

# การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM)

เรื่อง การสร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน

ผู้ตำบล หมู่บ้าน

กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน

กรมการจัดหางาน

ปี 2561

# การจัดการความรู้

การสร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน  
สู่ตำบล หมู่บ้าน

ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงาน

กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน

## การจัดการความรู้

### การสร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน

#### 1. หลักการและเหตุผล

กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน มีภารกิจที่สำคัญในการพัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลตลาดแรงงาน และประสานการให้บริการข้อมูลตลาดแรงงานแก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน มีการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานอย่างครบถ้วน ถูกต้อง ทันสมัย และรวดเร็ว สามารถตัดสินใจประกอบอาชีพ หรือสมัครงานได้ตรงตามความต้องการ เพื่อส่งเสริมการมีงานทำและจะทำให้เกิดภาวะการมีงานทำ ซึ่งจำเป็นต้องมีข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานที่สามารถทำให้ผู้หางานทำตัดสินใจทำงาน และผู้ที่ต้องการจ้างงานสามารถสรรหาแรงงานได้ตรงตามความต้องการ ซึ่งการรับรู้ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสามารถรับรู้ได้หลายช่องทาง เช่น จากสื่อต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐที่จะสามารถถ่ายทอดความรู้ หรือแนะนำประชาชนและผู้สนใจทราบ

ดังนั้น เพื่อให้ประชาชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนได้รับรู้ถึงการให้บริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานของกรมการจัดหางานผ่านเว็บไซต์ กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน โดยศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงาน ได้จัดทำโครงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและเครือข่าย ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสถานศึกษาทั่วประเทศ ได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานของกรมการจัดหางาน สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนสามารถนำไปเผยแพร่แก่คนหางาน ประชาชน และผู้สนใจ เป็นการพัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลตลาดแรงงานให้มีคุณภาพมากขึ้น ทำให้ภารกิจส่งเสริมการมีงานทำบรรลุผลได้ตามวัตถุประสงค์

#### 2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานและขยายเครือข่ายการให้บริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน
- 2) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานในพื้นที่
- 3) เพื่อลดขั้นตอน ค่าใช้จ่าย ระยะเวลาที่ต้องใช้สำหรับการไปติดต่อราชการ
- 4) เพื่อให้ผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานมีข้อมูลประกอบการสมัครงานและได้รับข่าวสารตลาดแรงงานที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อและประกอบอาชีพในอนาคต

#### 3. ความรู้จากหลักวิชา ทฤษฎี

##### 3.1 การสร้างเครือข่าย (Networking)

**เครือข่าย (Network)** คือ การเชื่อมโยงของกลุ่มของคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจ ที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกันหรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่ายด้วยความเป็นอิสระเท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทร ซึ่งกันและกัน ประเด็นสำคัญของนิยามข้างต้น คือ

- 1) ความสัมพันธ์ต้องเป็นไปโดยสมัครใจ
- 2) กิจกรรมที่ต้องมีลักษณะเท่าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน
- 3) การเป็นสมาชิก ต้องไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอิสระหรือความเป็นตัวของตัวเองของคนหรือองค์กรนั้น ๆ

