘

บทโทรทัศน์ : รายการสถานีแรงงาน
ประเด็น “การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าว หลังวันที่ 31 มีนาคม 2559”
โดย นายวิวัฒน์ จิระพันธุ์วานิช รองอธิบดีกรมการจัดหางาน
ออกอากาศสดทางสถานีโทรทัศน์ NBT ออกอากาศที่ 3 พฤษภาคม 2559
ระหว่างเวลา 13:00 – 14:00 น.

ฉาก	ภาพ	เสียง	เวลา
	Title รายการ สถานีแรงงาน	ดนตรีประกอบ	
1	VTR Highlight CG ตัวหนังสือ ซ้อนภาพ แรงงานต่างด้าว ●จดทะเบียนแรงงานต่างด้าว อย่างถูกกฎหมาย ●ทั้งสัญชาติ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา ●ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ●สร้างรายได้เข้าประเทศแล้ว ปีละกว่า 1 แสนล้านบาท	ดนตรีตื่นเต้น มี sfx ประกอบ	30 วินาที
2	- พิธีกร เปิดรายการ Super ชื่อพิธีกร หมายเลขโทรศัพท์ 02-275-4225 -Super อารักษ์ พรหมณี อธิบดีกรมการจัดหางาน	พิธีกร: สวัสดีค่ะ ยินดีต้อนรับเข้าสู่รายการ “สถานีแรงงาน” ไขทุกปัญหา ปรึกษาทุกอาชีพ เช่นเคยค่ะ จากภาพ HI light จะเห็นว่าปัจจุบันแรงงาน ต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย ช่วยสร้างรายได้เข้าประเทศกว่าปีละ 1 แสนล้านบาท ถือว่าช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศเราได้เป็นอย่างดี และวันนี้ค่ะเราจะมาพูดคุยกันในเรื่องของการจัดระบบแรงงานต่างด้าว ช่วย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้อย่างไร ซึ่งผู้ที่จะมาให้รายละเอียดกับเราในวันนี้ อยู่กับเราในรายการแล้ว ขอต้อนรับคุณวิวัฒน์ จิระพันธุ์วานิช รองอธิบดี กรมการจัดหางาน เข้าสู่รายการสถานีแรงงาน สวัสดีค่ะท่าน พิธีกร : สวัสดีค่ะ รองอธิบดี : สวัสดีครับ พิธีกร : ท่านรองอธิบดีคะ ก่อนอื่นต้องถามก่อนเลยว่าปัจจุบันมีแรงงาน ต่างด้าวเมียนมา ลาว และกัมพูชาที่ได้รับการผ่อนผันให้อยู่ในประเทศไทย เป็นการชั่วคราว ตามนโยบายของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) หรือที่เรารู้จักกันคือกลุ่มบัตรสีชมพู มีจำนวนเท่าไรคะ	12 นาที

รองอธิบดี : สถิติล่าสุดมีจำนวนประมาณ 1,049,326 คน แบ่งเป็น

เมียนมา 454,268 คน ลาว 139,111 คน และกัมพูชา 455,947 คน

พิธีกร : หลาย ๆ คนคงยังไม่ทราบว่าทำไมประเทศไทยของเราจึงรับแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานในประเทศคะท่าน

รองอธิบดี : เนื่องจากประเทศไทยประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานทั่วไป ทั้งในภาคการก่อสร้าง การเกษตร ปศุสัตว์ ประมง และอุตสาหกรรมต่อเนื่องประมง รัฐบาลจึงได้มีการอนุญาตให้นายจ้างใช้แรงงานต่างด้าวสัญชาติเมียนมา ลาว และกัมพูชาในสถานประกอบการดังกล่าวเพื่อทดแทนแรงงานที่ขาดแคลน รวมทั้งการเข้ามาทำงานในลักษณะไป-กลับ หรือตามฤดูกาล โดยกำหนดท้องที่ตามความตกลงว่าด้วยการสัญจรข้ามแดนระหว่างราชอาณาจักรไทยกับประเทศที่ติดต่อกับราชอาณาจักรไทยและพื้นที่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษตามที่รัฐบาลกำหนด และยังแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานประมงทะเล โดยการเปิดจดทะเบียนในกิจการประมงทะเลและแปรรูปสัตว์น้ำ รวมทั้งการนำเข้าแรงงานประมงต่างด้าวถูกกฎหมายอีกด้วยครับ

พิธีกร : แล้วแรงงานต่างด้าวกลุ่มนี้ที่เข้ามาทำงานในประเทศเราส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งใดบ้างคะ

รองอธิบดี : งานที่แรงงานต่างด้าวเมียนมา ลาว และกัมพูชา (กลุ่มบัตรสีชมพู) สามารถทำได้มี 2 ตำแหน่ง คือ กรรมกร และผู้รับใช้ในบ้านครับ

พิธีกร : ตอนนี้ไทยเราได้มีการทำ MOU กับประเทศใดบ้างในการส่งแรงงานเข้ามาทำงานในประเทศไทยเรา

รองอธิบดี : ประเทศเมียนมา ลาว กัมพูชา และเวียดนามครับ

พิธีกร : ล่าสุดคณะรัฐมนตรีมีมติผ่อนผันให้แรงงานต่างด้าวเมียนมา ลาว และกัมพูชา อาศัยและขออนุญาตทำงานในประเทศไทย อยากทราบว่าเป็นกลุ่มใดบ้างคะที่สามารถจดทะเบียนในครั้งนี้ได้

รองอธิบดี : กลุ่มที่สามารถจดทะเบียนฯ ได้ คือกลุ่มที่เคยมีใบอนุญาตทำงานแล้ว ไม่ใช่กลุ่มที่ลักลอบเข้ามาใหม่ ได้แก่

1. กลุ่มที่จดทะเบียนมีบัตรสีชมพูตามนโยบาย คสช. เมื่อปี ๒๕๕๗ ซึ่งด้านหลังบัตรสีชมพูระบุ ปีที่หมดอายุ 2557 หรือ 2558

		2. กลุ่มที่มีบัตรสีชมพู ตามนโยบาย คสช. ซึ่งด้านหลังบัตรสีชมพูจะครบกำหนดในวันที่ 31 มีนาคม 2559 3. กลุ่มที่มีเอกสารที่ประเทศต้นทางออกให้จากการตรวจสัญชาติ หรือพิสูจน์สัญชาติทุกกลุ่มรวมถึงผู้ติดตามซึ่งเป็นบุตรของแรงงานต่างด้าวที่อายุไม่เกิน 18 ปีที่ถือเอกสาร ดังนี้ 1) หนังสือเดินทาง (Passport - PP) 2) หนังสือเดินทางชั่วคราว (Temporary Passport – TP) 3) เอกสารใช้แทนหนังสือเดินทาง (Travel Document – TD) 4) เอกสารรับรองบุคคล (Certificate of Identity – CI) ทั้งนี้ แรงงานต่างด้าวที่มีเอกสารดังกล่าวข้างต้นหมดอายุ หรือมีอายุเหลืออยู่ แต่ยังไม่ได้ VISA หรือ VISA ยังมีอายุเหลืออยู่ หรือสิ้นอายุแล้ว รวมถึงกลุ่มแรงงานต่างด้าวที่ผ่านการตรวจสัญชาติ หรือพิสูจน์สัญชาติ ซึ่งครบกำหนดระยะเวลาจ้างงาน 4 ปี หรือ 6 ปี ที่มีตราประทับ MOU สามารถจดทะเบียนเพื่อขออนุญาตทำงานได้ครับ พิธีกร : แรงงานที่ไม่สามารถจดทะเบียนในครั้งนี้ได้ ได้แก่กลุ่มใดบ้างคะ รองอธิบดี : แรงงานที่ไม่สามารถมาจดทะเบียนในรอบนี้ ได้แก่ 1. แรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในรูปแบบ MOU ในครั้งแรก 2. แรงงานจดทะเบียนในกิจการประมงทะเล และแปรรูปสัตว์น้ำที่ผ่านมา คือ 2.1 กิจการประมงทะเล - ด้านหลังบัตรสีชมพูระบุวันหมดอายุ วันที่ 24 พฤศจิกายน 2559 - ด้านหลังบัตรสีชมพูระบุวันหมดอายุ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2560 2.2 กิจการแปรรูปสัตว์น้ำ - ด้านหลังบัตรสีชมพูระบุวันหมดอายุ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2559 พิธีกร : คุณผู้ชมคะ และเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนายจ้าง จึงได้มีการเปิดศูนย์จดทะเบียนแรงงานต่างด้าวถึง 4 จุดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะมีที่ไหนบ้างนั้นไปติดตามรับชมได้จาก VTR ชุดนี้กันดีกว่าค่ะ	
3	VTR 1	VTR 1 ศูนย์จดทะเบียนแรงงานต่างด้าวแบบเบ็ดเสร็จที่ กทม. (3-4 นาที)	3-4 นาที
	Super : เว็บไซต์	พิธีกร : จาก VTR เมื่อสักครู่นี้เห็นได้ว่าศูนย์จดทะเบียนแรงงานต่างด้าวนี้สามารถอำนวยความสะดวกให้กับนายจ้างได้เป็นอย่างดีเลยนะคะ และหากคุณผู้ชมมีข้อสงสัยโทรศัพท์ไปสอบถามได้ที่สายด่วนกรมการจัดหางาน 1694 ค่ะ	12 นาที

กรมการจัดหางาน www.doe.go.th หรือ สอบถามได้ที่สายด่วน 1694	ท่านรองอธิบดีคะนอกจาก 4 ศูนย์ฯ ดังกล่าว นายจ้างจังหวัดอื่น ๆ สามารถพาแรงงานต่างด้าวของตนไปจดทะเบียนได้ที่ไหนบ้าง รองอธิบดี : ที่ศูนย์บริการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวแบบเบ็ดเสร็จหรือที่เรียกว่าศูนย์ OSS ในพื้นที่ที่แต่ละจังหวัดกำหนดครับ โดยสามารถติดต่อสอบถามได้ที่สำนักงานจัดหางานจังหวัดทุกจังหวัดที่สถานประกอบการตั้งอยู่ครับ พิธีกร : ในส่วนของค่าใช้จ่าย และขั้นตอน มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร รองอธิบดี: ในส่วนของค่าใช้จ่ายนั้น ยังคงเท่าเดิมคือ จำนวน 3,180 บาท โดยเป็นค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพ 500 บาท ประกันสุขภาพ 1,600 บาท ใบอนุญาตทำงาน 1,000 บาท ค่าทะเบียนประวัติ 80 บาท ซึ่งรวมทั้งสิ้นจำนวน 3,180 บาท ทางด้านขั้นตอนก็ยังคงเดิมเช่นกัน คือ นายจ้างต้องจัดเตรียมเอกสาร และพาแรงงานต่างด้าวไปจัดทำทะเบียนประวัติ ถ่ายรูป พิมพ์ลายนิ้วมือกับกรมการปกครอง และขออนุญาตทำงานกับกรมการจัดหางาน ณ ศูนย์บริการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) รวมทั้ง ตรวจสุขภาพเพื่อคัดกรองว่าไม่เป็นโรคที่ห้ามอนุญาตให้ทำงาน และประกันสุขภาพกับโรงพยาบาลตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด พิธีกร : การจดทะเบียนฯ ในครั้งนี้มีเงื่อนไขการดำเนินการอย่างไร อธิบดี : แรงงานต่างด้าวจะต้องมารายงานตัวเพื่อขอรับบัตรใหม่ ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน – 29 กรกฎาคม 2559 เพื่ออาศัยและทำงานอยู่ในประเทศไทยได้เป็นเวลา 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2559 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2561 เท่ากันทุกคน พิธีกร : มีขั้นตอนการดำเนินการอย่างไร รองอธิบดี : สำหรับขั้นตอนในการดำเนินการนั้นแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนง่าย ๆ ครับ 1. แรงงานต่างด้าวไปตรวจสุขภาพ ทำประกันสุขภาพ ณ โรงพยาบาลที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด 2. เมื่อผ่านการตรวจสุขภาพไม่เป็นโรคต้องห้ามตามที่กำหนดให้นายจ้าง/สถานประกอบการพาแรงงานต่างด้าวหรือแรงงานต่างด้าวไปด้วยตนเองชำระค่าธรรมเนียมการอนุญาตทำงาน ณ จุดบริการชำระเงิน (Counter Service) ได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด หรือที่สำนักงานจัดหางานจังหวัด สำนักงานจัดหางานกรุงเทพมหานครพื้นที่ 1-10 โดยนำไปรับรองแพทย์และบัตรสีชมพูหรือเอกสารที่ประเทศต้นทางออกให้ไปชำระ
---	---

		ค่าธรรมเนียม 3. นายจ้าง/แรงงานต่างด้าวจัดเตรียมเอกสารคำขออนุญาตทำงาน (ตท.8) สัญญาจ้างงาน 1 คน/บัตรสีชมพูหรือเอกสารที่ประเทศต้นทางออกให้ไปดำเนินการขอใบอนุญาตทำงานที่ศูนย์บริการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service : OSS) ตามใบนัด พิธีกร : คุณผู้ชมคะ เพื่อให้เห็นภาพมากขึ้นเราไปดู VTR ชุดต่อไปนี้นักดีกว่าคะ ที่จะบอกเล่าเรื่องราวของขั้นตอนการมาจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวกันคะ	
4	VTR 2	VTR 2 ขั้นตอนการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าว (3 นาที)	3 นาที
5		พิธีกร : นายจ้างทราบขั้นตอนกันไปแล้วก็อย่าลืมพาแรงงานต่างด้าวไปขึ้นทะเบียนให้ถูกต้องนะคะ ท่านรองอธิบดีคะในการมาจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวในครั้งนี้สามารถจ่ายค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตทำงานได้ที่ใดบ้างและจำนวนเท่าใดคะ รองอธิบดี : การจ่ายค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตทำงานในครั้งนี้ สามารถจ่ายได้ที่จุดบริการชำระเงิน (Counter Service) มีค่าใช้จ่ายจำนวนทั้งสิ้น 1,900 บาท แบ่งเป็น - ค่ายื่นคำขออนุญาตทำงาน จำนวน 100 บาท - ค่าธรรมเนียมการอนุญาตทำงาน 2 ปี จำนวน 1,800 บาท (กรณีชำระค่าบริการผ่านเคาน์เตอร์ เซอร์วิสจะเสียค่าธรรมเนียมอีกจำนวน 10 บาทต่อแรงงานต่างด้าว 1 คน) กรณีนายจ้างมีแรงงานจำนวนมากให้ติดต่อจุดบริการชำระเงิน (Counter Service) ล่วงหน้า โดยแรงงานต่างด้าวจะได้รับสลิปใบเสร็จรับเงิน และใบนัดไปรายงานตัวเพื่อทำบัตรสีชมพูและใบอนุญาตทำงานที่ศูนย์จดทะเบียนแรงงานต่างด้าวแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service: OSS) โดยการจ่ายเงิน ณ จุดบริการชำระเงินสามารถดำเนินการได้ทุกแห่งที่ตั้งอยู่ในท้องที่ที่แรงงานต่างด้าวประสงค์จะไปจดทะเบียน และขออนุญาตทำงาน พิธีกร : สรุปแล้วมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งสิ้นจำนวนเท่าใดคะ รองอธิบดี : สรุปค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งสิ้น จำนวน 5,680 บาท/คน แบ่งเป็น - ค่าตรวจสุขภาพ จำนวน 500 บาท - ค่าประกันสุขภาพ จำนวน 3,200 บาท (ระยะเวลาคุ้มครอง จำนวน 2 ปี)	10 นาที

- ค่าบัตรสีชมพู จำนวน 80 บาท (ออกโดยกรมการปกครอง)
- ค่าใบอนุญาตทำงาน จำนวน 1,900 บาท (ค่ายื่นคำขอ 100 บาท ค่าใบอนุญาตทำงาน 1,800 บาท)

พิธีกร : แล้วสถานที่ที่ตรวจสุขภาพมีที่ใดบ้าง

รองอธิบดี : ในกรุงเทพมหานครตรวจสุขภาพได้ 7 แห่ง คือ

1. โรงพยาบาลกลาง
2. โรงพยาบาลนพรัตน์
3. โรงพยาบาลเลิดสิน
4. โรงพยาบาลราชวิถี
5. โรงพยาบาลตากสิน
6. โรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์
7. โรงพยาบาลวชิระพยาบาล

ในต่างจังหวัด ณ โรงพยาบาลที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

พิธีกร : เมื่อสักครู่ท่านรองอธิบดีได้พูดถึงการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าว สัญชาติเมียนมา ลาว และกัมพูชาในกิจการประมงทะเล และแปรรูปสัตว์น้ำ ซึ่งล่าสุดทราบมาว่าได้เปิดจดทะเบียนไปแล้ว 2 ครั้ง และในขณะนี้อยู่ในช่วงขยายเวลาจดทะเบียนฯ ต่อไปอีก 6 เดือน เกี่ยวกับเรื่องนี้มีความคืบหน้าอย่างไรบ้างคะท่าน

รองอธิบดี : เนื่องจากคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2559 ให้ขยายระยะเวลาการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าว สัญชาติเมียนมา ลาว และกัมพูชาในกิจการประมงทะเลจากเดิมสิ้นสุดเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2559 เป็นภายในวันที่ 31 กรกฎาคม 2559 ซึ่งการอนุญาตทำงานให้เริ่มตั้งแต่วันที่ที่อนุญาตถึงวันที่ 31 มกราคม 2560 เท่ากันทุกคน

สำหรับแรงงานต่างด้าวในกิจการแปรรูปสัตว์น้ำ ซึ่งจากเดิมจะสิ้นสุดการขอจดทะเบียนฯ ในวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2559 นั้น คณะรัฐมนตรีมีมติให้ขยายการดำเนินการต่อไปอีกตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ - 22 สิงหาคม 2559 โดยการอนุญาตทำงานให้เริ่มตั้งแต่วันที่ที่อนุญาตถึงวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2560 เท่ากันทุกคน ครับ

พิธีกร : ผลการจดทะเบียนเป็นอย่างไรบ้างคะ

รองอธิบดี:

- ผลการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวในกิจการประมงทะเล ตั้งแต่วันที่ 2 กุมภาพันธ์ - 26 เมษายน 2559 มีนายจ้าง จำนวน 3,151 คน แรงงานต่างด้าว จำนวน 9,343 คน เป็นเมียนมา 6,683 คน ลาว 205 คน และ

กัมพูชา 2,455 คน

- ผลการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวในกิจการแปรรูปสัตว์น้ำ ตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ – 26 เมษายน 2559 มีนายจ้าง จำนวน 1,762 คน แรงงานต่างด้าว จำนวน 16,521 คน เป็นเมียนมา 13,095 คน ลาว 368 คน และกัมพูชา 3,058 คน

พิธีกร : หากนายจ้าง/สถานประกอบการไม่พาแรงงานต่างด้าวมาจดทะเบียนตามที่กำหนดนั้น กรมการจัดหางานได้กำหนดโทษไว้อย่างไร