การเชื่อมโยงในลักษณะของเครือข่าย ไม่ได้หมายถึงการจัดการให้คนมานั่ง “รวมกัน” เพื่อพูดคุย สนทนากันเฉย ๆ โดยไม่ได้ “รวมกัน” ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดเปรียบเทียบเหมือนการเอาก้อนอิฐมากองรวมกันย่อมไม่เกิด ประโยชน์แต่อย่างใด การเชื่อมโยงเข้าหากันจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเอาอิฐแต่ละก้อนมาต่อกันเป็นกำแพง โดยการประสานอิฐแต่ละก้อนเข้ากันอย่างเป็นระบบ และไม่ใช่เป็นแค่การรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีความสนใจ ร่วมกันเพียงเพื่อพบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเท่านั้น แต่จะต้องพัฒนาไปสู่ระดับของการลงมือ ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันด้วย และไม่ใช่การรวบรวมรายชื่อบุคคลที่มีความสนใจ เหมือนกันไว้ในมือเพื่อสะดวกแก่การติดต่อ การมอบหมายให้สมาชิกแต่ละคนหาสมาชิกเพิ่มขึ้น ยิ่งได้รายชื่อ มากก็ยิ่งทำให้เครือข่ายใหญ่ขึ้น การกระทำเช่นนี้เปรียบเสมือนการขยายวงใส่อิฐให้โตขึ้นเพื่อจะได้บรรลุอิฐ ได้มากขึ้น แต่กองอิฐในวงก็ยิ่งวางระเกะระกะขาดการเชื่อมโยงประสานกันอย่างเป็นระบบ

ดังนั้น เครือข่ายต้องมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกดำเนินกิจกรรมบางอย่าง ร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมเฉพาะกิจตามความจำเป็น เมื่อภารกิจบรรลุ เป้าหมายแล้ว เครือข่ายก็อาจยุบสลายไป แต่ถ้ามีความจำเป็นหรือมีภารกิจใหม่อาจกลับมารวมตัวกันได้ใหม่ หรือจะเป็นเครือข่ายที่ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องระยะยาวก็ได้

การรวมตัวเป็นเครือข่ายในลักษณะการแลกเปลี่ยนต้องสกัดเอาส่วนดีหรือจุดแข็งของแต่ละฝ่าย มาเรียนรู้และสนับสนุนกันและกันเป็นการผนึกกำลัง (synergy) ในลักษณะที่มากกว่า  $1+1=2$  แต่ต้องเป็น  $1+1>2$  เรียกว่าเป็น “พลังทวีคูณ” ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานเป็นเครือข่ายต้องดีกว่าผลรวมที่เกิดจากการปล่อยให้ต่างคนต่างทำแล้วนำผลลัพธ์ของแต่ละคนมารวมกัน

### 3.2 องค์ประกอบของเครือข่าย

**เครือข่ายเทียม (Pseudo network)** หมายถึง เครือข่ายชนิดที่เราหลงผิดคิดว่าเป็นเครือข่าย แต่แท้จริง แล้วเป็นแค่การชุมนุมพบปะสังสรรค์ระหว่างสมาชิก โดยที่ต่างคนต่างก็ไม่ได้มีเป้าหมายร่วมกัน และไม่ได้ตั้งใจ ที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นการรวมกลุ่มแบบเฮโลสาระพาหรือรวมกันตามกระแสนิยมที่ไม่มีวัตถุประสงค์ ชัดเจน ดังนั้น การทำความเข้าใจกับองค์ประกอบของเครือข่ายจึงมีความสำคัญเพื่อช่วยให้สมาชิกสามารถ สร้างเครือข่ายแทนการสร้างเครือข่ายเทียม

**เครือข่าย (แท้) มีองค์ประกอบสำคัญอยู่อย่างน้อย 7 อย่างด้วยกัน คือ**

- 1) มีการรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน (common perception)
- 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision)
- 3) มีความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน (mutual interests/benefits)
- 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (stakeholders participation)
- 5) มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (complementary relationship)
- 6) มีการเกื้อหนุนพึ่งพากัน (interdependent)
- 7) มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน (interaction)

### 3.3 มีการรับรู้มุมมองที่เหมือนกัน (common perception)

สมาชิกในเครือข่าย ต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้เหมือนกันถึงเหตุผลในการเข้ามาร่วมกันเป็น เครือข่าย เช่น มีความเข้าใจในตัวปัญหาและมีจิตสำนึกในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ประสบกับปัญหาอย่าง เดียวกันหรือต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกของเครือข่ายเกิด ความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาหรือลดความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น