รองอธิบดี : ในระหว่างที่แรงงานต่างด้าวยังไม่มีใบอนุญาตทำงาน นายจ้างจะจ้างแรงงานต่างด้าวทำงานไม่ได้ ซึ่งนายจ้างที่ลักลอบจ้างแรงงานต่างด้าวโดยไม่มีใบอนุญาตทำงานจะมีความผิดตามพระราชบัญญัติการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2551 มีความผิดปรับสูงสุดถึง 100,000 บาทต่อคนต่างด้าวที่จ้างหนึ่งคน ส่วนแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบทำงานจะมีความผิดจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับสูงสุดถึง 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ครับ

พิธีกร : และหากพบว่านายจ้าง/สถานประกอบการ จ้างแรงงานผิดประเภท กรมการจัดหางานได้กำหนดโทษไว้อย่างไร

รองอธิบดี : นายจ้าง/สถานประกอบการที่จ้างแรงงานต่างด้าวที่มีใบอนุญาตทำงาน แต่ไม่ได้อนุญาตให้ทำงานกับตนเอง หากถูกจับได้มีโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาทต่อการจ้างแรงงานต่างด้าวหนึ่งคน ส่วนคนต่างด้าวที่ได้รับใบอนุญาตทำงานฝ่าฝืนเงื่อนไขที่นายทะเบียนกำหนดไว้/ไม่ทำงานตามประเภทหรือลักษณะงานและกับนายจ้าง ณ ท้องที่ หรือสถานที่และเงื่อนไขตามที่ได้รับใบอนุญาต ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 20,000 บาท ครับ

พิธีกร : ท่านรองอธิบดีคะหลังจากวันที่ 29 กรกฎาคม 2559 ซึ่งจะสิ้นสุดการเปิดให้จดทะเบียนแรงงานต่างด้าว ทางกระทรวงแรงงานมีการดำเนินการระหว่างได้รับอนุญาตทำงาน (หลังจาก 120 วัน) อย่างไรบ้างคะ

รองอธิบดี : กระทรวงแรงงานได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ปรับสถานะ

- เปลี่ยนเอกสารของประเทศต้นทางที่หมดอายุ
- ออกเอกสารของประเทศต้นทาง/วีซ่า

2. มาตรฐานสากล

- ปฏิบัติเป็นไปตามมาตรฐานสากล

		- ILO - IOM 3. ลดผิด – เพิ่มถูก ลด - แรงงานต่างด้าวเข้าเมืองผิดกฎหมาย - นายจ้างไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย - บริษัทจัดหางาน – สาย – นายหน้า ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เพิ่ม - การนำเข้าตาม MOU - นายจ้างปฏิบัติตามกฎหมาย - บริษัทจัดหางาน – สาย – นายหน้า ปฏิบัติตามกฎหมาย พิธีกร : แรงงานที่มากขึ้นทะเบียนอย่างถูกกฎหมายนี้ ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้เข้าประเทศเราได้อย่างไรบ้างคะ รองอธิบดี : พลเอกศิริชัย ดิษฐกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน ได้เร่งรัดให้แรงงานต่างด้าวเข้าสู่ระบบการจ้างงานที่ถูกต้อง โดยปัจจุบันมีแรงงานต่างด้าวเมียนมา ลาว และกัมพูชาเข้าสู่กระบวนการจ้างงานที่ถูกต้องตามกฎหมายกว่า 2 ล้านคน สามารถเก็บค่าธรรมเนียมนเฉพาะการขออนุญาตทำงานได้ปีละกว่า 3,000 ล้านบาท นอกจากนี้ ในกิจการประมงทะเลและแปรรูปสัตว์น้ำที่ผ่านมานั้นยังสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศกว่าปีละ 1 แสนล้านบาท พิธีกร : สุดท้ายนี้ ท่านรองอธิบดี มีอะไรจะกล่าวฝากไปยังผู้ชมที่รับฟังอยู่ในขณะนี้บ้างคะ เชิญค่ะ รองอธิบดี : ขอให้นายจ้าง/สถานประกอบการพาแรงงานต่างด้าวไปดำเนินการตามที่รัฐบาลได้กำหนดซึ่งหากนายจ้าง/สถานประกอบการ หรือแรงงานต่างด้าวมีข้อสงสัย สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ สำนักงานจัดหางานจังหวัด ๒๒ จังหวัดชายทะเล สำนักจัดหางานกรุงเทพเขตพื้นที่ ๑ - ๑๐ หรือที่ สายด่วนกรมการจัดหางาน โทร. ๑๖๙๔ ซึ่งเรามีล่ามภาษาเมียนมา กัมพูชา และอังกฤษ อำนวยความสะดวกตอบคำถามให้กับแรงงานด้วยครับ เพราะการจ้างแรงงานต่างด้าวในประเทศไทยที่ถูกต้องตามกฎหมาย	
--	--	--	--

	“สบายใจทั้งนายจ้างและลูกจ้างครับ” พิธีกร กล่าวขอบคุณแขกรับเชิญ แล้วโยนเข้าสู่ช่วงสุดท้าย แจ้งข่าวประชาสัมพันธ์จากกระทรวงแรงงาน ข่าวที่ 1 : ข่าวที่ 2 : พิธีกร : ในเดือนที่ผ่านมาเราได้จัดกิจกรรมให้คุณผู้ชมร่วมส่งไปรษณียบัตรมาร่วมชิงรางวัลกัน และเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม หรือวันแรงงานแห่งชาติที่ผ่านมาเราได้ทำการจับรางวัลสำหรับผู้โชคดีไปแล้วที่ห้องสนามหลวง ไปชมกันดีกว่าค่ะว่าผู้โชคดีได้รับของรางวัลจากรายการมีใครกันบ้าง VTR 3 ผู้ที่ได้รับรางวัล 1-2 นาที พิธีกร : ต้องขอแสดงความยินดีกับผู้โชคดีทุกท่านเลยนะคะ คุณผู้ชมคะในเดือนพฤษภาคมนี้ กระทรวงแรงงานจะเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน “ตลาดนัดคลองผดุง ตลาดทุนแรงงาน ณ คลองผดุงกรุงเกษม ข้างทำเนียบรัฐบาล ในวันที่ 3-24 พฤษภาคม 2559 นี้ ภายในงานจะมีนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ “พระบิดาแห่งมาตรฐานการช่างไทย” และจัดแสดงการแข่งขันฝีมือแรงงานแห่งชาติ นิทรรศการให้ความรู้การเตรียมความพร้อมแรงงานรองรับการเข้าสู่ AEC และยังมีสินค้าจากผู้ประกอบการอิสระรายย่อย สินค้าเกษตร สินค้าแปรรูป สินค้า SME และสินค้า OTOP รวมทั้งสินค้าจากผู้ประกอบการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากกระทรวงแรงงาน สัปดาห์หน้าเราจะมาพูดคุยกันถึงเรื่องนี้กันค่ะ สำหรับวันนี้ รายการสถานีแรงงาน หมดเวลาแล้ว ขอบพระคุณทุกท่านที่ติดตามรับชม และคืนนี้สามารถรับชมได้อีกครั้ง ในคืนนี้เวลา 23.00 น. แล้วพบกันใหม่วันอังคารหน้านะคะ สวัสดีค่ะ	
ไตเติ้ลท้ายรายการ	ดนตรีบรรเลง	

ลงชื่อผู้บันทึก..... โทร.
 หน่วยงาน ๐ ตป. ๐ กอจ. ๐ กพร. ๐ กสร. ๐ สบส.
 วันที่



บันทึกข้อความ

ปลัดกระทรวงฯ เลขรับที่ ๑๑๕ วันที่ ๑๕ พ.ย. ๒๕๕๘ เวลา	ผู้ช่วยปลัดกระทรวงฯ เลขรับ. วันที่ ๑๕ พ.ย. ๒๕๕๘ เวลา ๐๙.๓๐ น.
--	--

ส่วนราชการ สำนักบริหารกลาง กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โทร. ๑๒๙๖

ที่ รง ๐๒๐๑.๔/๒๖๕๒

วันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๘

เรื่อง เรื่องร้องทุกข์จากรายการ “สถานีแรงงาน”

เรียน ปลัดกระทรวงแรงงาน

๑. เรื่องเดิม

กระทรวงแรงงาน ได้จัดให้มีรายการ “สถานีแรงงาน” เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงบริการของประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและท้องถิ่นชนบททางไกลให้เป็นไปโดยทั่วถึงและเท่าเทียมกัน โดยออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.๑๑) กรมประชาสัมพันธ์ ทุกวันอังคาร ระหว่างเวลา ๑๓.๐๕ – ๑๓.๕๕ น. เริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันอังคารที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ โดยมีพลเอก ศิริชัย ดิษฐกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน และหม่อมหลวงปทุมทริก สมิตี ปลัดกระทรวงแรงงาน ร่วมสนทนาสดในประเด็น “แนะนำบริการกระทรวงแรงงาน” พร้อมจัดให้มีเจ้าหน้าที่รับเรื่องและตอบข้อซักถามสดในรายการ

๒. ข้อยุทธฐานะ

การรับสายข้อซักถามจากผู้ชมรายการ “สถานีแรงงาน” เมื่อวันอังคารที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ สรุปได้ดังนี้

๒.๑ ผู้โทรศัพท์สอบถาม มีจำนวน ๔๖ ราย เป็นลูกจ้างและประชาชนทั่วไป เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประกันสังคมมากที่สุด จำนวน ๒๖ ราย รองลงมาเกี่ยวกับการทำงานทำ จำนวน ๑๐ ราย ด้านสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน จำนวน ๗ ราย และการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน จำนวน ๔ ราย (เอกสารแนบ ๑)

๒.๒ ข้อสอบถามตามข้อ ๒.๑ มีข้อร้องทุกข์ด้านสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ที่ต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อติดตามให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหา จำนวน ๗ ราย (เอกสารแนบ ๒)

๒.๓ ศูนย์บริการประชาชนกระทรวงแรงงาน สำนักตรวจและประมวลผล เป็นหน่วยงานรับผิดชอบประสานงานและดำเนินการเรื่องร้องทุกข์ของกระทรวงแรงงาน

๓. ข้อพิจารณา

เพื่อให้การช่วยเหลือแก้ไขปัญหาแก่ผู้แจ้งข้อร้องทุกข์ผ่านรายการ “สถานีแรงงาน” เป็นไปตามกระบวนการที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ จึงเห็นสมควรแจ้งสำนักตรวจและประมวลผล พิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาตามข้อ ๓ หากเห็นชอบกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง จะได้ดำเนินการต่อไป

เห็นชอบ

(หม่อมหลวงปทุมทริก สมิตี)

ปลัดกระทรวงแรงงาน

๑๙ พ.ย. ๒๕๕๘

(นายวิจิตร สุวรรณมาก)

ผู้อำนวยการกลุ่มงานกฎหมาย รักษาการแทน

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

(นายสุทธิ สุโกศล)

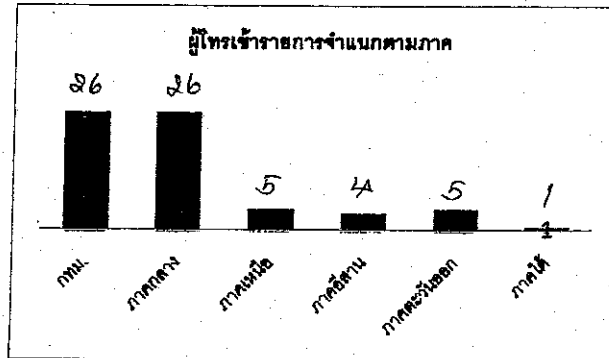
ผู้ช่วยปลัดกระทรวงแรงงาน

17 พ.ย. ๒๕๕๘

สรุปผลการรับเรื่องทางโทรศัพท์
รายการสถานีแรงงาน วันที่ ๑๗ พ.ย.๕๘ เรื่อง "สร้างหลักประกันชีวิตกับประกันสังคม"

มีผู้โทรเข้ามาในรายการ จำนวน ๖๗ ราย

เป็นลูกจ้างและประชาชนทั่วไป ๖๑ ราย นายจ้าง ๖ ราย



ประเด็นที่ต้องการทราบข้อมูลและคำแนะนำ

กสร. ๒ ราย	สปส. ๖๕ ราย
นจ.ไม่จ่ายเงินชดเชย ระหว่างแพทย์ให้พัก รักษาพยาบาลผ่าตัดตา	การจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุน / ๖ ราย
ได้รับค่าแรง ๑๒๐ บาท/วัน มีที่พักให้ ไม่มีประกันสังคม	การใช้สิทธิการรักษาพยาบาล / ๔ ราย
	รายละเอียดสิทธิประโยชน์ตาม พ.ร.บ.ประกันสังคม (ฉบับที่ ๔) / ๑๙ ราย
	สิทธิประโยชน์จากกองทุนเงินทดแทน / ๑ ราย
	สอบถามข้อมูลอื่น ๆ / ๓๕ ราย - ต้องการสมัคร มาตรา ๓๙ (๙ ราย) - ต้องการสมัคร มาตรา ๔๐ (๙ ราย) - การรับเงินเมื่อลาออก มาตรา ๔๐ (๓ ราย) - สิทธิประโยชน์กรณีชราภาพ (๖ ราย) - สิทธิประโยชน์กรณีว่างงาน ลาออกจากงาน (๔ ราย) - ค่าธรรมเนียมเมื่อจ่ายมาตรา ๓๙ ที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส (๑ ราย) - รพ.ให้บริการไม่ดี (๑ ราย) - มาตรฐานการให้บริการ รพ.รัฐและเอกชนแก่ผู้ประกันตน (๑ ราย) - ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพฯ (๑ ราย)

ประมวลสรุปโดย กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง
และศูนย์สารสนเทศ สำนักงานประกันสังคม

สรุปผลการร่วมกิจกรรมกับทางรายการ “สถานีแรงงาน”

1. ผู้มีส่วนร่วมกิจกรรมกับรายการสถานีแรงงาน จำนวนทั้งสิ้น 614 ราย แบ่งเป็น

- ส่งไปรษณียบัตรแนะนำติชมรายการ จำนวน 63 ใบ (12 ราย)
 - รอบแรก จำนวน 18 ใบ
 - รอบสอง (ตกค้าง) จำนวน 45 ใบ
- ร่วมกิจกรรมวันแรงงานแห่งชาติ (1 พฤษภาคม 2559) ณ สนามหลวง จำนวน 551 ราย

2. ผลการจับรางวัลเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2559 ณ สนามหลวง มีผู้ได้รับรางวัล ดังนี้

- รางวัลที่ ๑ เครื่องซักผ้า ขนาด ๑๐ กิโลกรัม จำนวน ๑ รางวัล คือ คุณอัมพร แซ่เฮ้ง จังหวัด กรุงเทพมหานคร (วันจันทร์ ๓๐ พ.ค. คุณอัมพร ประมาณบ่ายเป็นต้นไปขอแจ้งกลับว่าจะสะดวก ห้างฯใด)
- รางวัลที่ ๒ ไมโครเวฟ จำนวน ๓ รางวัล ได้แก่
 - ๑) คุณสมชาย ขาวหน้าไม้ จังหวัดนนทบุรี (ประสานแรงงานจังหวัดสง อสร.)
 - ๒) คุณรัฐศาสตร์ ภูะกิจ จังหวัดน่าน (ประสานแรงงานจังหวัดสง อสร.)
 - ๓) คุณตู่จ พอลลี จังหวัดสมุทรปราการ (ชาวกัมพูชา ถือบัตรสีชมพู)

(มารับด้วยตนเองแล้ว อาทิตย์ ที่ ๒๙ พค.๕๙)

- รางวัลที่ ๓ วิทย์พุกพา จำนวน ๑๐ รางวัล ได้แก่

- ๑) คุณปรัชญา ด้านตระกูล จังหวัดปทุมธานี (ไปรษณียบัตร)
- ๒) คุณมานะ แซ่จิ๋ว จังหวัดนนทบุรี
- ๓) คุณวิทยา ว่องไวงาน จังหวัดสมุทรปราการ
- ๔) คุณมะลิวรรณ เขียวเปลื้อง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ๕) คุณณัฐพร จิระเรืองฤทธิ์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร (ไปรษณียบัตร)
- ๖) คุณกัญญา บ่อพิมาย จังหวัดพิษณุโลก (ไปรษณียบัตร)
- ๗) คุณเอกชัย ยิ่งยง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- ๘) คุณกนกกรัก แก้วโสม จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ๙) คุณดรุณี สมดังหวัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ๑๐) คุณสมชาย แซ่โจ้ว จังหวัดกรุงเทพมหานคร (มารับด้วยตนเองแล้ว เมื่อวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙)

รายชื่อผู้ส่งไปรษณียบัตรร่วมกิจกรรมกับทางรายการ สถานีแรงงาน

1. คุณนิชากร เชิดพยัคฆ์ หมู่บ้านเสนา 8 พระยาสุเรนทร์ 42 สามวาตะวันตก เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 10510
2. คุณปรีชญา ด้านตระกูล 16/18 ม.2 ต.บางหลวง อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000 โทร. 02-9783892
3. คุณกัญญา บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.086-6441325
4. คุณกัญญา บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.086-6441325
5. คุณพัชรา ทองไธร์ 4273 แพลต 63 ประชาสงเคราะห์ 19 แขวงดินแดง เขตดินแดง กทม. 10400
6. คุณอารีย์ ทองเดช 347/27 ไดมอนด์รัชดาเพลส 1 ซอย รัชดาภิเษก32 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจันทระเกษม เขตจตุจักร กทม. 10900 โทร. 085-0227899
7. คุณกัญญา บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.086-6441325
8. คุณรุ่งทิพย์ ด้านตระกูล 39/11 ม.2 ต.บ้านฉาง อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000
9. คุณดำริห์ บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.080-3388768
10. คุณดำริห์ บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.080-3388768
11. คุณกัญญา บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.086-6441325
12. คุณรุ่งทิพย์ ด้านตระกูล 39/11 ม.2 ต.บ้านฉาง อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000
13. คุณดำริห์ บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.080-3388768
14. คุณกัญญา บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.086-6441325
15. คุณดำริห์ บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.080-3388768
16. คุณปรีชญา ด้านตระกูล 16/18 ม.2 ต.บางหลวง อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000 โทร. 02-9783892
17. คุณณัฐพร จิระเรืองฤทธิ์ 3 ซอย 1 หมู่บ้านเกษมสำราญ 1 ถนนสุขุมวิท 71 แขวงคลองตัน เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 085-118-7424
18. คุณกัญญา บ่อพิมาย 176/18 ม.4 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65110 โทร.086-6441325

การบริหารจัดการรายการสถานีแรงงาน
รูปแบบสตีกเกอร์ และโปสเตอร์ใช้ประชาสัมพันธ์รายการ
สไลด์แกนรายการ “ไขทุกปัญหา ปรีक्षाทุกอาชีพ”



การประชาสัมพันธ์รายการ ในรูปแบบ Infographic



การประชาสัมพันธ์รายการผ่านเว็บไซต์กระทรวงแรงงาน www.mol.go.th

← → ↻
 www.mol.go.th/content/workstation



กระทรวงแรงงาน Ministry of Labour

เปลี่ยนการแสดงผล : f g C c




หน้าหลัก แนะนำกระทรวงแรงงาน ▼ รวมแรงงาน พนักงาน/ลูกจ้าง ผู้ประกอบการ นักวิชาการ กฎหมายแรงงาน อัตราค่าจ้าง

รายการสถานีแรงงาน

กระทรวงแรงงาน มีนโยบายที่จะจัดให้มีการ "สถานีแรงงาน" เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงบริการของประชาชนทั้งในชุมชนเมืองและท้องถิ่นชนบททางไกลให้เป็นไปโดยทั่วถึงและเท่าเทียมกัน โดยได้กำหนดออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.11) กรมประชาสัมพันธ์ ทุกวันอังคาร ระหว่างเวลา 13.05 – 13.55 น. โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรกในวันอังคารที่ 10 พฤศจิกายน 2558 และเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้การจัดการ "สถานีแรงงาน" ให้ประชาชนในห้องรับชมได้รับทราบข้อมูลอย่างกว้างขวาง



🌸 ประชาชน

- ข่าวจัดซื้อจัดจ้าง
- อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ
- ศูนย์สนับสนุนผู้ประกอบการให้พร้อมจ่ายอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ
- ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร

☒ รับจดหมายข่าว

กรุณากรอก e-mail เพื่อรับข่าว

Email: *

☒ Subscribe
 ☐ Unsubscribe

YouTube

Search

Up next

AUTOPLAY

สถานีแรงงาน ตอน Safety Thailand ความปลอดภัยและอาชีพ Arthitya Khemlao 263 views

หนังพาไป ชั๊น 4 : Ep.14 การเดินทางสู่กรุงลงกา (4 ก.พ. 61) ThaiPBS 28:31 Recommended for you

สถานีแรงงาน วันที่ 5 มกราคม 2559 เรื่อง ม.40 สกปรกงานเพื่อวินข้าง งานโศด่า ศูนย์สารนิเทศ 323 views

สถานีแรงงาน 24 พ.ย.58 NBT 2HD 176 views

สถานีแรงงาน 15.ค.58 NBT 2HD 197 views

ตอบให้เคลียร์ ขึ้นค่าแรงขึ้นค่า คน

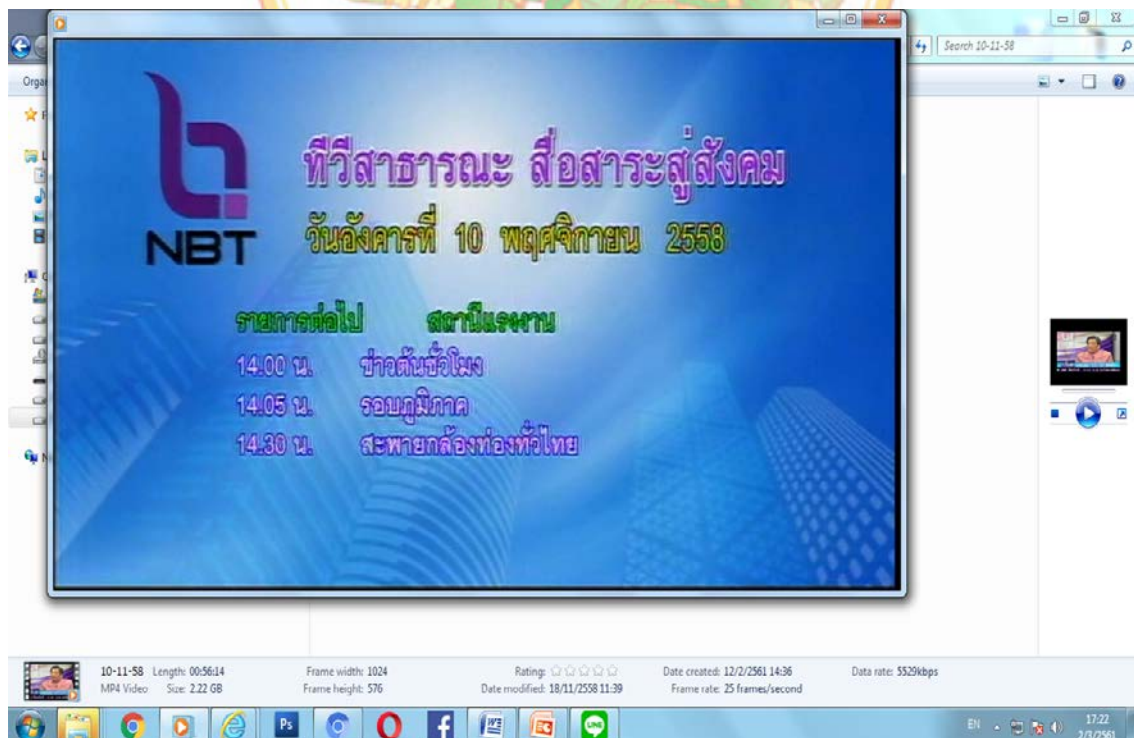
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ชุดที่ 1 (10 พ.ย. 2558)

441 views

Like 2 Dislike 0 Share More ...

รายการสถานีแรงงาน รวมทั้งสิ้น ๔๗ ตอน

- ตอนที่ ๑/๒๕๕๘ - วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ : แนะนำบริการกระทรวงแรงงาน
- ตอนที่ ๒/๒๕๕๘ - วันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ : สร้างหลักประกันชีวิตกับประกันสังคม
- ตอนที่ ๓/๒๕๕๘ - วันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ : การเพิ่มผลิตภาพแรงงานไทย
- ตอนที่ ๔/๒๕๕๘ - วันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๕๘ : ลูกจ้าง นายจ้าง ได้อะไรกับการแก้ไขปัญหาแรงงานเด็ก
- ตอนที่ ๕/๒๕๕๘ - วันที่ ๘ ธันวาคม ๒๕๕๘ : "การให้บริการของกรมการจัดหางานและศูนย์บริการจัดหางานเพื่อคนไทย (Smart Job Center)"
- ตอนที่ ๖/๒๕๕๘ - วันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๘ : "อาชีพเสริมสู้ภัยแล้ง"
- ตอนที่ ๗/๒๕๕๘ - วันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๕๘ : "AEC และการเคลื่อนย้ายแรงงานในอาเซียน"
- ตอนที่ ๘/๒๕๕๘ - วันที่ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๕๘ : "เหลียวหลังแลหน้ากระทรวงแรงงานตามโรดแมปรัฐบาล"
- ตอนที่ ๙/๒๕๕๘ - วันที่ ๕ มกราคม ๒๕๕๙ : "ผู้ประกันตนมาตรา ๔๐ หลักประกันเพื่อวันข้างหน้า"
- ตอนที่ ๑๐/๒๕๕๙ - วันที่ ๑๒ มกราคม ๒๕๕๙ : " การเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพ"
- ตอนที่ ๑๑/๒๕๕๙ - วันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๕๙ : " เส้นทางอาชีพช่างเชื่อมเงินล้าน"
- ตอนที่ ๑๒/๒๕๕๙ - วันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๕๙ : " นายจ้างได้กำไร ลูกจ้างได้ด้วย ช่วยสร้างประชาธิปไตย"
- ตอนที่ ๑๓/๒๕๕๙ - วันที่ ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ : " กองทุนเงินทดแทน คัมครองลูกจ้างเนื่องจากการทำงาน"
- ตอนที่ ๑๔/๒๕๕๙ - วันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ : " รางวัลชีวิตผู้เข้าแข่งขันฝีมือช่าง"
- ตอนที่ ๑๕/๒๕๕๙ - วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ : " ๒๕๕๙ : สู่มิติใหม่ของการจ้างงานคนพิการ"
- ตอนที่ ๑๖/๒๕๕๙ - วันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ : " ใครคือผู้ค้ามนุษย์ด้านแรงงาน"
- ตอนที่ ๑๗/๒๕๕๙ - วันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๕๙ : "พระบิดาแห่งมาตรฐานการช่างไทยและวันมาตรฐานแรงงานแห่งชาติ"
- ตอนที่ ๑๘/๒๕๕๙ - วันที่ ๘ มีนาคม ๒๕๕๙ : "พลังสตรีร่วมใจขับเคลื่อนไทยสู่สากล "
- ตอนที่ ๑๙/๒๕๕๙ - วันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๙ : "พัฒนาฝีมือคนพิการ สร้างงานสร้างอนาคต "
- ตอนที่ ๒๐/๒๕๕๙ - วันที่ ๒๒ มีนาคม ๒๕๕๙ : "คิดถึงงานคิดถึงกระทรวงแรงงาน "
- ตอนที่ ๒๑/๒๕๕๙ - วันที่ ๒๙ มีนาคม ๒๕๕๙ : "ลดอุบัติเหตุจากการทำงานอย่างไรให้เป็นศูนย์ "
- ตอนที่ ๒๒/๒๕๕๙ - วันที่ ๕ เมษายน ๒๕๕๙ : "การไปทำงานต่างประเทศแบบรัฐจัดส่ง "
- ตอนที่ ๒๓/๒๕๕๙ - วันที่ ๑๒ เมษายน ๒๕๕๙ : "พกบัตรประกันสังคมไว้อุ่นใจทุกเทศกาล "
- ตอนที่ ๒๔/๒๕๕๙ - วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๕๙ : "มาตรฐานเพื่อชีวิตที่ดีกว่ากับมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ"
- ตอนที่ ๒๕/๒๕๕๙ - วันที่ ๒๖ เมษายน ๒๕๕๙ : "แรงงานสร้างเมือง สร้างชาติ"
- ตอนที่ ๒๖/๒๕๕๙ - วันที่ ๓ พฤษภาคม ๒๕๕๙ : "การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าว"
- ตอนที่ ๒๗/๒๕๕๙ - วันที่ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙ : "ตลาดนัดคลองผดุง ตลาดทุนของ(รง.) ไทย"
- ตอนที่ ๒๘/๒๕๕๙ - วันที่ ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๕๙ : "มาตรฐานช่างไฟ มาตรฐานความปลอดภัยเพื่อสังคม"
- ตอนที่ ๒๙/๒๕๕๙ - วันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๕๙ : "ผลงาน ๖ เดือน กระทรวงแรงงาน"
- ตอนที่ ๓๐/๒๕๕๙ - วันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๕๙ : "เครือข่ายกระทรวงแรงงาน สู่กลางขับเคลื่อนแรงงานไทย"
- ตอนที่ ๓๑/๒๕๕๙ - วันที่ ๗ มิถุนายน ๒๕๕๙ : "อาชีพต้องห้ามของแรงงานต่างด้าว"
- ตอนที่ ๓๒/๒๕๕๙ - วันที่ ๑๔ มิถุนายน ๒๕๕๙ : "มหกรรมสานพลังประชารัฐ สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ๒๕๕๙"



จัดเตรียมคู่มือภารกิจหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน และแจ้งแนวทางการกรอกแบบเอกสารในการรับโทรศัพท์จากผู้รับชมที่บ้าน



พิจารณามุกกล้อง และความเหมาะสม ภาพลักษณ์ผู้บริหาร และพิธีกร



การอำนวยความสะดวก และช่วยแก้ไขปัญหเฉพาะหน้าระหว่างผู้แทนจากหน่วยงานในสังกัดปฏิบัติหน้าที่



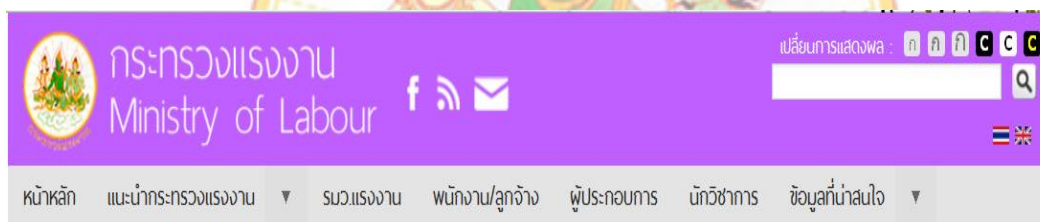
การจัดการความเรียบร้อยของผู้เข้าร่วมรายการ (ภาพลักษณ์ผู้บริหาร และพิธีกร)



การบูรณาการงานร่วมกันระหว่างกระทรวงแรงงานและทีม สทท. ช่อง ๑๑



ประกาศรายชื่อผู้โชคดีทางเว็บไซต์กระทรวงแรงงาน www.mol.go.th



รายชื่อผู้ได้รับรางวัลจากรายการ "สถานีแรงงาน"

ประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัลจากรายการ

รางวัลวิทยุแบบพกพา 30 รางวัล



ประชาชน

- ชาวจัดซื้อจัดจ้าง
- อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ
- ศูนย์สนับสนุนผู้ประกอบการให้พร้อมจ่ายอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ
- ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร

รับจดหมายข่าว

กรุณกรอก e-mail เพื่อรับข่าว

Email: *

☒ Subscribe

☐ Unsubscribe

Save

ประกาศรายชื่อผู้โชคดีทางเฟสบุ๊คกระทรวงแรงงาน : Ministry of Labour, Kingdom of Thailand

รางวัลเสื้อยืดสถานีแรงงาน 50 รางวัล



1. ฉนิวิฏ วรเชษ 093-5696xxx ร้อยเอ็ด
2. นิรุตต์ อินทร์เดช 080-6899xxx
3. ขวัญใจ ฟินฟอง 083-1129xxx ชลบุรี
4. เวฬุรีย์ ดันดีพลพันธ์ 038-284xxx ชลบุรี
5. มัลลิกา บัณฑิต 087-3481xxx ชัยนาท
6. ณรงค์ หลวงแสง 089-5204xxx สมุทรปราการ
7. ปฐม เก่งสาลีกิจ 088-2421xxx ชลบุรี

รายชื่อผู้โชคดีที่ร่วมสนุกในรายการสถานีแรงงาน

1. ชัยอนภา มงคลทวี โทร. 089-0619 XXX จ.นครปฐม
2. กิตติพงษ์ คุณทองคำ โทร. 083-7922 XXX จ.อุบลราชธานี
3. ชุติณ มีศรี โทร. 082-9729 XXX จ.นครราชสีมา
4. ติญญา ศุภวรรคผล โทร. 089-5578 XXX จ.เชียงใหม่
5. สุภากร กอจัน โทร. 086-8583 XXX จ.สมุทรปราการ
6. บุญจวน สารภักดิ์ โทร. 091-8836 XXX จ.สข
7. สันติ โทร. 053-451 XXX จ.เชียงใหม่
8. ฟู โทร. 087-8779 XXX จ.กนก.
9. ธีรพร ประเสริฐสุวรรณ โทร. 086-8085 XXX



**ทางทีมงานจะติดต่อให้มารับรางวัล

10. ศิริกมล โทร. 053-426 XXX จ.ชัยภูมิ
11. นงนัท โทร. 081-1900 XXX จ.ราชบุรี
12. ชารุณี ศิริการ โทร. 081-9510 XXX
13. เสดิยา ศรีธา โทร. 088-5535 XXX
14. คมทอง แซ่เจี๊ โทร. 089-0260 XXX
15. อุบล โทร. 02-2483 XXX จ.กนก.
16. สมพร ธรรม โทร. 089-4488 XXX จ.สมุทรปราการ
17. สมชน ศิริภักดิ์ โทร. 081-8975 XXX จ.ปทุมธานี
18. พานทิ นกธนากร โทร. 081-8142 XXX จ.สมุทรปราการ
19. ธนกร พูลสวัสดิ์ โทร. 02-7791 XXX จ.กนก.
20. สมทรง ปุณิกา โทร. 081-4387 XXX
21. ณกร ศรีอสน โทร. 094-9970 XXX จ.ฉะเชิง
22. ศิริวรรณ บ้านเย็น โทร. 089-2898 XXX จ.นนทบุรี
23. ติญญา ศุภวรรคผล โทร. 089-7637 XXX จ.ฉะเชิง
24. นิตยา วัชรกุล โทร. 084-8818 XXX จ.ปทุมธานี
25. นันทวรรณ ก. สำมา โทร. 082-5942 XXX
26. ณัฐ โทร. 02-2753 XXX จ.กนก.
27. พันทิพ จันทร์ศรี โทร. 089-5578 XXX จ.เชียงใหม่
28. อดิสรณ์ จันทร์ทอง โทร. 086-0093 XXX
29. วิภา โทร. 081-9287 XXX
30. อธิสร ทรัพย์ศรี โทร. 087-1430 XXX



#รายชื่อผู้โชคดีที่ร่วมสนุกในรายการสถานีแรงงาน
รางวัลวิทยุแบบพกพา 30 รางวัล
1. ชัยอนภา มงคลทวี โทร. 089-0619 XXX
จ.นครปฐม
2. กิตติพงษ์ คุณทองคำ โทร. 083-7922 XXX
จ.อุบลราชธานี
3. ชุติณ มีศรี โทร. 082-9729 XXX
จ.นครราชสีมา... ดูเพิ่มเติม

📷 ถ่ายรูปภาพ 📍 เพิ่มสถานที่ 📝 เข้าใจ

👍 ถูกใจ 🗨️ ความคิดเห็น

คุณจิรพร ประดิษฐ์สุวรรณ, Yui Kannan, ชีรดา ปัน
เกษร และคนอื่นๆ อีก 2 คนถูกใจสิ่งนี้

แชร์ 2 ครั้ง

👤 เขียนความคิดเห็น 📷 📍

คำขอเป็นเพื่อน ดูทั้งหมด



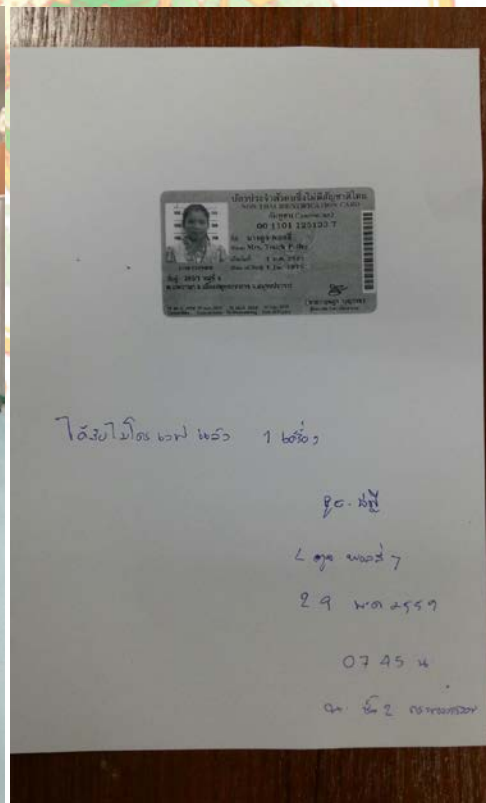
PR Mel copyright, 2015
กระทรวงแรงงาน

การมอบรางวัลรายชื่อผู้โชคดีในรายการ “สถานีแรงงาน”