การรับรู้ร่วมกันถือเป็นหัวใจของเครือข่ายที่ทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง เพราะถ้าเริ่มต้นด้วยการรับรู้ที่ต่างกันมีมุมมองหรือแนวคิดที่ไม่เหมือนกันแล้ว จะประสานงานและขอความร่วมมือยาก เพราะแต่ละคนจะติดอยู่ในกรอบความคิดของตัวเองมองปัญหาหรือความต้องการไปคนละทิศละทาง แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าสมาชิกของเครือข่ายจะมีความเห็นที่ต่างกันไม่ได้ เพราะมุมมองที่แตกต่างช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์ในการทำงาน แต่ความแตกต่างนั้นต้องอยู่ในส่วนของกระบวนการ (process) ภายใต้การรับรู้ถึงปัญหาที่สมาชิกทุกคนยอมรับแล้ว มิฉะนั้นความเห็นที่ต่างกันจะนำไปสู่ความแตกแยกและแตกหักในที่สุด

### 3.4 การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision)

วิสัยทัศน์ร่วมกัน หมายถึง การที่สมาชิกมองเห็นจุดมุ่งหมายในอนาคตที่เป็นภาพเดียวกัน มีการรับรู้และเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและมีเป้าหมายที่จะเดินทางไปด้วยกัน การมีวิสัยทัศน์ร่วมกันจะทำให้กระบวนการขับเคลื่อนเกิดพลังมีความเป็นเอกภาพและช่วยผ่อนคลายความขัดแย้งอันเนื่องมาจากความเห็นที่ต่างกัน ในทางตรงกันข้ามถ้าวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของสมาชิกบางกลุ่มขัดแย้งกับวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของเครือข่ายพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มนั้นก็จะเริ่มแตกต่างจากแนวปฏิบัติที่สมาชิกเครือข่ายกระทำร่วมกัน ดังนั้น แม้ว่าจะต้องเสียเวลามากกับความพยายามในการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน แต่ก็จำเป็นจะต้องทำให้เกิดขึ้นหรือถ้าสมาชิกมีวิสัยทัศน์ส่วนตัวอยู่แล้ว ก็ต้องปรับให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของเครือข่ายให้มากที่สุดแม้จะไม่ซ้อนทับกันแนบสนิทจนเป็นภาพเดียวกัน แต่อย่างน้อยก็ควรสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

### 3.5 มีความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน (mutual interests/benefits)

คำว่าผลประโยชน์ในที่นี้ครอบคลุมทั้งผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินและผลประโยชน์ไม่ใช่ตัวเงินเป็นความต้องการ (need) ของมนุษย์ในเชิงปัจเจก อาทิ เช่น เกียรติยศ ชื่อเสียง การยอมรับ โอกาสในความก้าวหน้า ความสุข ความพึงพอใจ ฯลฯ

สมาชิกของเครือข่ายเป็นมนุษย์ปุถุชนธรรมดาที่ต่างก็มีความต้องการเป็นของตัวเอง (human needs) ถ้าการเข้าร่วมในเครือข่ายสามารถตอบสนองต่อความต้องการของเขาหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน ก็จะเป็นแรงจูงใจให้เข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายมากขึ้น

ดังนั้น ในการที่จะดึงใครสักคนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเครือข่าย จำเป็นต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่เขาจะได้รับจากการเข้าร่วม ถ้าจะให้ดีต้องพิจารณาล่วงหน้าก่อนที่เขาจะร้องขอ ลักษณะของผลประโยชน์ที่สมาชิกแต่ละคนจะได้รับอาจแตกต่างกัน แต่ควรต้องให้ทุกคนและต้องเพียงพอที่จะเป็นแรงจูงใจให้เขาเข้ามามีส่วนร่วมในทางปฏิบัติได้จริง ไม่ใช่เป็นเข้ามาเป็นเพียงไม้ประดับเนื่องจากมีตำแหน่งในเครือข่าย แต่ไม่ได้ร่วมปฏิบัติภารกิจ เมื่อใดก็ตามที่สมาชิกเห็นว่าเขาเสียประโยชน์มากกว่าได้ หรือเมื่อเขาได้ในเรื่องที่ต้องการเพียงพอแล้ว สมาชิกเหล่านั้นก็จะออกจากเครือข่ายไปในที่สุด

### 3.6 การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (stakeholders participation)

การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่าย เป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างเข้มแข็ง ดังนั้น สถานะของสมาชิกในเครือข่ายควรมีความเท่าเทียมกันทุกคนอยู่ในฐานะ “หุ้นส่วน (partner)” ของเครือข่าย เป็นความสัมพันธ์ในแนวราบ (horizontal relationship) คือ ความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อน มากกว่าความสัมพันธ์ในแนวตั้ง (vertical relationship) ในลักษณะเจ้านายลูกน้อง ซึ่งบางครั้งก็ทำได้ยากในทางปฏิบัติเพราะต้องเปลี่ยนกรอบความคิดของสมาชิกในเครือข่ายโดยการสร้างบริบทแวดล้อมอื่น ๆ เข้ามาประกอบแต่ถ้าทำได้จะสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายมาก

### 3.7 มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน ( complementary relationship)

องค์ประกอบที่จะทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง คือ การที่สมาชิกของเครือข่ายต่างก็สร้างความเข้มแข็งให้กันและกัน โดยนำจุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดอ่อนของอีกฝ่ายหนึ่ง แล้วทำให้ได้ผลลัพธ์เพิ่มขึ้นในลักษณะพลังทวีคูณ ( $1+1 > 2$ ) มากกว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อต่างคนต่างอยู่

### 3.8 การเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน ( interdependence )

เป็นองค์ประกอบที่ทำให้เครือข่ายดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน การที่สมาชิกเครือข่ายตกอยู่ในสภาวะจำกัดทั้งด้านทรัพยากร ความรู้ เงินทุน กำลังคน ฯลฯ ไม่สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยตนเองโดยปราศจากเครือข่ายจำเป็นต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย การทำให้หุ้นส่วนของเครือข่ายยึดโยงกันอย่างเหนียวแน่น จำเป็นต้องทำให้หุ้นส่วนแต่ละคนรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนคนใดคนหนึ่งออกไปจะทำให้เครือข่ายล้มลงได้ การดำรงอยู่ของหุ้นส่วนแต่ละคนจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำรงอยู่ของเครือข่าย การเกี่ยวพันซึ่งกันและกันในลักษณะนี้จะส่งผลให้สมาชิกมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันโดยอัตโนมัติ

### 3.9 มีปฏิสัมพันธ์ในเชิงแลกเปลี่ยน ( interaction )

หากสมาชิกในเครือข่ายไม่มีการปฏิสัมพันธ์กันแล้วก็ไม่ต่างอะไรกับก้อนหินแต่ละก้อนที่รวมกันอยู่ในถุง แต่ละก้อนก็อยู่ในถุงอย่างเป็นอิสระ ดังนั้นสมาชิกในเครือข่ายต้องทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น มีการติดต่อกันผ่านทาง การเขียน การพบปะพูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งกันและกันหรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนา ร่วมกัน โดยที่ผลของการปฏิสัมพันธ์นี้ต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามมาด้วย

ลักษณะของปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกควรเป็นการแลกเปลี่ยนกัน (reciprocal exchange) มากกว่าที่จะเป็นผู้ให้หรือเป็นผู้รับฝ่ายเดียว (unilateral exchange) ยิ่งสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กันมากเท่าใดก็จะเกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้นเท่านั้น ทำให้การเชื่อมโยงแน่นแฟ้นมากขึ้น มีการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย องค์ประกอบข้างต้นไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ในการนำไปช่วยจำแนกระหว่างเครือข่ายแท้ กับเครือข่ายเทียมเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่จะมีผลต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายด้วย