รางวัลที่ ๑ เครื่องซักผ้า ขนาด ๑๐ กิโลกรัม
คุณอรประภา สาลี เบอร์โทรศัพท์ ๐๘๑-๔๔๗๓๐๕๔ จังหวัดระยอง
โดยสำนักงานแรงงานแรงงานจังหวัดระยองเป็นผู้ดำเนินการส่งมอบ



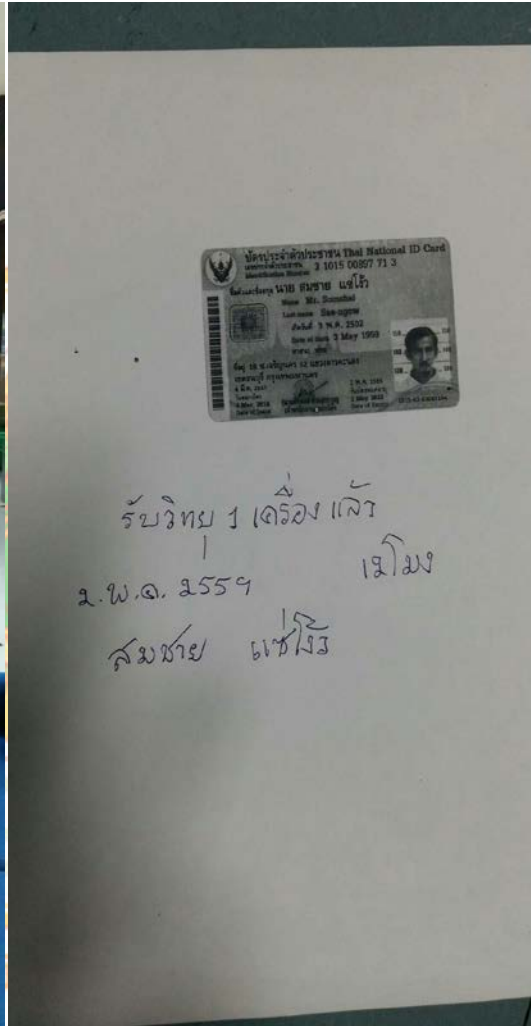
การมอบรางวัลรายชื่อผู้โชคดีในรายการ “สถานีแรงงาน”
นางตุง พอลลี่แรงงานชาวกัมพูชา รับไมโครเวฟ (รางวัลที่ ๒)
วันอาทิตย์ ที่ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๕๙ เวลา ประมาณ ๐๘.๓๕ น. ณ ชั้น ๒ กระทรวงแรงงาน



การมอบรางวัลรายชื่อผู้โชคดีในรายการ “สถานีแรงงาน”

รางวัลที่ 3 วิทย์พกพา

นายสมชาย แซ่โจ้ว รับวันที่ 2 พฤษภาคม 2559 ณ ชั้น 2 กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์



ภาคผนวก ข

เป็นส่วนเพิ่มเติมของผลงานส่วนที่ ๒

เรื่อง การประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบบูรณาการกระทรวงแรงงาน

ความที่สี่

ที่ นร ๐๕๐๕/ว ๖๐๖



สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
ทำเนียบรัฐบาล กทม. ๑๐๓๐๐

๘ ธันวาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ข้อเสนอของนายกรัฐมนตรี

เรียน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน

ที่ ๗๑๑๔
วันที่ 15 ส.ค.
พ.ศ. ๒๕๖๐

ด้วยในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐ นายกรัฐมนตรีมีข้อสั่งการ ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ

๑. ตามที่รัฐบาลได้มีนโยบายการจัด Zoning พื้นที่ที่พักอาศัยสำหรับแรงงานต่างด้าว เพื่อเป็นการจัดระเบียบแรงงานต่างด้าวในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ นั้น ให้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงมหาดไทย กระทรวงแรงงานพิจารณากำหนดมาตรการส่งเสริมการลงทุนให้แก่ภาคเอกชนในการก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยสำหรับแรงงานต่างด้าว ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น พื้นที่โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ทั้งนี้ในการจัดหาพื้นที่เพื่อการดังกล่าว ให้ดำเนินการให้ถูกต้องตามขั้นตอนของกฎหมาย ระเบียบ หลักเกณฑ์ และมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้คำนึงถึงประเด็นด้านความมั่นคงด้วย

๒. ตามที่รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการทําศุสัต์ว เช่น การส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การเพาะปลูก โดยให้ทําศุสัต์วแทนการปลูกพืช นั้น ให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการจัดหาพันธุ์สัต์วหรือนํ้าเชื้อปศุสัต์ว เช่น โค กระบือ ที่มีคุณภาพให้แก่เกษตรกร เพื่อเร่งการผลิตปศุสัต์วให้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ให้กำหนดเป้าหมายของการดำเนินการในแต่ละปีให้ชัดเจนด้วย

๓. ให้กระทรวงการคลังเป็นหน่วยงานหลักร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการลงทุนแก่นักลงทุนและประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับการลงทุนในเงินสกุลดิจิทัลต่าง ๆ เช่น บิตคอยน์ (Bitcoin) ให้ถูกต้อง ทัวถึง โดยจะต้องชี้แจง เน้นย้ำให้ทราบถึงข้อควรระวังและปัจจัยเสี่ยงในการลงทุนเงินสกุลดังกล่าวให้ชัดเจนด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้ นักลงทุนและประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ และมีการพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน

ด้านสังคม

๔. ให้กระทรวงแรงงาน (กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน) พิจารณาจัดตั้งศูนย์ทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานชั่วคราวในพื้นที่บริเวณใกล้เคียงกับนิคมอุตสาหกรรมในจังหวัดต่าง ๆ หรือศูนย์ทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานเคลื่อนที่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้แรงงานหรือผู้ที่อาศัยอยู่ในย่านนิคมอุตสาหกรรม และมีความสนใจเข้ารับการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ

๕. ตามที่ได้มีข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๙ สิงหาคม ๒๕๖๐ ให้กระทรวงศึกษาธิการกำกับให้สถาบันอาชีวศึกษาทุกจังหวัดทั่วประเทศจัดหลักสูตรการฝึกอบรมวิชาชีพ และช่างฝีมือในสาขาต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับความต้องการแรงงานในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งให้จัดทำบัญชีรายชื่อผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อสร้างเครือข่ายและต่อยอดการพัฒนาฝีมือในอนาคตต่อไปด้วย นั้น ให้กระทรวงศึกษาธิการเร่งรัดการดำเนินการตามข้อสั่งการดังกล่าวให้เกิดผลเป็นรูปธรรมโดยเร็ว ทั้งนี้ ให้กระทรวงศึกษาธิการดำเนินการให้ครอบคลุมถึงการกำหนดหลักสูตรการฝึกอบรมของสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ด้วย

/ด้านกฎหมาย ...

สำนักปลัดกระทรวงแรงงาน
วันที่ 15 0
รับที่ 1134
รับที่ จ. 6 จ.ก. ๒๕๖๐
เวลา ๑.๒๒ น.

สำนักปลัดกระทรวงแรงงาน
วันที่ 15 0
รับที่ 1134
เวลา ๑.๒๒ น.

๑๐. ให้กระทรวงวัฒนธรรมพิจารณาคัดเลือกบทเพลงที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ไทย เพื่อให้ส่วนราชการและหน่วยงานต่าง ๆ ใช้เป็นเพลงในการนำเสนอในเวทีหรือการจัดนิทรรศการระดับนานาชาติ ทั้งที่จัดในประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อแสดงความเป็นไทย

๑๑. ตามที่ได้มีข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (พลเอก ประวิตร วงษ์สุวรรณ) กำกับให้กระทรวงมหาดไทย (กรุงเทพมหานคร) ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดการดำเนินการรายงานความคืบหน้าในการจัดทำแผนก่อสร้างสถานที่จอดรถใต้ดินและการพิจารณาความเป็นไปได้ในการให้เอกชนร่วมลงทุน แล้วนำเสนอคณะรัฐมนตรีโดยด่วน นั้น ให้กระทรวงมหาดไทย (กรุงเทพมหานคร) เร่งรัดการดำเนินการตามข้อสั่งการดังกล่าว แล้วรายงานความคืบหน้าต่อคณะรัฐมนตรีโดยด่วนภายใน ๑ เดือน

๑๒. ให้กระทรวงมหาดไทย (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) กระทรวงกลาโหม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดการให้ความช่วยเหลือประชาชนผู้ประสบปัญหาจากอุทกภัยในพื้นที่ภาคใต้ตามแผนเผชิญเหตุที่ได้กำหนดไว้ โดยให้ระดมกำลังเครื่องจักรกล รถผลิตน้ำดื่ม รถไฟฟ้า รถสุขา และเรือท้องแบนเพื่อให้บริการประชาชนในการสัญจร ตลอดจนเร่งระบายน้ำที่ท่วมขังลงสู่ทะเลโดยเร็ว รวมทั้ง ให้พิจารณากำหนดแนวทางการดำเนินการเพื่อลดพื้นที่ที่ประสบอุทกภัยในระยะต่อไปด้วย ทั้งนี้ ให้กระทรวงมหาดไทยจัดเตรียมแผนการตรวจเยี่ยมประชาชนในพื้นที่ที่ประสบปัญหาจากอุทกภัยดังกล่าวและเสนอนายกรัฐมนตรีโดยด่วนต่อไปด้วย

ข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีข้างต้นใช้เป็นแนวทางในการบริหารราชการให้เกิดประสิทธิภาพ

ดังนั้น ในขั้นตอนการปฏิบัติ หน่วยงานจะต้องดำเนินการโดยยึดถือกฎหมาย ระเบียบ หรือมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก

ที่ รัง ๐๑๐๒.๑/ 2436

จึงเรียนยืนยันมาและขอได้โปรดพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

- ทราบ

- ป.รง.พิจารณาดำเนินการ

ขอแสดงความนับถือ

พล.ต.อ.

(อดุลย์ แสงสิงแก้ว)

รมา.รง.

๑๖ S.A. ๒๕๖๐

(นายธีระพงษ์ วงศ์ศิวัณาส)

เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

กองพัฒนาศาสตร์และติดตามนโยบายพิเศษ

โทร. ๐ ๒๒๘๐ ๙๐๐๐ ต่อ ๑๙๕๒ (จิตตา) ๑๖๓๓ (สุกัญญา) ๑๕๓๒ (บุษกร)

โทรสาร ๐ ๒๒๘๐ ๑๔๔๖

www.soc.go.th

๑/๒๕

ด่วนที่สุด

ที่ นร ๐๕๐๕/ว ๖๑๘



สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี

ทำเนียบรัฐบาล กทม. ๑๐๓๐๐

๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๐

7362
วันที่ 25 ธ.ค. ๖๐
เวลา 13.32

เรื่อง ข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรี

เรียน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน

ด้วยในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๐ นายกรัฐมนตรีมีข้อสั่งการ ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ

๑. ให้กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร) ร่วมกับกระทรวงยุติธรรม (กรมสอบสวนคดีพิเศษ) เร่งดำเนินการแก้ไขปัญหาการตรวจปล่อยรถยนต์ที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร ซึ่งอยู่ระหว่างตรวจสอบการสำแดงราคาต่ำกว่าความเป็นจริง หรือกรณีอื่น ๆ ทั้งนี้ ให้กำชับเจ้าหน้าที่เร่งดำเนินการให้ถูกต้องเป็นไปตามกฎหมายและระเบียบหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

ด้านการต่างประเทศ

๒. ให้กระทรวงการต่างประเทศเป็นหน่วยงานหลักร่วมกับกระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดเตรียมการแสดงสำหรับการประชุม ASEAN ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม โดยแบ่งการแสดงออกเป็น ๔ กลุ่ม ดังนี้

๒.๑ การแสดงพื้นเมืองที่สะท้อนประเพณีวัฒนธรรมของภูมิภาคต่าง ๆ ของไทย (๕ ภาค)

๒.๒ การแสดงโขนและหุ่นกระบอก

๒.๓ การแสดงดนตรีและการขับร้องบทเพลงในรูปแบบที่ทันสมัยโดยนักร้องที่ผ่านการประกวดจากเวทีคุณภาพต่าง ๆ

๒.๔ การแสดงที่สื่อให้เห็นถึงความมีเอกภาพและเชื่อมโยงกันของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาค เช่น ASEAN Connectivity ในรูปแบบที่ยิ่งใหญ่อลังการ

ด้านการบริหารราชการแผ่นดินและอื่น ๆ

๓. ตามที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการสร้างการรับรู้แก่ประชาชนในเรื่องต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการแต่งตั้งโฆษกประจำกระทรวงและรองนายกรัฐมนตรี การแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ การใช้ภาพหรือกราฟิกเพื่อการสื่อสาร (Infographics) เพื่อการสื่อสารที่เข้าใจง่าย การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press release) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงประชาชน รวมถึงได้มีข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรี ในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๓ มีนาคม ๒๕๕๘ ให้ทุกหน่วยงานจัดทำปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operation) นั้น ให้รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายกอบศักดิ์ ภูตระกูล) กำกับให้กรมประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดให้มีคณะปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operation) ๖ คณะ ตามกลุ่มภารกิจ (ด้านความมั่นคง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการต่างประเทศ ด้านกฎหมาย และกระบวนการยุติธรรม และด้านการบริหารราชการแผ่นดิน) โดยให้คณะปฏิบัติการข่าวสารดังกล่าวมีหน้าที่สำคัญ

/ในการ ...

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
วันที่ ๑๕ ธ.ค. ๒๕๖๐
เวลา 16.04 น.

วันที่ 22 ธ.ค. ๒๕๖๐
รับที่.....
เวลา.....

ในการปฏิบัติการข่าวสารในเรื่องที่เป็นนโยบายหรือภารกิจสำคัญของรัฐบาลภายใต้กลุ่มภารกิจนั้น ๆ เพื่อสื่อสารและสร้างการรับรู้แก่ประชาชนให้ถูกต้อง ทัวถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่มีผลกระทบโดยตรงต่อประชาชน ประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก หรือประเด็นที่สื่อมวลชนอาจนำเสนอข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ครบถ้วน ในรูปแบบและผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย มีความถี่ในการสื่อสารที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงการเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มในสังคม ทั้งนี้ ให้กรมประชาสัมพันธ์นำเสนอรายชื่อกิจกรรมปฏิบัติการข่าวสารดังกล่าวให้นายกรัฐมนตรีโดยด่วน

๔. ให้กระทรวงยุติธรรมเป็นหน่วยงานหลักร่วมกับกระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงมหาดไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดการดำเนินการปรับปรุงแผนที่แนวเขตที่ดินของรัฐแบบบูรณาการ มาตรฐาน ๑:๕๐๐๐ (One Map) โดยเฉพาะพื้นที่ที่แนวเขตที่ดินได้ข้อยุติแล้ว เพื่อให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ต่อไปได้

๕. ให้กระทรวงมหาดไทยเป็นหน่วยงานหลักร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เปิดให้มีการลงทะเลเป็นคู่ประสานทุกภัยที่ต้องการให้รัฐจัดหาที่อยู่อาศัยแทนที่อยู่อาศัยเดิม ซึ่งตั้งอยู่ในแนวกีดขวางทางน้ำหรืออยู่ในเขตที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดดินถล่ม และได้รับผลกระทบจากปัญหาอุทกภัยเป็นประจำทุกปี และให้กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาจัดหาพื้นที่เพื่อสร้างที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ให้เหมาะสมและเพียงพอ โดยให้พิจารณาจัดสร้างเป็นที่อยู่อาศัยในลักษณะของบ้านสำเร็จรูป (Knockdown) ทั้งนี้ ให้กระทรวงมหาดไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนหลีกเลี่ยงการก่อสร้างที่อยู่อาศัยหรือสิ่งก่อสร้างที่กีดขวางทางน้ำด้วย

ข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีข้างต้นใช้เป็นแนวทางในการบริหารราชการให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนั้น ในขั้นตอนการปฏิบัติ หน่วยงานจะต้องดำเนินการโดยยึดถือกฎหมาย ระเบียบ หรือมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก

ทราบ
ที่ รง ๐๑๐๒.๑/ 2502
ป.รง.พิจารณาดำเนินการ

ขอแสดงความนับถือ

พล.ต.อ.

(อดุลย์ แสงสิงแก้ว)

รมว.รง.

๑๐ ธ.ค. ๒๕๖๐

(นายธีระพงษ์ วงศ์ศิวัณกุล)

เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

กองพัฒนายุทธศาสตร์และติดตามนโยบายพิเศษ

โทร. ๐ ๒๒๘๐ ๙๐๐๐ ต่อ ๑๙๕๒ (จิตตา) ๑๙๕๔ (อุษยาพร) ๑๙๕๒ (บุษกร)

โทรสาร ๐ ๒๒๘๐ ๑๔๔๖ www.soc.go.th

๑๑/๑๒/๖๐



ด่วนที่สุด

บันทึกข้อความ

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
รับที่ ๐/๘๙๑
วันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๖๑

ส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการกรม โทร. ๐-๒๖๑๔-๒๓๒๓ ต่อ ๑๑๒๕
ที่ นร ๐๒๐๑.๐๒/๑๔๑ วันที่ ๑๔ มกราคม ๒๕๖๑

เรื่อง สรุปผลการประชุมพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของรัฐและการดำเนินการตามข้อสั่งการนายกรัฐมนตรี

เรียน รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม)

ผ่าน รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายกอบศักดิ์ ภูตระกูล)

รับที่ ๖๑๐๗
วันที่ ๒๒/๑/๒๕๖๑
เวลา ๑๖.๐๕ น.

๑. กรมประชาสัมพันธ์และสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ได้ร่วมกันจัดประชุม

ผู้เกี่ยวข้อง (รายละเอียดตามเอกสารแนบ) เพื่อหารือแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของงานด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้เรียนเชิญ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายกอบศักดิ์ ภูตระกูล) และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม (นายพิเชฐ ดุรงคเวโรจน์) เข้าร่วมประชุมด้วย ณ ห้องประชุมสำนักงานรองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) เมื่อวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๐ โดยมี รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) เป็นประธาน ผลการประชุมมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

๑.๑ ที่ประชุมรับทราบข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรี ให้ทุกหน่วยงานของรัฐปรับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเน้นให้สร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย กระจายข้อมูลอย่างทั่วถึง และตอบโต้ข่าวสารที่ถูกบิดเบือนอย่างทันท่วงที ทั้งนี้ ขอให้มีการแบ่งความรับผิดชอบและทำงานประสานสอดคล้องกัน ดังนี้

(๑) รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) และรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายกอบศักดิ์ ภูตระกูล) กำกับดูแลงานประชาสัมพันธ์

(๒) รองนายกรัฐมนตรี (พลอากาศเอก ประจิน จั่นตอง) และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กำกับดูแลงานปฏิบัติการข่าวสาร (IO)

๑.๒ ในห้วงเวลาที่ผ่านมา ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ถูกเผยแพร่ทางสื่อมีจำนวนไม่น้อยที่ถูกบิดเบือนไปในทิศทางที่เป็นเชิงลบและคลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริง อีกทั้งข่าวส่วนใหญ่มักเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ซึ่งรัฐบาลมักตกเป็นฝ่ายรับ คอยตามแก้ข่าวอยู่ตลอดเวลา ทำให้โอกาสที่จะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลงานของรัฐบาล รวมทั้งการแก้ไขปัญหาสำคัญของประเทศ จังยังมีไม่มากนัก ดังนั้น ขอให้ทุกหน่วยงานเพิ่มการนำเสนอข้อมูลที่เป็นผลงานของรัฐบาล โดยเฉพาะเรื่องที่เกิดประโยชน์ต่อประชาชนโดยตรงเพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชนในการบริโภคข่าวสาร และควรให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ลดการใช้คำศัพท์ที่เป็นทางการ

๑.๓ หลายโอกาสที่ผู้แทนของหน่วยงานภาครัฐขาดทักษะในการสื่อสาร ไม่สามารถสร้างการรับรู้และเข้าใจให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ ทั้ง ๆ ที่เป็นเจ้าของเรื่องนั้นโดยตรง จึงควรให้ความสำคัญกับการจัดผู้แทนที่มีทักษะการสื่อสารไปชี้แจงหรือออกรายการต่าง ๆ

๑.๔ การสร้างการรับรู้ของหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาล ผ่าน ID - IA - IR Chat ตามโครงการประเมินประสิทธิภาพผู้นำส่วนราชการ ระหว่างหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ กับสำนักงาน ก.พ.ร. ยังมีจุดอ่อน เนื่องจากให้ความสำคัญเฉพาะประเด็นความทันเวลาและการรายงานผล ส่วนการเผยแพร่ข้อมูลที่หน่วยนิยมปฏิบัติ คือใช้วิธีโพสต์ในโซเชียลมีเดีย และทำข่าวแจก ยังไม่ค่อยได้ดำเนินการในลักษณะของการแถลงข่าว ข้อมูลจึงไม่ถูกเผยแพร่ไปในวงกว้าง ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับรูปแบบในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการที่น่าสนใจ

/๑.๕ ในการ...

ส่งเนาถูกต้อง

(นางวรรณี วงศ์รักไทย)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ

(กร.๗) รับที่ ๑๓๒

รอง นรม. (A) ๒๓๘

๑๓ ๑ ๑

๑๐-๑๓-๖๐

๑.๕ ในการประชุมคณะรัฐมนตรี การนำเสนอเรื่องในวาระต่าง ๆ จะดำเนินการโดยสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ซึ่งมีลักษณะเป็นการอ่านให้ฟัง หากมีการปรับการนำเสนอให้เป็นหน้าที่ของรัฐมนตรีเจ้าของเรื่องเฉพาะในวาระที่สำคัญ (วาระเพื่อพิจารณา) นำจะอธิบายความ เน้นย้ำประเด็นสำคัญหรือข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์ อันจะทำให้ส่วนงานโฆษก สามารถที่จะนำไปชี้แจงแถลงข่าวต่อ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ได้กรุณาแจ้งที่ประชุมว่า ยินดีที่จะนำความไปกราบเรียนนายกรัฐมนตรี เพื่อปรับรูปแบบการนำเสนอในการประชุมคณะรัฐมนตรีต่อไป

๑.๖ สื่อในความรับผิดชอบของรัฐโดยทั่วไป มักนำเสนอข้อมูลและการดำเนินงานของรัฐบาลฝ่ายเดียว จึงไม่ค่อยได้รับความเชื่อถือและขาดความน่าสนใจ หากปรับให้มีการนำเสนอข้อมูล ๒ ทาง ทั้งจากฝ่ายผู้เห็นต่างและจากรัฐบาลในรายการเดียวกัน จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้มากขึ้น ทั้งนี้ตัวแทนของฝ่ายรัฐที่จะมานำเสนอในรายการต้องมีความรู้ ในประเด็นของข้อถกแถลงและมีทักษะในการสื่อสารที่ดี มิเช่นนั้นจะตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบ

๑.๗ รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ขอให้กรมประชาสัมพันธ์จัดการประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อหารือถึงแนวทางการเพิ่มบทบาทการทำงาน เป็นกลไกช่วยประชาสัมพันธ์การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และการปฏิรูปประเทศ นอกเหนือจากการเขียนแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

๑.๘ ใช้ประโยชน์ในด้านการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มบุคคลที่ ๓ ที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง ไม่ฝักใฝ่การเมืองจนเกินไป เช่น ผู้จัดการรายการโทรทัศน์ วิทยุ นักวิชาการ ตลอดจนผู้ที่เป็นพันธมิตรกับรัฐบาล และ คสช. เพราะกลุ่มบุคคลเหล่านี้มีผู้ติดตาม และมีอิทธิพลต่อความคิดกับคนจำนวนมาก

๑.๙ ควรจัดให้มีการรับประทานอาหาร พบปะสนทนา แบบไม่เป็นทางการ ระหว่างทีมโฆษกรัฐบาล กับผู้สื่อข่าวสายหมั้นอย่างสม่ำเสมอ โดยมีรองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) และรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายถิรวิชญ์ ภูธรกุล) เป็นหัวหน้าคณะ โดยเน้นการรับฟังเสียงสะท้อนและข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้สื่อข่าวเป็นหลัก

๑.๑๐ นำเสนอข้อมูลการทำงานของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ และคณะกรรมการปฏิรูปประเทศชุดต่าง ๆ เพื่อให้เห็นความก้าวหน้าในการขับเคลื่อนและปฏิรูปประเทศ พร้อมทั้งเป็นการหยั่งเสียงของประชาชนไปในตัว ซึ่งหากได้รับการตอบรับจากสังคม แสดงว่าเรื่องนั้นตรงกับความต้องการของประชาชน สมควรที่รัฐบาลจะต้องขับเคลื่อนในเรื่องนั้นๆ ต่อไปอย่างเต็มประสิทธิภาพ แต่หากเรื่องใดที่ค้านกับกระแสสังคม ก็ถือว่าเป็นเรื่องของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ และคณะกรรมการปฏิรูปประเทศ ซึ่งรัฐบาลจะต้องใช้ความระมัดระวังในการขับเคลื่อนเรื่องดังกล่าว

๑.๑๑ นำเสนอข้อมูลต่อสังคมในเชิงปฏิบัติการจิตวิทยาเพิ่มขึ้น เช่น รายละเอียดการปฏิบัติงานของนายกรัฐมนตรีในแต่ละวัน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความทุ่มเท เสียสละ และทัศนคติในเชิงบวกของผู้นำประเทศ การกำหนดให้มีผู้รับผิดชอบชัดเจนเพื่อติดตามการให้ข่าวของหัวหน้าส่วนราชการหรือบุคคลสาธารณะอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนงานรัฐบาล ให้พิจารณานำมาจัดทำเป็นคลิปสั้น ๆ ในโซเชียลมีเดีย การเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนแบบ Line Official โดยอาจมีการจัดทำสติ๊กเกอร์ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ผลงานของรัฐบาลในด้านต่าง ๆ

๑.๑๒ ควรกำหนดให้มีประเด็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกประจำสัปดาห์ ในเย็นวันจันทร์ โดยพิจารณาจากเรื่องสำคัญในวาระการประชุมคณะรัฐมนตรีที่จะเกิดขึ้นในวันอังคาร หรือขยายผลความก้าวหน้าจากผลงานของรัฐบาลที่เห็นเป็นรูปธรรม โดยให้ทุกกระทรวง ทบวง กรม ใช้เป็นหัวข้อข่าวสารสำคัญในการประชาสัมพันธ์ตามบทบาทภารกิจของแต่ละกระทรวงที่เกี่ยวกับประเด็นที่ถูกกำหนดขึ้น โดยขอให้

สำเนาถูกต้อง

/สื่อในกำกับ ...

(นางวรรณี วงศ์รักไทย)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ

๓๒ ม.ค.๖๑

สื่อในกำกับของรัฐพิจารณาจัดสรรเวลาไว้สำหรับภารกิจนี้เป็นกรณีพิเศษ และในทุกป้ายวันศุกร์ของสัปดาห์เดียวกัน ควรมีการแถลงข่าว ณ ทำเนียบรัฐบาล โดยหัวหน้าส่วนราชการหรือผู้แทน โดยนำเอาประเด็นประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่กำหนดไว้ ตอนต้นสัปดาห์มาพิจารณาว่าประเด็นใดที่สื่อมวลชนนำไปเสนอแล้ว คลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริง หรือประเด็นใดควรขยายความให้ชัดเจนและกว้างขวางยิ่งขึ้น

๑.๑๓ กรมประชาสัมพันธ์ ได้ชี้แจงให้ที่ประชุมทราบว่า ปัจจุบันนอกเหนือจากการพยายามปรับปรุงคุณภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ ตลอดจนสื่อโซเชียลมีเดียทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการแล้ว ได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างและกระชับความสัมพันธ์กับเครือข่ายภาคประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยุชุมชน และหอกระจายข่าว เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนภายใต้นโยบายของรัฐบาล สามารถกระจายอย่างเป็นระบบ ด้วยภาษาท้องถิ่นที่สอดคล้องกับแต่ละพื้นที่ และเข้าถึงประชาชนในระดับฐานรากได้อย่างรวดเร็ว

๒. ข้อพิจารณา

๒.๑ กรมประชาสัมพันธ์จะดำเนินการจัดประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยเร็วภายในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ เพื่อหารือถึงแนวทางการเพิ่มบทบาทการทำงาน เป็นกลไกช่วยประชาสัมพันธ์การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และการปฏิรูปประเทศ

๒.๒ กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดสรรเวลาทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.) และ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) ไว้เป็นการเฉพาะ เพื่อรองรับภารกิจในข้อ ๑.๑๒ ซึ่งประกอบด้วย

๒.๒.๑ สทท. จัดสรรเวลาช่วงข่าวเช้าในประเทศ ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ ตั้งแต่เวลา ๐๗.๐๐ - ๐๗.๑๕ น. (๑๕ นาที) มีรูปแบบเป็นการสนทนาสดระหว่างผู้ประกาศ และผู้ร่วมสนทนาจากหน่วยงานต่างๆ ซึ่งสามารถจัดได้ทั้งการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือเชิญไปร่วมในรายการ โดยจะเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ เป็นต้นไป

๒.๒.๒ สวท. จัดสรรเวลาช่วงข่าวเช้า (กระจายเสียงทุกคลื่นความถี่ ๑๔๕ คลื่นทั่วประเทศ) ทุกวันพุธ - วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา ๐๗.๔๐ - ๐๗.๕๕ น. (๑๕ นาที) และ รายการประเทศไทยก้าวหน้า คลื่นความถี่ F.M. ๙๒.๕ มข. ทุกวันจันทร์ - วันศุกร์ ในห้วงเวลา ๑๙.๓๐ - ๒๐.๐๐ น. (ใช้เวลาสนทนาประมาณ ๑๕ นาที) รวมทั้งรายงานพิเศษในรายการต่าง ๆ เช่น รายการบันทึกสถานการณ์ เป็นต้น โดยจะเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ เป็นต้นไป

๒.๓ กรมประชาสัมพันธ์และสำนักโฆษก จะได้ประสานงานกับ สำนักงาน ก.พ.ร. ร่วมกันจัดการประชุมผู้นำส่วนราชการ เช่น ปลัดกระทรวง อธิบดี โฆษกกระทรวง ฯลฯ เพื่อชี้แจงสภาพปัญหา และหารือถึงแนวทางการแก้ไขปัญหายังเป็นจุดอ่อนของการสร้างการรับรู้ของหน่วยงานต่าง ๆ ผ่าน ID - IA - IR Chat ในห้วงเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

๒.๔ กรมประชาสัมพันธ์และสำนักโฆษก จะสนับสนุนการจัดประชุมเพื่อกำหนดประเด็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกประจำสัปดาห์ของรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายกอบศักดิ์ ภูตระกูล) ตามแนวทางในข้อ ๑.๑๒ เพื่อประสานให้ทุกกระทรวง ทบวง กรม นำไปเป็นหัวข้อข่าวสารสำคัญในการประชาสัมพันธ์ขยายผลตามบทบาทภารกิจของแต่ละกระทรวง ทั้งนี้ ได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่วันที่ ๘ มกราคม ๒๕๖๑ แล้ว

/๒.๕ สำนัก...

สำเนาถูกต้อง

(นางวรรณี วงศ์รักไทย)

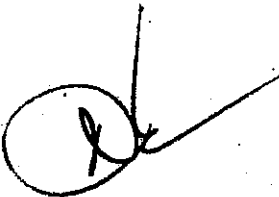
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ

๒.๕ สำนักโฆษกจัดกิจกรรมรับประทานอาหาร พบปะสนทนาแบบไม่เป็นทางการ ระหว่างทีมโฆษกรัฐบาลกับผู้สื่อข่าวสายทำเนียบอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ อาจพิจารณาเชิญโฆษกกระทรวง ร่วมกิจกรรมตามความเหมาะสม เช่น จัดเดือนละ ๑ ครั้ง หรือ ๒ เดือนครั้ง โดยมีรองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) และรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายกอบศักดิ์ ภูตระกูล) เป็นหัวหน้าคณะ โดยจะเริ่ม ดำเนินการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ เป็นต้นไป

๓. ข้อเสนอ : กรุณารับทราบผลการประชุมในข้อ ๑ และให้ความเห็นชอบต่อการดำเนินการ ตามแนวทางในข้อ ๒

จึงเรียนมาเพื่อกรุณาพิจารณา

พลโท



(สรเรณู แก้วกำเนิด)

รักษาราชการในตำแหน่งอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

ททว - เจิมทอง



(นายวิษณุ เครืองาม)

รองนายกรัฐมนตรี
๒๒ มี.ค. ๒๕๖๑

สำเนาถูกต้อง

(นางวรริ วังศรีไทย)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ

๒๒ มี.ค. ๖๑

แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์กระทรวงแรงงาน ประจำปีงบประมาณ 2561
งบประมาณ จำนวน 23,580,224 บาท

ประเด็นการสื่อสาร	ช่องทางการสื่อสาร	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2561 (บาท)	หมายเหตุ
1. สร้างภาพลักษณ์กระทรวงแรงงาน					
• ขอขวัญปีใหม่จากกระทรวงแรงงาน (9 ชื่นบานแรงงานชื่นใจ ส่งความสุขปี 61)	- ผลิต VTR 9 ชื่นบาน แรงงาน ชื่นใจ - ข่าวประชาสัมพันธ์ - Infographic - Social Media	สป.	ม.ค. 61	69,550.-	
• บทบาทกระทรวงแรงงานในยุคไทยแลนด์ 4.0 - เครือข่ายอาสาสมัครแรงงาน/บัณฑิตแรงงาน นำบริการด้านแรงงานสู่ชุมชน - การสร้างความมั่นคงแรงงานนอกระบบ	- ผลิตสไลด์โทรทัศน์ 60 วินาที 1 เรื่อง เผยแพร่ 10 ครั้ง - ข่าว/บทความประชาสัมพันธ์	สป.	ม.ค. - มี.ค. 61	1,000,000.-	
• กิจกรรมเฉลิมพระเกียรติ เทิดทูนสถาบัน	- นิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 2 ครั้ง - ไลน์ ไปสเตอร์	สป.	ก.ค. - ส.ค. 61	350,000.-	
• วันสถาปนากระทรวงแรงงานครบรอบ 25 ปี	- ผลิตและเผยแพร่ VTR ผ่านสื่อโทรทัศน์ - รวมการเผยแพร่กิจกรรมทั่วประเทศ ไทย และสื่อ Social Media - นิทรรศการ - ไลน์ ไปสเตอร์	สป.	ก.ย. 61	300,000.-	
• การบริการประชาชนช่วงเทศกาล/วันสำคัญ อาทิ ตรวเช็คสภาพรถ เพิ่มช่องทางการรับสิทธิ ส่งแรงงานไทยกลับบ้าน เยี่ยมผู้ประกันตนผู้ทุพพลภาพที่ได้รับความเดือดร้อน ฯลฯ - วันขึ้นปีใหม่ (ม.ค.)	- ข่าวประชาสัมพันธ์ - Infographic - Social Media - วิทย์ - หนังสือพิมพ์	สป. กพร. สส.	ม.ค. - ก.ย. 61	- 15,484.- 5,000,000.-	

ประเด็นการสื่อสาร	ช่องทางการสื่อสาร	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2561 (บาท)	หมายเหตุ
- วันเด็กแห่งชาติ (ม.ค.) - วันสตรีสากล (มี.ค.) - วันมาตรฐานฝีมือแรงงาน (มี.ค.) - วันข้าราชการพลเรือน (เม.ย.) - กิจกรรมงานกาชาดแรงงาน (เม.ย.) - วันสงกรานต์ (เม.ย.) - วันแรงงานแห่งชาติ (พ.ค.) - วันมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.) (พ.ค. – มิ.ย.) - สัปดาห์ความปลอดภัยในการทำงาน (มิ.ย. – ก.ค.)	- โทรทัศน์ - แอลข่าว				
• Zero Corruption - คุณธรรม จริยธรรม ข้าราชการกระทรวงแรงงาน - คำนียร่วมกระทรวงแรงงาน - การนำเทคโนโลยี e - service มาใช้บริการประชาชน เพื่อความสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส	- ข่าวประชาสัมพันธ์ - Infographic - Social Media - กิจกรรม Road Show - โปสเตอร์ แผ่นภาพ	สป.	ม.ค. - ก.ย. 61	-	
• การให้ความช่วยเหลือผู้ประสบความเดือดร้อน - ปัญหาการโดนหลอกลวงไปทำงานต่างประเทศ - การบูรณาการงานข้ามหน่วยงาน/ข้ามประเทศ	- ข่าวประชาสัมพันธ์ - Infographic - Social Media	สป.	ม.ค. - ก.ย. 61	-	
• โครงการประชาสัมพันธ์สู่ใจ - การสมัครงาน การเข้าถึงตำแหน่งงาน - ขั้นตอนและวิธีการไปทำงานต่างประเทศ - ขั้นตอนการจ่ายเงินค่าบริการและค่าใช้จ่าย - ขั้นตอนการขออนุญาตทำงานของแรงงานต่างด้าว และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง - กิจกรรมสนับสนุนการ	- จัดเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ใน ส่วนกลาง/ภูมิภาค จำนวน 4 ครั้ง	กกจ.	พ.ย.60 – ก.ย.61	160,000.-	