### 3.10 การก่อเกิดของเครือข่าย

เครือข่ายแต่ละเครือข่าย ต่างมีจุดเริ่มต้น หรือถูกสร้างมาด้วยวิธีการต่างๆ กัน แบ่งชนิดของเครือข่ายออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

#### 1) เครือข่ายที่เกิดโดยธรรมชาติ

เครือข่ายชนิดนี้มักเกิดจากการที่ผู้คนมีใจตรงกันทำงานคล้ายคลึงกันหรือประสบกับสภาพปัญหาเดียวกันมาก่อน เข้ามารวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ร่วมกันแสวงหาทางเลือกใหม่ที่ดีกว่า การดำรงอยู่ของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายเป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในตัวสมาชิกเอง (ฉันทะ) เครือข่ายเช่นนี้มักเกิดขึ้นในพื้นที่อาศัยความเป็นเครือญาติ เป็นคนในชุมชนหรือมาจากภูมิลำเนาเดียวกันที่มีวัฒนธรรมความเป็นอยู่คล้ายคลึงกันมาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มโดยจัดตั้งเป็นชมรมที่มีกิจกรรมร่วมกันก่อน เมื่อมีสมาชิกเพิ่มขึ้นจึงขยายพื้นที่ดำเนินการออกไป หรือมีการขยายเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของกลุ่มมากขึ้นในที่สุดก็พัฒนาขึ้นเป็นเครือข่ายเพื่อให้ครอบคลุมต่อความต้องการของสมาชิกได้กว้างขวางขึ้น

เครือข่ายประเภทนี้มักใช้เวลาก่อร่างสร้างตัวที่ยาวนานแต่เมื่อเกิดขึ้นแล้วมักจะเข้มแข็ง ยั่งยืน และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น

## 2) เครือข่ายจัดตั้ง

เครือข่ายจัดตั้งมักจะมี ความเกี่ยวข้องกันกับนโยบายหรือการดำเนินงานของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ การจัดตั้งอยู่ในกรอบความคิดเดิมที่ใช้กลไกของรัฐผลักดันให้เกิดงานที่เป็นรูปธรรมโดยเร็ว และส่วนมากภาคี หรือสมาชิกที่เข้าร่วมเครือข่ายมักจะไม่ได้อาศัยพื้นฐานความต้องการ ความคิด ความเข้าใจหรือมุมมองในการจัดตั้ง เครือข่ายที่ตรงกันมาก่อนที่จะเข้ามารวมตัวกัน เป็นการทำงานเฉพาะกิจชั่วคราวที่ไม่มีความต่อเนื่องและ มักจะจางหายไปเร็วที่สุด เว้นแต่ว่าเครือข่ายจะได้รับการชี้แนะที่ดีดำเนินงานเป็นขั้นตอนจนสามารถสร้างความ เข้าใจที่ถูกต้อง เกิดเป็นความผูกพันระหว่างสมาชิกจนนำไปสู่การพัฒนาเป็นเครือข่ายที่แท้จริง อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มสมาชิกจะยังคงรักษาสถานภาพของเครือข่ายไว้ได้ แต่มีแนวโน้มที่จะลดขนาดของเครือข่ายลง เมื่อเปรียบเทียบกับระยะก่อตั้ง