ประเด็นการสื่อสาร	ช่องทางการสื่อสาร	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2561 (บาท)	หมายเหตุ
- โครงการป้องกันการค้ามนุษย์ด้านแรงงาน - การให้บริการจัดหางานต่างประเทศ - การให้ความคุ้มครองคนหางานตามกฎหมาย	- ผลิตและเผยแพร่ข่าว/สื่อบทความ ทางสื่อหนังสือพิมพ์ - ผลิตและเผยแพร่สื่อบทความทางสื่อโทรทัศน์ - ผลิตสไลด์/การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร ทางสื่อวิทยุ - ผลิตวีดิทัศน์	กกจ.	พ.ย.60 – ก.ย.61	1,471,000.-	
2. สร้างการรับรู้ต่อนโยบายของกระทรวงแรงงาน					
- แรงงานนอกระบบมีหลักประกันทางสังคม - บทบาทกระทรวงแรงงานในการแก้ปัญหาระดับนานาชาติ (ILO) IUP การรับอนุสัญญา - การแก้ไขปัญหาการค้ามนุษย์ด้านแรงงาน	- ผลิตสื่อบทความยาวไม่ต่ำกว่า 1.30 นาที 1 เรื่อง เผยแพร่ 10 ครั้ง ในช่วงข่าวช่อง 3 หรือช่อง 7 - ในช่วงข่าวเช้า (06.00-09.00 น.) หรือข่าวเที่ยง (11.00-13.00 น.) หรือข่าวเย็น (15.00-17.00 น.) หรือข่าวภาคค่ำ (22.30-23.30 น.)	สป.	ม.ค. – มี.ค. 61	3,000,000.-*	งบประมาณประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2560
- การจัดระเบียบแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย - การแก้ไขปัญหาการค้ามนุษย์ด้านแรงงาน IUP Fishing และการใช้แรงงานเด็กในรูปแบบที่เลวร้าย - การแก้ปัญหาการหลอกลวงแรงงานไทยไปทำงาน	- ผลิตสื่อบทความ/บทสัมภาษณ์/บทความพิเศษ ขนาด ¼ BW เผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์รายวันที่ไม่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	สป.	ม.ค. – มี.ค. 61	2,480,000.-*	งบประมาณประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2560

ประเด็นการสื่อสาร	ช่องทางการสื่อสาร	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2561 (บาท)	หมายเหตุ
ต่างประเทศ - ส่งเสริมให้นายจ้างหรือสถานประกอบการรับคนพิการเข้าทำงาน - การกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำรายชั่วโมงเพื่อส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุ - ขับเคลื่อนนโยบาย Safety Thailand - ผลักดันแรงงานนอกระบบเข้าถึงหลักประกันทางสังคม - ยกระดับฝีมือแรงงาน รองรับ EEC และ นโยบาย Thailand 4.0 - เพิ่มขีดความสามารถแรงงานไทยให้มีสมรรถนะสูง - สร้างหลักประกันทางสังคมที่เป็นธรรมและเท่าเทียม - ยกระดับระบบการให้บริการประชาชนได้อย่างมีคุณภาพ - จัดระบบข้อมูลด้านแรงงาน Big Data - การบริการประชาชนด้วย e-service - การออกกฎหมายสำคัญเพื่อแก้ไขปัญหาระงา	จำนวน 24 ครั้ง				
- แนะนำกระทรวงแรงงาน - บทบาทกระทรวงแรงงานในยุคไทยแลนด์ 4.0 - การแก้ปัญหาการหลอกลวงแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ	- ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์กร รูปแบบ Viral clip ความยาว 1.30-2 นาที จำนวน 3 ชิ้นงานๆ ละ 30 วัน ผ่านสื่อออนไลน์ไม่น้อยกว่า 2 ช่องทาง ผ่านสื่อ Social Media	สป.	ม.ค. - มี.ค. 61	500,000.-*	งบบูรณาการฯ ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2560
- การจัดระเบียบแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย - การแก้ปัญหาการหลอกลวงแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ	- ผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์/คลิปข่าว/สารคดีข่าว จำนวนไม่น้อยกว่า 15 ชิ้นงาน	สป.	ม.ค. - มี.ค. 61	820,000.-*	งบบูรณาการฯ ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2560

ประเด็นการสื่อสาร	ช่องทางการสื่อสาร	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2561 (บาท)	หมายเหตุ
• การบริการประชาชนด้วย e-service และ Application • การออกกฎหมายสำคัญเพื่อแก้ไขปัญหาระงวาม	ผ่านสื่อ Social Media				
• การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน เพื่อรองรับโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 • ขับเคลื่อนนโยบาย Safety Thailand • การสร้างหลักประกันทางสังคมที่เป็นธรรมและเท่าเทียม	- ออกแบบ Content กราฟิก ไม่น้อยกว่า 20 ชิ้นต่อเดือน และเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์			480,000.-*	งบบูรณาการฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560
• E-Magazine - นโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน - การกิจ บทบาท หน้าที่กระทรวงแรงงาน - ข้อมูล ความเคลื่อนไหวข่าวสารด้านแรงงาน	ผลิต 8 ฉบับ กลุ่มเป้าหมาย 600 แห่ง (หน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถาบันอุดมศึกษา สถานายจ้าง ลูกจ้าง และหน่วยงานภายในสังกัด)	สป.	ก.พ. - ก.ย. 61	682,600.-	
• ความรู้เกี่ยวกับการค้ามนุษย์ / การบริหารจัดการแรงงานต่างด้าว • การมีงานทำให้คนพิการ และผู้สูงอายุ • ป้องกันการหลอกลวงคนหางานไปทำงานต่างประเทศ	- สื่อสาธารณะ - สื่อออนไลน์ / Social Media	กกจ.	ม.ค. - มิ.ย. 61	-	
• การกิจด้านการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน - การฝึกอบรมในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ - การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพแรงงานรองรับไทยแลนด์ 4.0 - การเพิ่มผลิตภาพแรงงาน ภายใต้โครงการ เพิ่มผลิตภาพแรงงานสู่ SME 4.0 - การพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ 10 จังหวัด เขตเศรษฐกิจพิเศษ - การพัฒนาทักษะและยกระดับฝีมือแรงงานในพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก (EEC)	- วิพยู - โทรทัศน์ - หนังสือพิมพ์ - สื่อออนไลน์ / Social Media - ป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง	กพร.	ต.ค. 60 - ก.ย. 61	-	
• การพัฒนาฝีมือให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้มีรายได้น้อย	- สื่อโทรทัศน์	กพร.	ต.ค. 60-ก.ย. 61	98,440.-	

ประเด็นการสื่อสาร	ช่องทางการสื่อสาร	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2561 (บาท)	หมายเหตุ
- การฝึกอบรมให้กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (ผู้ต้องขัง คนพิการ ทหารก่อนปลดประจำการ ชนกลุ่มน้อย แรงงานนอกระบบ แรงงานตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ) - การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะแรงงานผู้สูงอายุ - การทดสอบมาตรฐานและประเมินความรู้ความสามารถ สาขาช่างที่อาจเป็นอันตรายต่อสาธารณะ	- แกล้งข่าว			90,000.-	
• การขับเคลื่อนและส่งเสริม ภายใต้ พ.ร.บ.ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน - การช่วยเหลือหรืออุดหนุนแก่สถานประกอบการกิจการ - การให้กู้ยืมเงินกองทุนพัฒนาฝีมือแรงงาน - การแข่งขันฝีมือแรงงานแห่งชาติ (แข่งขัน 19-22 มี.ค.61) - การแข่งขันฝีมือแรงงานอาเซียน (แข่ง ส.ค.-ก.ย.61) - การพัฒนาบุคลากรส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม	- หนังสือพิมพ์	กพร.	ต.ค.60-ก.ย.61	22,000.- 22,000.-	
• ข้อกฎหมายในการแก้ไขปัญหาการค้ามนุษย์ด้านแรงงาน โดยเฉพาะแก้ไขปัญหการทำประมงผิดกฎหมายด้านแรงงาน ตาม IUU Fishing และการป้องกันมิให้มีการใช้แรงงานเด็กในรูปแบบที่เลวร้าย • การขับเคลื่อนนโยบาย Safety Thailand • ข้อกฎหมายเรื่องความปลอดภัยในการทำงานอย่างจริงจัง	- ข่าว/บทความประชาสัมพันธ์ - ผลิตสโปตวิทยุ - เผยแพร่ผ่านสถานีวิทยุ AM837 K-z เวลา 21.00-22.00 น. - นิทรรศการ - ออกหน่วยเคลื่อนที่ - ข่าว/บทความผ่านสื่อ	กสร.	ต.ค.60-ก.ย.61	- 99,800.- 135,000.- 40,250.- - 217,800.-	
• โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานประกันสังคม ปี 2561 - สิทธิประโยชน์ของแรงงานนอกระบบ เช่น การรักษาพยาบาล สงเคราะห์บุตร คลอดบุตร เสียชีวิต ทพพลภาพ เป็นต้น - การเพิ่มและปรับปรุงสิทธิประโยชน์ทุกกรณี การคืนสิทธิให้ผู้ประกันตนมาตรา 39 กลับเข้าสู่ระบบ	- ข่าวแจก - โทรทัศน์ - สิ่งพิมพ์ - วิทยุ - สื่อออนไลน์	สสส.	ม.ค.-ธ.ค. 61	5,000,000.-	

ประเด็นการสื่อสาร	ช่องทางการสื่อสาร	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2561 (บาท)	หมายเหตุ
- ประกันสังคมอีกครั้ง - Contact Center 1506	- Infographic				
3. กลยุทธ์การส่งเสริมสังคมด้านแรงงาน					
Social Monitoring	- ติดตาม ตรวจสอบ คัดกรองประเด็นด้านข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงแรงงานผ่านสื่อ Social โดยมีการให้ความเข้าใจเบื้องต้น - รายงานผลการดำเนินงานประจำวันในรูปแบบ Group Line - E-mail - เผยแพร่ประชาสัมพันธ์/ชี้แจงพร้อมตรวจสอบรวบรวมวิเคราะห์และสรุปความเห็นของผู้เข้าใช้บริการ	สป.	ม.ค.-มี.ค. 61	1,376,300.- 780,000.-*	งบประมาณฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560
- การพัฒนาทักษะกำลังแรงงานป้อนอุตสาหกรรม ตามความต้องการของตลาดแรงงาน - การฝึกอบรมกลุ่มผู้มีความรู้ได้น้อย - อัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือแรงงาน	- สื่อออนไลน์ - วิทยู - หนังสือพิมพ์ - โทรทัศน์ - Infographic	กพร.	ก.พ.,มี.ย.61 ม.ค. - ก.พ. 61 พ.ค. - มิ.ย.61	-	
ติดตามตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการกิจกรรมและที่เกี่ยวข้อง	- การตรวจสอบผ่านบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ ข่าว/บทความ - ติดตามข้อมูลข่าวสารจากกลุ่มเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกรมฯ	กสร.	ต.ค.60-ก.ย.61 ต.ค.60-ก.ย.61	96,300.- -	

ประเด็นการสื่อสาร	ช่องทางการสื่อสาร	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา ดำเนินการ	งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2561 (บาท)	หมายเหตุ
	(กลุ่ม line, Facebook)				
วิเคราะห์และติดตามความเคลื่อนไหวข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์รายวันเพื่อทราบสถานการณ์ข่าวในปัจจุบัน	- ข่าวแจก - สื่อออนไลน์	สปส.	ม.ค. - ธ.ค. 61	500,000.-	
4. การแก้ไขข้อมูลบิดเบือน คลาดเคลื่อน					
ชี้แจง ทำความเข้าใจข่าวที่มีผลกระทบด้านบวกและลบต่อกระทรวงแรงงาน	- ข่าวประชาสัมพันธ์ - ข่าวแจก	สป.	ม.ค.-ก.ย. 61	150,000.-	
ชี้แจง ทำความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้อง กรณีข่าวที่มีผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ	- ข่าวแจก - แถลงข่าว - สื่อออนไลน์ (กลุ่ม line, Facebook)	กสร.	ต.ค.60-ก.ย.61	-	
- โครงการแถลงข่าวสื่อมวลชน - จัดแถลงข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ แก่ข้อมูลข่าวสารที่คลาดเคลื่อนแก่ประชาชน	- โทรทัศน์ - สิ่งพิมพ์ - สื่อออนไลน์	สปส.	ม.ค. - ธ.ค. 61	150,000.-	

หมายเหตุ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถดำเนินการโดยไม่ใช้งบประมาณ

1. การแถลงข่าว / ข่าวแจก
2. สื่อโทรทัศน์ อาทิ ข้อความตัววิ่ง ข่าวประชาสัมพันธ์
3. สื่อวิทยุ อาทิ ข่าว/บทความ/สื่อบุคคลข่าวประชาสัมพันธ์
4. สื่อหนังสือพิมพ์/หนังสือพิมพ์ออนไลน์ อาทิ ข่าว/บทความ/สื่อบุคคลข่าวประชาสัมพันธ์/ภาพข่าว
5. สื่อ Social Media อาทิ เว็บไซต์ Facebook Fanpage Line Twitter Youtube ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน
6. บอร์ดนิทรรศการประชาสัมพันธ์
7. ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย



ผ่านมาก

บันทึกข้อความ

ร่างของปลัดกระทรวงแรงงาน ๒
เลขที่รับ 1852
เวลา 25 เม.ย. 2560

ผู้ช่วยปลัดกระทรวง ๒
เลขรับ
วันที่ 10-34 น.

ส่วนราชการ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ งานบริหารทั่วไป โทรศัพท์ ๑๓๓๙

ที่ รง ๐๒๐๕/ ๓๒๒

วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๐

ปลัดกระทรวงฯ
เลขรับที่ 1795
วันที่ ๒๕ เม.ย. ๒๕๖๐
เวลา 10.46

เรื่อง การสำรองงบประมาณเป็นการเฉพาะเพื่อบูรณาการงานประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของกระทรวงแรงงาน

เรียน ปลัดกระทรวงแรงงาน

๑. เรื่องเดิม

๑.๑ คณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑๑ ตุลาคม ๒๕๕๙ เห็นชอบแนวทางการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนโดยหัวหน้าส่วนราชการ ได้แก่ ปลัดกระทรวง อธิบดี และหัวหน้าส่วนราชการที่มีฐานะเทียบเท่ากระทรวง กรม ฯลฯ มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการสร้างความรับรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการของหน่วยงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ ซึ่งความสำเร็จในการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินผลการปฏิบัติราชการของหัวหน้าส่วนราชการทุกแห่ง รายละเอียดตามหนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีวันที่ ๑๑ ตุลาคม ๒๕๕๙

๑.๒ รัฐบาลได้มีข้อสั่งการในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๕๙ ให้กระทรวงแรงงานเร่งรัดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อยกระดับฝีมือแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่เป็นผลประโยชน์ต่อแรงงานโดยตรง นอกจากนี้ ให้ทุกกระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเชิงรุกเกี่ยวกับการดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ของรัฐบาล รวมทั้งกรณีการเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีความคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง เพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ถูกบิดเบือน กล่าวอ้างผิดไปจากข้อเท็จจริง และลดความขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้น โดยใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย โดยอาจพิจารณาสร้างเครือข่ายความร่วมมือดำเนินการกับภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ภาคเอกชน นักวิชาการ และประชาชนด้วย รายละเอียดตามหนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีวันที่ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๕๙

๒. ข้อเท็จจริง

๒.๑ มติคณะรัฐมนตรีตามข้อ ๑.๑ ได้มอบหมายสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการและสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนให้ประเมินความสำเร็จในการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนตามแนวทางที่กำหนดเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินผลการปฏิบัติราชการของหัวหน้าส่วนราชการทุกแห่ง จากปริมาณและประสิทธิภาพของการชี้แจง ความทันต่อเหตุการณ์ และ ความรับรู้ความเข้าใจของประชาชนตามผลสำรวจของหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสำนักงาน กพร. ได้กำหนดตัวชี้วัดด้านปริมาณและประสิทธิภาพของการชี้แจง ความทันต่อเหตุการณ์ เมื่อได้รับแจ้งประเด็นให้ชี้แจงทำความเข้าใจ ซึ่งจะต้องได้รับการเผยแพร่อย่างน้อย ๓ ช่องทาง ภายใน ๑ วัน จึงจะผ่านเกณฑ์การพิจารณาค่าคะแนน

๒.๒ งบประมาณ ประจำปี ๒๕๖๐ ที่กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ได้รับการจัดสรรไม่สามารถใช้จ่ายได้อย่างครอบคลุมทุกสื่อ โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมติดตามจากประชาชนในลำดับต้น ๆ

๓. ข้อพิจารณา

เพื่อให้การสร้างความรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของกระทรวงแรงงาน และนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล ตามข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีข้างต้น เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวทางที่คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน จึงพิจารณาเห็นสมควรจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจภาพรวมของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐ โดยการสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และสื่ออื่น ๆ ให้สาธารณชนได้รับรู้ รับทราบ และเสริมความเข้าใจอย่างถูกต้องแก่กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม อย่างเหมาะสมสอดคล้องและทั่วถึง

๔. ข้อเสนอ

เพื่อให้การดำเนินการตามข้อ ๓ บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ จึงพิจารณาเห็นสมควรดำเนินการ ดังนี้

๔.๑ พิจารณาอนุมัติโครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจภาพรวมของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐ ภายในวงเงินจำนวน ๑๘,๘๐๐,๐๐๐ บาท (สิบแปดล้านแปดแสนบาทถ้วน) ตามเอกสารแนบท้าย

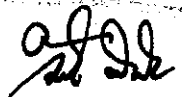
๔.๒ มีหนังสือถึงอธิบดีทุกกรมและเลขาธิการสำนักงานประกันสังคม เพื่อขอให้พิจารณาดำเนินการจัดสรรงบประมาณในปี ๒๕๖๐ เพื่อใช้ในการบูรณาการงานประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของกระทรวงแรงงาน ตามโครงการฯ ดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบขอได้โปรดลงนามในหนังสือถึงอธิบดีทุกกรมและเลขาธิการสำนักงานประกันสังคม ตามที่แนบมาพร้อมนี้



(นางสาวพินยดา แจ่มจันทร์ศรี)

ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์



(นายวิวัฒน์ ดังหงส์)

ผู้ช่วยปลัดกระทรวงแรงงาน

๒๕ เม.ย. ๒๕๖๐

ถึงนามแล้ว ตามข้อ ๕.๒

ณ เรือน ป.ร. เพื่อโปรดพิจารณา

ตามข้อ ๕.๑



(นายสิงห์เดช ชูอำนาจ)

รองปลัดกระทรวงแรงงาน ปฏิบัติราชการแทน

ปลัดกระทรวงแรงงาน

๒๕ เม.ย. ๒๕๖๐

อนุพงษ์ในนามค

ตามข้อ ๕.๑



(นายปองทอง ปองทอง สมิติ)

ปลัดกระทรวงแรงงาน

๒๖ เม.ย. ๒๕๖๐

โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจภาพรวมของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐

๑. หลักการและเหตุผล

รัฐบาลปัจจุบันได้กำหนดนโยบายปฎิรูปประเทศไปสู่ “ประเทศไทย ๔.๐ (Thailand 4.0)” โดยการพัฒนาทุกด้านเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” มีระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม พร้อมสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านกลไกประชารัฐ ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเตรียมความพร้อมคนไทยในทุกมิติ โดยเฉพาะศักยภาพความคิดสร้างสรรค์และทักษะการทำงานด้วยปัญญา เพื่อก้าวสู่ศตวรรษที่ ๒๑ โดยไม่ทิ้งกลุ่มใดไว้ข้างหลัง

ทั้งนี้ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้มีข้อสั่งการในคราวประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๕๙ ให้กระทรวงแรงงานเร่งรัดประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อยกระดับฝีมือแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่เป็นผลประโยชน์ต่อแรงงานโดยตรง นอกจากนี้ ให้ทุกกระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเชิงรุกเกี่ยวกับการดำเนินการในเรื่องต่าง ๆ ของรัฐบาล รวมทั้งกรณีการเผยแพร่ข้อมูลบนเว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีความคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง เพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ถูกบิดเบือน ไม่ถูกกล่าวอ้างผิดไปจากข้อเท็จจริง และลดความขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นต่อไป ทั้งนี้ ให้ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย โดยอาจพิจารณาสร้างเครือข่ายความร่วมมือดำเนินการกับภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ภาคเอกชน นักวิชาการ และประชาชนด้วย

เพื่อให้การสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของกระทรวงแรงงานและนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลในการปฏิรูปและขับเคลื่อนประเทศ ให้ก้าวสู่ประเทศในโลกที่หนึ่ง ได้อย่างกว้างขวางและเกิดประสิทธิภาพ ตามข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีข้างต้น กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ปลัดกระทรวงแรงงาน จึงเห็นสมควรจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐ โดยการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และอื่น ๆ ให้สาธารณชนได้รับรู้ รับทราบ เสริมความเข้าใจอย่างถูกต้องแก่กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม สอดคล้องและทั่วถึง กระตุ้นความร่วมมือของประชาชนและทุกภาคส่วนให้ร่วมกันปฏิรูปประเทศ เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”

๒. วัตถุประสงค์

- ๒.๑ เพื่อจัดทำสื่อและเผยแพร่ภารกิจและบริการในภาพรวมของกระทรวงแรงงาน และนโยบายของรัฐบาล ผ่านช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อออนไลน์ และอื่น ๆ ให้คนทำงานทุกกลุ่ม ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป ได้รับรู้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้องอย่างทั่วถึง และทันต่อเหตุการณ์
- ๒.๒ เพื่อการชี้แจงทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานและนโยบายรัฐบาล ให้กลุ่มเป้าหมาย ผู้ใช้บริการ และประชาชนทั่วไป เกิดการรับรู้ตามข้อเท็จจริงอย่างถูกต้อง
- ๒.๓ เพื่อสร้างแบรนด์ขององค์กร และเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของกระทรวงแรงงาน และของรัฐบาล

๓. กลุ่มเป้าหมาย

- ๓.๑ สาธารณชนทั่วไป ได้แก่ ประชาชน นายจ้าง/ผู้ประกอบการ พนักงาน/ลูกจ้าง องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ภาคประชาสังคม ฯลฯ
- ๓.๒ รัฐบาล หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ

๔. วิธีดำเนินการ

- ๔.๑ จัดผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ สิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อออนไลน์ และภาพอินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจในภารกิจและบริการของกระทรวงแรงงาน ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง
- ๔.๒ ประเมินผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรม ตามรายการที่กำหนด
- ๔.๓ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์กระทรวงแรงงาน พิจารณาเห็นชอบกรอบการดำเนินโครงการ
- ๔.๔ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ประสานงานดำเนินงาน
- ๔.๕ กองบริหารการคลัง ประสานงานด้านการงบประมาณ และดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง

๕. ขอบเขตงาน

จัดทำสื่อและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจและบริการในภาพรวมของกระทรวงแรงงาน ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์/วิทยุ สื่อมัลติมีเดีย สื่อบนอินเทอร์เน็ต

ประเภทสื่อ	รายละเอียด	วงเงิน (บาท)
สิ่งพิมพ์	- ผลิตสก็๊ปขาว / บทสัมภาษณ์ / บทความพิเศษในโอกาสต่าง ๆ เผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์รายวัน ที่มีวางจำหน่ายกระจายในทุกภูมิภาค	๒,๐๐๐,๐๐๐.-
สื่อวิทยุ/โทรทัศน์	- ผลิตสปอตวิทยุ และเผยแพร่ทางสถานีวิทยุที่อยู่ในเกณฑ์ความนิยมของผู้รับฟัง - ผลิตสปอต สก็๊ปขาว และเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในเกณฑ์ความนิยมของผู้รับชม	๙,๐๐๐,๐๐๐.-
สื่อออนไลน์	- ออกแบบคอนเทนต์, กราฟิกและเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ของกระทรวงแรงงาน เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์องค์กร (Official line)	๓,๐๐๐,๐๐๐.-
สื่อมัลติมีเดีย	- ออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ องค์กร โดยใช้สื่อ 2D animation เพื่อเผยแพร่ในช่องทาง Social Online : Website, Facebook, Line official account ความยาว ๑.๓๐-๒ นาที จำนวน ๑๐ ชิ้นงาน	๘๐๐,๐๐๐
บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์	- เผยแพร่ประชาสัมพันธ์/ชี้แจง พร้อมตรวจสอบรวบรวมวิเคราะห์ และสรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการทางระบบสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Twitter Youtube สำนักข่าวออนไลน์ เว็บไซต์ บล็อก เป็นต้น	๓,๐๐๐,๐๐๐
รวมงบประมาณ		๑๘,๘๐๐,๐๐๐

๖. ระยะเวลาดำเนินการ เดือนพฤษภาคม - กันยายน ๒๕๖๐

๗. งบประมาณ

งบบูรณาการการประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๘,๘๐๐,๐๐๐ บาท (สิบแปดล้านแปดแสนบาทถ้วน) โดยเบิก
แทนกันจากส่วนราชการในสังกัดกระทรวงแรงงาน (กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมสวัสดิการ
และคุ้มครองแรงงาน สำนักงานประกันสังคม) สำหรับการจัดจ้างผลิตและเผยแพร่ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์
สื่อมัลติมีเดีย สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ การจัดกิจกรรม รวมทั้งค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการบริหารจัดการ
โครงการ โดยถัวจ่ายทุกรายการ

๘. ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบริหารจัดการองค์กร บุคลากร ด้วยหลักธรรมาภิบาล และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมใน
องค์กร กลยุทธ์ที่ ๖ เสริมสร้างการสื่อสารภายใน และภาพลักษณ์ขององค์กร ตามกรอบแผนแม่บทกระทรวง
แรงงาน (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔)

๙. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๙.๑ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รับรู้ข้อมูลภารกิจและบริการในภาพรวมของกระทรวงแรงงาน รวมถึง
นโยบายของรัฐบาล ผ่านช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อออนไลน์ และอื่น ๆ
อย่างถูกต้อง ทันต่อเหตุการณ์ และทั่วถึง

๙.๒ กลุ่มเป้าหมาย มีความเข้าใจข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานและนโยบายรัฐบาล อย่างถูกต้องตาม
ข้อเท็จจริง

๙.๓ เกิดภาพลักษณ์เชิงบวกต่อกระทรวงแรงงาน และรัฐบาล

๑๐.หน่วยงานรับผิดชอบโครงการ

กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

ลงชื่อ ผู้เสนอโครงการ
(นางสาวพินยดา แจ่มจันทร์ศรี)
ผู้อำนวยการกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

ลงชื่อ ผู้เห็นชอบโครงการ
(นายสิงหนเดช ชูอำนาจ)
รองปลัดกระทรวงแรงงาน

ลงชื่อ ผู้อนุมัติโครงการ
(หม่อมหลวงปิ่นตริภิกขิณี สมิตติ)
ปลัดกระทรวงแรงงาน



ส่วนที่สี่

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานสื่อสารองค์กร โทรศัพท์ ๑๓๔๑

ที่ รง ๐๒๐๕.๑/๖๖๓

วันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

เรื่อง แจ้งรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ และกำหนดราคากลาง จ้างผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ภารกิจภาพรวมของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐”

เรียน ผู้อำนวยการกองบริหารการคลัง

ตามหนังสือกองบริหารการคลังส่วนที่สี่ ที่ รง ๐๒๐๓.๔/๒๓๖ ลงวันที่ ๒๔ มกราคม ๒๕๖๑ ขอให้คณะกรรมการจัดทำรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ และกำหนดราคากลาง จ้างผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ภารกิจภาพรวมของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐” พิจารณาการจัดทำรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะโครงการดังกล่าว ตามข้อสั่งการของปลัดกระทรวงแรงงานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับจ้างผลิตสื่อต่างๆ ได้มีการแข่งขันในวงกว้าง ไม่ควรจำกัดเพียงรายเดียว โดยให้พิจารณาถึงความเชี่ยวชาญแต่ละประเภท นั้น

กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการ ดังนี้

๑. กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ได้มีหนังสือ ที่ รง ๐๒๐๕.๑/ว ๙๐ ลงวันที่ ๓๐ มกราคม ๒๕๖๑ เรียนเชิญคณะกรรมการประชุมเพื่อพิจารณาทบทวนการจัดทำรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะโครงการดังกล่าว เมื่อวันที่ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๒.๐๐ น. ณ ห้องประชุมกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ชั้น ๒ (เอกสาร ๑)

๒. คณะกรรมการฯ ได้พิจารณาทบทวนรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและกำหนดราคากลาง โดยได้ปรับปรุงเนื้อหาสาระและรูปแบบ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับจ้างผลิตสื่อต่างๆ ได้มีการแข่งขันในวงกว้าง ซึ่งมีความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ จึงขอส่งรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ (TOR) โครงการดังกล่าว เพื่อให้กองบริหารการคลังดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป (เอกสาร ๒)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นางสาวพินยดา แจ่มจันทร์ศรี)

ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

ได้รับต้นฉบับไว้แล้ว

ศิริพร

ผู้รับ

๘/๒/๖๑

16.30x

ผู้อำนวยการกอง.....	วันที่...../...../.....
หัวหน้ากลุ่ม/ฝ่าย.....	วันที่...../...../.....
หัวหน้างาน.....	วันที่...../...../.....
เจ้าหน้าที่เจ้าของเรื่อง.....	วันที่...../...../.....
เจ้าหน้าที่พิมพ์งาน.....	วันที่...../...../.....

บันทึกกรรมการจัดทำรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ และกำหนดราคากลาง
จ้างผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐”

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

วันที่ ๑ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๑

ตามคำสั่งสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ที่ ๖๔๐/๒๕๖๐ ลงวันที่ ๑๙ กันยายน ๒๕๖๐ ปลัดกระทรวงแรงงานอนุมัติแต่งตั้งรายชื่อตามท้ายบันทึกนี้ เป็นคณะกรรมการจัดทำรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะ และกำหนดราคากลาง จ้างผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐” ภายในวงเงิน ๘,๐๖๐,๐๐๐.- บาท (แปดล้านหกหมื่นบาทถ้วน) โดยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e-bidding) ตามพระราชบัญญัติจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ นั้น

ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ ได้พิจารณาทบทวนรายละเอียดคุณลักษณะเฉพาะและกำหนดราคากลาง โครงการดังกล่าว เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับจ้างผลิตสื่อต่างๆ ได้มีการแข่งขันในวงกว้าง ซึ่งมีความสมบูรณ์ สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการฯ เรียบร้อยแล้ว ตามเอกสารแนบท้าย

ลงชื่อ..... ประธานกรรมการ

(นางสาวพินยดา แจ่มจันทร์ศรี)

ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

ลงชื่อ..... กรรมการ

(นางสาววนิดา เงินรูปงาม)

ผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

ลงชื่อ..... กรรมการ

(นางสาวอนงค์นุช มีศิริ)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

กรมการจัดหางาน

ลงชื่อ..... กรรมการ

(นางรภัสสา พานิกุล)

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน มีความประสงค์จะจ้างผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐” ตามรายการดังนี้

๑. สื่อหนังสือพิมพ์
๒. สื่อโทรทัศน์
๓. สื่อออนไลน์ Facebook Management
๔. สื่อ Viral clip หรือสื่อมัลติมีเดีย
๕. ดำเนินการบริหารจัดการ สื่อสังคมออนไลน์ Social Monitoring และเผยแพร่ข่าวผ่านช่องทางออนไลน์
๖. สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์

๑. วัตถุประสงค์ เหตุผล และความจำเป็น

เพื่อให้การสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายด้านแรงงานของรัฐบาล และการดำเนินงานของกระทรวงแรงงาน ในการส่งเสริมทรัพยากรมนุษย์ของประเทศให้มีศักยภาพขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศสู่ประเทศไทย ๔.๐ สู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและเกิดประสิทธิภาพ โดยการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และอื่น ๆ ให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้อง เหมาะสมสอดคล้องและทั่วถึงในแต่ละกลุ่มผู้รับข่าวสาร รวมทั้งกระตุ้นความร่วมมือของประชาชนและทุกภาคส่วน ให้ร่วมกันปฏิรูปประเทศ เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ของรัฐบาล

๒. กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนวัยแรงงาน สถานประกอบการ ภาครัฐ ภาคประชาสังคม หน่วยงานรัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้อง

๓. ประเภทสื่อและรูปแบบ

ประเภท : สื่อสิ่งพิมพ์/ สื่อโทรทัศน์/ สื่อออนไลน์ Facebook Management / สื่อมัลติมีเดีย / สื่อสังคมออนไลน์ Social Monitoring / สื่อออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต

รูปแบบ : ผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของกระทรวงแรงงาน

๔. วงเงินงบประมาณ

ภายในวงเงินที่ได้รับการสนับสนุน จำนวน ๘,๐๖๐,๐๐๐ บาท (แปดล้านหกหมื่นบาทถ้วน) โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๐ งบบูรณาการการประชาสัมพันธ์ โดยเบิกแทนกันจากส่วนราชการในสังกัดกระทรวงแรงงาน (กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน) ดังนี้

- กรมการจัดหางาน แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ โครงการที่ ๑ โครงการจัดตั้งศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จด้านแรงงานต่างด้าวเพื่อสนับสนุนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ กิจกรรมที่ ๑ การให้บริการพิจารณาอนุญาตทำงานแบบเบ็ดเสร็จในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ งบดำเนินงาน ค่าตอบแทนใช้สอยและวัสดุ จำนวนเงินทั้งสิ้น ๓,๐๐๐,๐๐๐ (สามล้านบาทถ้วน)

- กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน แผนงานยุทธศาสตร์ : พัฒนาและยกระดับผลิตภาพแรงงาน โครงการ : โครงการพัฒนาศักยภาพแรงงานรองรับภาคอุตสาหกรรมและบริการเพื่อการแข่งขัน กิจกรรม : ฝึกอบรมฝีมือแรงงานรองรับภาคอุตสาหกรรมและบริการ งบรายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมฝีมือแรงงานรองรับภาคอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ จำนวนเงินทั้งสิ้น ๔,๙๕๐,๐๐๐ บาท (สี่ล้านเก้าแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)

จกฉฉ

๕๕

วณก

On

- กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
ผลผลิตที่ ๑ : สถานประกอบกิจการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และแรงงานได้รับสิทธิตามกฎหมายแรงงาน
กิจกรรมที่ ๔ : กำกับ ดูแล และสนับสนุนให้สถานประกอบกิจการจัดสวัสดิการตามกฎหมาย และนอกเหนือ
กฎหมาย จำนวนเงินทั้งสิ้น ๑๒๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งแสนสองหมื่นบาทถ้วน)

๕. คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องมีบุคลากรที่มีคุณวุฒิ และประสบการณ์ในการดำเนินงาน ด้านผลิตสื่อ
ประชาสัมพันธ์ โดยจะต้องมีรายละเอียดประกอบ ดังนี้

- ๑) ประวัติความเป็นมาของบริษัท
- ๒) ผลงานและประสบการณ์ของบริษัท
- ๓) รายชื่อและประวัติการทำงานของทีมงาน

๖. การยื่นเอกสารเสนอราคา

ผู้ยื่นข้อเสนอจะต้องทำตารางเปรียบเทียบรายละเอียดของข้อกำหนด “โครงการประชาสัมพันธ์
สร้างการรับรู้ภารกิจของกระทรวงแรงงาน ปี ๒๕๖๐” ที่เป็นข้อเสนอดังข้อ ๕ ถึงข้อสุดท้าย โดยใช้ตัวอย่าง
แบบฟอร์มการเปรียบเทียบตามตารางที่ ๑ ในกรณีที่ต้องมีการอ้างอิงถึงข้อความอื่นในเอกสารที่เสนอมา
ผู้ยื่นข้อเสนอต้องระบุให้ชัดเจน พร้อมทั้งให้หมายเหตุ หรือขีดเส้นใต้ หรือระบายสี พร้อมเขียนหัวข้อกำกับไว้
ให้ตรงกัน เพื่อให้่ายต่อการตรวจสอบกับเอกสารเปรียบเทียบ ทั้งนี้สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงานขอสงวนสิทธิ
ที่อาจจะไม่พิจารณาผู้ยื่นข้อเสนอที่ไม่ดำเนินการตามเงื่อนไขดังกล่าว

ตารางที่ ๑ ตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติข้อกำหนดทางเทคนิค

อ้างอิงข้อ	ข้อกำหนดที่ต้องการ	ข้อกำหนดที่เสนอ	เอกสารอ้างอิง
ระบุหัวข้อให้ตรงกับที่ ระบุในเอกสาร	ให้คัดลอกคุณลักษณะ เฉพาะที่สำนักงานปลัด กระทรวงแรงงานกำหนด มากรอกในช่องนี้	ให้ระบุคุณลักษณะ เฉพาะที่ผู้ยื่นข้อเสนอ เสนอ	ระบุหมายเลขหน้าของ เอกสารอ้างอิงของผู้ยื่น ข้อเสนอ

๗. คุณลักษณะเฉพาะและข้อกำหนดทางเทคนิค

๗.๑ สื่อหนังสือพิมพ์

๗.๑.๑ คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในสัญญาเดียว
ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑ ล้านบาท ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาไม่เกิน ๓ ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอจำนวน
๑ ผลงาน โดยแสดงหลักฐานพร้อมสำเนาคู่สัญญาจ้าง และสำเนาหนังสือรับรองผลงานในช่วงเวลา
ดังกล่าว และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบ
บริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ

๗.๑.๒ ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสื่อบอร์ด / บทสัมภาษณ์ / บทความพิเศษในโอกาสต่าง ๆ ขนาด 1/4 BW เผยแพร่
ทางหนังสือพิมพ์รายวันที่ได้รับความนิยมและมีวงจำหน่ายกระจายในทุกภูมิภาคมีจำนวนการพิมพ์ไม่ต่ำกว่า
๙๐๐,๐๐๐ ฉบับ โดยเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๑ ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน ๒๔ ครั้ง โดยผู้รับจ้างจะต้องผลิตพร้อม
เสนอรายชื่อข้อมูลของหนังสือพิมพ์ที่ทำการเผยแพร่โดยละเอียด เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา

๐๖.๐๖

๐๐๐๐๐๐๐๐

๐ ๐๐๐

๗.๑.๓ รายละเอียดคุณลักษณะของงาน

- (๑) ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอตัวอย่างสกริปขาว ๒ แบบ พร้อมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการกิจกรรมแรงงาน
- (๒) ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอตัวอย่างบทสัมภาษณ์ ๒ แบบ พร้อมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมแรงงาน
- (๓) ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอตัวอย่างบทความพิเศษในโอกาสต่าง ๆ ๒ แบบ ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมแรงงาน
- (๔) ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายชื่อข้อมูลของหนังสือพิมพ์ที่ทำการเผยแพร่โดยละเอียดเพื่อใช้ประกอบการพิจารณา
- (๕) ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อหนังสือพิมพ์

๗.๑.๔ ระยะเวลาดำเนินการ

ภายในระยะเวลา ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๗.๑.๕ วงเงินงบประมาณ จำนวน ๒,๒๔๐,๕๘๐ บาท (สองล้านสองแสนสี่หมื่นห้าร้อยแปดสิบบาทถ้วน)

๗.๒ สื่อโทรทัศน์

๗.๒.๑ คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในสัญญาเดียว ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๑ ล้านบาท ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาไม่เกิน ๓ ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอจำนวน ๑ ผลงาน โดยแสดงหลักฐานพร้อมสำเนาคู่สัญญาจ้าง และสำเนาหนังสือรับรองผลงานในช่วงเวลาดังกล่าว และเป็นผลงานที่มีคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ

๗.๒.๒ ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องผลิตสกริปขาวความยาวไม่ต่ำกว่า ๑.๓๐ นาที พร้อมเผยแพร่ในช่วงข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ช่อง ๓ หรือ ช่อง ๗ ในช่วงข่าวเช้า (ระหว่างเวลา ๐๖.๐๐ - ๐๙.๐๐ น.) หรือข่าวเที่ยง (ระหว่างเวลา ๑๑.๐๐ - ๑๓.๐๐ น.) หรือข่าวภาคเย็น (ระหว่างเวลา ๑๕.๐๐ - ๑๗.๐๐ น.) หรือข่าวภาคค่ำ (ระหว่างเวลา ๒๒.๓๐ - ๒๓.๓๐ น.) ของทางสถานีรวมแล้วไม่น้อยกว่า ๑๐ ครั้ง โดยผู้รับจ้างจะต้องวางแผนและรูปแบบการนำเสนอโดยละเอียด เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา พร้อมหนังสือรับรองการเป็นตัวแทนในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์จากทางสถานีโทรทัศน์

๗.๒.๓ รายละเอียดคุณลักษณะของงาน

ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรายการที่จะทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยต้องเป็นรายการที่ได้รับความนิยมตามช่วงเวลาที่กำหนด พร้อมหนังสือรับรองการเป็นตัวแทนและหนังสือยืนยันการออกอากาศในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์จากทางสถานีโทรทัศน์

๗.๒.๔ ระยะเวลาดำเนินการ

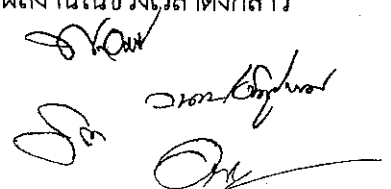
ภายในระยะเวลา ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๗.๒.๕ วงเงินงบประมาณ จำนวน ๒,๙๙๖,๐๐๐ บาท (สองล้านเก้าแสนเก้าหมื่นหกพันบาทถ้วน)

๗.๓ สื่อออนไลน์ Facebook Management

๗.๓.๑ คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในสัญญาเดียว ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒๕๐,๐๐๐ บาท ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาไม่เกิน ๓ ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอจำนวน ๑ ผลงาน โดยแสดงหลักฐานพร้อมสำเนาคู่สัญญาจ้าง และสำเนาหนังสือรับรองผลงานในช่วงเวลาดังกล่าว



และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ

๗.๓.๒ ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ content กราฟิก จำนวนไม่ต่ำกว่า ๒๐ บริบท ต่อเดือน ระยะเวลา ๙๐ วัน และเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) ของกระทรวงแรงงาน พร้อมคำโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook และดำเนินการจัดการดูแล Facebook ซึ่งต้องมียอดผู้เข้าชมรวมกันทั้ง ๖๐ บริบท ไม่ต่ำกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน

๗.๓.๓ รายละเอียดคุณลักษณะของงาน

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบ content กราฟิก ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการกิจกรรมกระทรวงแรงงาน อย่างน้อย ๒ แบบ

๗.๓.๔ ระยะเวลาดำเนินการ

ภายในระยะเวลา ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๗.๓.๕ วงเงินงบประมาณ จำนวน ๕๔๔,๓๒๐ บาท (ห้าแสนสี่หมื่นสี่พันสามร้อยยี่สิบบาทถ้วน)

๗.๔ สื่อ viral clip หรือ สื่อมัลติมีเดีย

๗.๔.๑ คุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอ

ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลและมีผลงานประเภทเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างในสัญญาเดียว ในวงเงินไม่น้อยกว่า ๒๕๐,๐๐๐ บาท ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาไม่เกิน ๓ ปี นับถึงวันยื่นข้อเสนอจำนวน ๑ ผลงาน โดยแสดงหลักฐานพร้อมสำเนาคู่สัญญาจ้าง และสำเนาน้ำขึ้นรับรองผลงานในช่วงเวลาดังกล่าว และเป็นผลงานที่เป็นคู่สัญญาโดยตรงกับส่วนราชการ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชนที่น่าเชื่อถือ

๗.๔.๒ ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบและผลิตสื่อ viral clip หรือสื่อมัลติมีเดีย ของกระทรวงแรงงาน เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์กร ความยาว ๑.๓๐ - ๒ นาที โดยใช้สื่อ ๒D animation พร้อมบรรยายเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์จำนวนไม่น้อยกว่า ๒ ช่องทาง โดยทั้ง ๒ ช่องทางต้องมียอดผู้เข้าชมรวมกันไม่ต่ำกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน จำนวน ๓ ชิ้นงานๆ ละ ๓๐ วัน ระยะเวลา ๙๐ วัน พร้อมเผยแพร่ผ่าน Social Online ของกระทรวงแรงงาน อาทิ Website , Facebook , Youtube

๗.๔.๓ รายละเอียดคุณลักษณะของงาน

(๑) ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบสื่อมัลติมีเดีย ความยาว ๑.๓๐ - ๒ นาที ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการกิจกรรมกระทรวงแรงงานอย่างน้อย ๒ แบบ

(๒) ผู้รับจ้างจะต้องออกแบบสื่อ viral clip ความยาว ๑.๓๐ - ๒ นาที ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการกิจกรรมกระทรวงแรงงานอย่างน้อย ๒ แบบ

(๓) ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอช่องทางสื่อออนไลน์ ที่จะทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ช่องทาง โดยต้องเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยม ที่มียอดผู้เข้าชมรวมกันไม่ต่ำกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน

๗.๔.๔ ระยะเวลาดำเนินการ

ภายในระยะเวลา ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๗.๔.๕ วงเงินงบประมาณ จำนวน ๕๖๗,๑๐๐ บาท (ห้าแสนหกหมื่นเจ็ดพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน)

- (๔) ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอช่องทางเว็บไซต์ ที่จะทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ช่องทาง โดยต้องเป็นเว็บไซต์ที่ ได้รับความนิยม ที่มียอดผู้เข้าชมรวมกันไม่ต่ำกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน
- (๕) ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอช่องทางเว็บไซต์ข่าว ที่จะทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวน ๒ ช่องทาง โดยต้องเป็นเว็บไซต์ที่ ได้รับความนิยม ที่มียอดผู้เข้าชมรวมกันไม่ต่ำกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน

๗.๖.๔ ระยะเวลาดำเนินการ

ภายในระยะเวลา ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาจ้าง

๗.๖.๕ วงเงินงบประมาณ จำนวน ๘๗๗,๕๐๐ บาท (แปดแสนเจ็ดหมื่นเจ็ดพันสี่ร้อยบาทถ้วน)

๘. ขอบเขตการดำเนินงานอื่น

- ๘.๑ ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอรูปแบบวิดิทัศน์ เนื้อหาและองค์ประกอบให้น่าสนใจ อาทิ การติดต่อ และการลำดับภาพ เสียงบรรยายและดนตรีประกอบ ระบบเสียงสเตอริโอ รูปแบบการสื่อสารแบบมี คนแสดง หรือ แบบ Infographic หรือแบบผสมผสาน โดยการนำเสนอเนื้อหาที่แสดงถึงความเชื่อมโยง กับภารกิจของกระทรวงแรงงาน
- ๘.๒ หากมีการแก้ไข ผู้รับจ้างผลิตจะต้องพร้อมรับไปแก้ไขทันทีและส่งกลับตามวันเวลาที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ทั้งนี้คณะกรรมการฯ สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขตามความเหมาะสม
- ๘.๓ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้ว่าจ้างสามารถแจ้งผู้รับจ้าง และ/หรือผู้รับจ้างจะต้องนำทีมถ่ายทำนอก สถานที่ โดยผู้รับจ้างต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด
- ๘.๔ หากมีการนำภาพ/เสียง หรือดนตรีประกอบมาใช้ในการผลิต ผู้รับจ้างต้องยืนยันได้ว่า ภาพ/เสียงและดนตรี เหล่านั้นมีคุณภาพในทางเทคนิค จะต้องไม่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ ในกรณีจำเป็นต้องใช้ ภาพ/ฟอนต์/ เสียงบรรยาย/เพลงประกอบ/สัญลักษณ์ หรือสื่ออื่นใดที่ปรากฏ ในสื่อ ที่มีลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างจะต้อง ดำเนินการให้ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายก่อนที่จะมีการส่งมอบงาน หากมีการฟ้องร้อง ผู้รับจ้าง จะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายหรือค่าลิขสิทธิ์ทั้งหมด
- ๘.๕ การผลิตผู้รับจ้างจะต้องใช้อุปกรณ์การถ่ายทำ การติดต่อ การบันทึกเสียงที่มีความทันสมัย มีประสิทธิภาพ ในระบบ Full HD
- ๘.๖ ผู้รับจ้างจะต้องใช้เทคนิคพิเศษในการตัดต่อภาพและใช้กราฟิกประกอบ (กรณีผู้ว่าจ้างกำหนด) เพื่อให้ มีความทันสมัยและน่าสนใจ
- ๘.๗ สื่อที่ผลิตให้โครงการ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของกระทรวงแรงงาน
- ๘.๘ รายละเอียดและข้อกำหนดการจ้างถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาจ้าง
- ๘.๙ ในการดำเนินการทุกขั้นตอน ต้องผ่านความเห็นชอบจากกระทรวงแรงงาน ทั้งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ตามความเหมาะสมตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด และผู้รับจ้างต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายทุกประการที่เกิดขึ้น จากการดำเนินงาน ตลอดระยะเวลาดำเนินงาน รวมทั้งผลสืบเนื่องทั้งก่อนและหลังการดำเนินงานด้วย ทั้งนี้ หากเกิดเหตุสุดวิสัย โดยเหตุดังกล่าวไม่ได้เกิดจากผู้รับจ้าง อาทิเช่น เหตุบ้านการเมือง จนเป็นเหตุให้ ไม่สามารถออกอากาศได้ตามกำหนดการเดิมได้ สามารถงดการออกอากาศตามกำหนดการเดิมได้ และทางผู้รับจ้าง จะต้องทำการจัดหาวันออกอากาศให้กับผู้ว่าจ้างครบตามกำหนดโดยต้องแจ้งให้ผู้ว่าจ้างรับทราบก่อนล่วงหน้า

๙. การส่งมอบงานและการจ่ายเงิน

๙.๑ การส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างต้องดำเนินการตามขอบเขตการดำเนินงานทั้งหมดให้แล้วเสร็จภายใน ๙๐ วันนับถัดจากวันลงนามใน สัญญาจ้าง และจะต้องส่งมอบงาน ดังนี้

งวดที่ ๑ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบแผนการดำเนินงาน ภายใน ๗ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

งวดที่ ๒ ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบงานภายใน ๙๐ วันนับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(Handwritten signatures and initials)

- (๑) จัดทำสรุปผลการดำเนินงานทั้งหมดในลักษณะรูปเล่ม จำนวน ๕ เล่ม และแผ่น DVD จำนวน ๕ แผ่น
- (๒) ส่งมอบ DVD สื่อมัลติมีเดีย จำนวน ๕ ชุด
- (๓) ส่งมอบไฟล์งานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชิ้นงาน ที่เผยแพร่เรียบร้อยแล้ว ใส่ข้อมูลทั้งหมดใส่ใน External Hard Disk จำนวน ๕ ชุด

๙.๒ การจ่ายเงิน

ผู้ว่าจ้างจะจ่ายเงินค่าจ้าง โดยกำหนดจ่ายเงินจำนวน ๒ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ จำนวนร้อยละ ๓๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งแผนการทำงานภายใน ๗ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับงานครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ จำนวนร้อยละ ๗๐ ของค่าจ้าง เมื่อผู้รับจ้างดำเนินการส่งมอบงานดังกล่าว ภายใน ๙๐ วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ทำการตรวจรับงานครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อยแล้ว

๑๐. หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อเสนอ

๑๐.๑ ในการพิจารณาผลการยื่นข้อเสนอประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน จะพิจารณาตัดสินโดยใช้หลักเกณฑ์ การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา

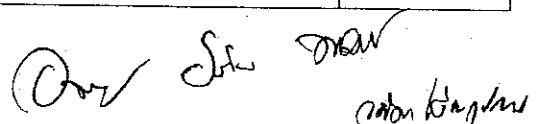
๑๐.๒ ในการพิจารณาผู้ชนะการยื่นข้อเสนอ จะพิจารณาราคาต่อรายการ และส่วนราชการจะใช้หลักเกณฑ์ การประเมินค่าประสิทธิภาพต่อราคา (Price Performance) โดยพิจารณาให้คะแนนตามปัจจัยหลักและน้ำหนักที่กำหนด ดังนี้

(๑๐.๒.๑) ราคาที่ยื่นเสนอ (Price) กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๑๐

(๑๐.๒.๒) ข้อเสนอด้านเทคนิคหรือข้อเสนออื่น ๆ กำหนดน้ำหนักเท่ากับร้อยละ ๙๐

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคุณภาพตามสัดส่วน ๑๐๐ คะแนน ดังนี้

ลำดับที่	เกณฑ์การให้คะแนน	ค่าคะแนน
๑.	แนวคิดหลักและแผนกลยุทธ์ ● ความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลักและความสามารถในการปฏิบัติงานให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการ ● ความชัดเจนของกลยุทธ์ การสื่อสาร และแผนงานประชาสัมพันธ์โดยรวม ● ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ การทำประชาสัมพันธ์เชิงรุก ตลอดจนการบริหารงานและการประสานงานเพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ต่อไป	๑๐ ๑๐ ๑๐
๒.	ประสิทธิภาพในการนำเสนอ รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการ ● แผนงาน และขั้นตอนการดำเนินงานโดยละเอียด ● รูปแบบสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ● การวางใจ ให้จดจำ และได้รับความร่วมมือ	๑๐ ๑๐ ๑๐
๓.	คุณภาพ และประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ ● คุณภาพของช่องทางการสื่อสาร อาทิเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายมาก และเนื้อหาสาระของรายการมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ● แนวความคิดของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีความเข้าใจง่ายและสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์และดึงดูดความสนใจของผู้ชม	๑๐ ๑๐



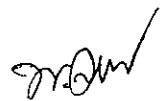
ลำดับที่	เกณฑ์การให้คะแนน	ค่าคะแนน
๔.	คณะทำงาน ● หลักฐานการปฏิบัติงานในอดีต และรูปแบบองค์กร ได้แก่ ประวัติการทำงานของคณะทำงานที่สำคัญ และผลงานที่ผ่านมา (Company Profile) ● คุณสมบัติและความพร้อมของบุคลากร ได้แก่ จำนวนบุคลากรที่ร่วมงาน ลักษณะการมอบหมายงานและความรับผิดชอบ คณะผู้เชี่ยวชาญ/ที่ปรึกษาด้านวิชาการ คุณวุฒิ และประสบการณ์ทีมงาน	๑๐ ๑๐

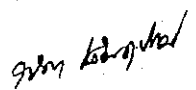
๑๑. ผู้รับผิดชอบ

นางสาวพินยดา แจ่มจันทร์ศรี ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

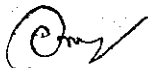
สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๓๒ ๑๒๙๖, ๐ ๒๒๓๒ ๑๓๔๑



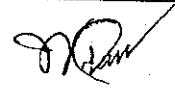


8



ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
ในการจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

๑. ชื่อโครงการ.....จ้างผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ “โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภารกิจกระทรวง
แรงงาน ปี ๒๕๖๐”
๒. หน่วยงานเจ้าของโครงการ.....สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน
๓. วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร.....๘,๐๖๐,๐๐๐.-.....บาท
๔. วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง).....
เป็นเงิน.....๘,๒๐๐,๘๓๖.-.....บาท ราคา/หน่วย (ถ้ามี).....บาท
- ๔.๑ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน ๑ งาน เป็นเงิน ๒,๒๔๙,๑๔๐ บาท
- ๔.๒ สื่อโทรทัศน์ จำนวน ๑ งาน เป็นเงิน ๓,๐๔๙,๕๐๐ บาท
- ๔.๓ สื่อออนไลน์ Facebook Management จำนวน ๑ งาน เป็นเงิน ๕๖๗,๑๐๐ บาท
- ๔.๔ สื่อ Viral clip หรือสื่อมัลติมีเดีย จำนวน ๑ งาน เป็นเงิน ๖๖๕,๑๘๓ บาท
- ๔.๕ สื่อสังคมออนไลน์ Social Monitoring และเผยแพร่ข่าวผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน ๑ งาน
เป็นเงิน ๘๑๓,๙๑๓ บาท
- ๔.๖ สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำนวน ๑ งาน เป็นเงิน ๘๕๖,๐๐๐ บาท
๕. แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
- ๕.๑ บริษัท ซีเค คอนเนคชั่น จำกัด
- ๕.๒ บริษัท วันบิต แมทเทอร์ จำกัด
- ๕.๓ บริษัท โมจิโต้ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
๖. รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง)
- ๖.๑ นางสาวพินยดา แจ่มจันทร์ศรี
ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน
- ๖.๒ นางสาววนิดา เงินรูปงาม
ผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
- ๖.๓ นางสาวอนงค์นุช มีศิริ
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ กรมการจัดหางาน
- ๖.๔ นางรภัสสา พานิกุล
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน



Pinida Jamsatit