3) เครือข่ายวิวัฒนาการ เป็นการถือกำเนิดโดยไม่ได้เป็นไปตามธรรมชาติตั้งแต่แรก และไม่ได้เกิด จากการจัดตั้งโดยตรงแต่มีกระบวนการพัฒนาผสมผสานอยู่ โดยเริ่มที่กลุ่มบุคคล/องค์กรมารวมกันด้วย วัตถุประสงค์กว้าง ๆ ในการสนับสนุนกันและเรียนรู้ไปด้วยกัน โดยยังไม่ได้สร้างเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ เฉพาะที่ชัดเจนนัก หรืออีกลักษณะหนึ่งคือถูกจุดประกายความคิดจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการได้รับฟัง หรือ การไปได้เห็นการดำเนินงานของเครือข่ายอื่น ๆ มาแล้วเกิดความคิดที่จะรวมตัวกัน สร้างพันธสัญญาเป็น เครือข่ายช่วยเหลือและพัฒนาตนเอง เครือข่ายที่ว่านี้แม้จะไม่ได้เกิดจากแรงกระตุ้นภายในโดยตรงตั้งแต่แรก แต่ถ้าสมาชิกมีความตั้งใจจริงที่เกิดจากจิตสำนึกที่ดี เมื่อได้รับการกระตุ้นและสนับสนุน ก็จะสามารถพัฒนา ต่อไปจนกลายเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งทำนองเดียวกันกับเครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติเครือข่ายในลักษณะนี้ พบเห็นอยู่มากมาย เช่น เครือข่ายผู้สูงอายุ เครือข่ายโรงเรียนสร้างเสริมสุขภาพ เป็นต้น

### 3.11 ปรัชญาการสร้างเครือข่าย

การสร้างเครือข่ายต้องคำนึงถึงเสมอว่า “เครือข่าย” เป็นกระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ กับมนุษย์ การนำเครือข่ายต้องมี LINK หมายถึง “การเชื่อมโยง”

L-Learning การเรียนรู้

I-Investment การลงทุน

N-Nature การพุ่มพักบำรุง

G (K)-Give การรักษาสัมพันธ์ภาพ ซึ่งรวมกันเป็นคำว่า LINK หมายถึง การเชื่อมโยง

### 3.12 การสร้างเครือข่าย (Networking)

การสร้างเครือข่าย หมายถึงการทำให้มีการติดต่อสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและ การร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวก ให้สมาชิกใน เครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อนที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบฟุ้งฟิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่การสร้างระบบติดต่อด้วยการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่น การส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อแต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย

### 3.13 ความจำเป็นที่ต้องมีเครือข่าย

การพัฒนางานหรือการแก้ปัญหาใดๆที่ใช้วิธีดำเนินงานในรูปแบบที่สืบทอดกันเป็นวัฒนธรรมภายใน กลุ่มคน หน่วยงานหรือองค์กรเดียวกัน จะมีลักษณะไม่ต่างจากการปิดประเทศที่ไม่มีการติดต่อสื่อสารกับ ภายนอก การดำเนินงานภายใต้กรอบความคิดเดิมอาศัยข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ภายใน ใช้ทรัพยากรหรือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่พอจะหาได้ใกล้มือ หรือถ้าจะออกแบบใหม่ก็ต้องใช้เวลานานมากจะเป็นอุปสรรค ต่อการพัฒนางานอย่างยิ่งและไม่อาจแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้

การสร้าง “เครือข่าย” สามารถช่วยแก้ปัญหาข้างต้นได้ด้วยการเปิดโอกาสให้บุคคลและองค์กรได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารรวมทั้งบทเรียนและประสบการณ์กับบุคคลหรือองค์กรที่อยู่นอกหน่วยงานของตน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ให้ความร่วมมือและทำงานในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันเสมือนการเปิดประตูโลกภายนอก

### 3.14 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคม (Social Network)

ชนาภิตดี ราชพิบูลย์ ได้อธิบายว่า การสร้างเครือข่ายการทำงานเป็นวิธีการทำงานที่ได้รับความนิยมทั้งในภาคธุรกิจและในการทำงานเชิงพัฒนาสังคม ซึ่งในโลกธุรกิจนั้นแนวความคิดของระบบเครือข่ายได้เกิดขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๑๓ โดยเริ่มจากธุรกิจของการจัดหางานทำและการสรรหาบุคคลที่เหมาะสม แต่สำหรับในทางสังคมวิทยาเครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม (Social - Network) อย่างหนึ่ง ที่แตกต่างไปจากกลุ่มโดยที่กลุ่มจะมีขอบเขตที่ชัดเจนแน่นอนรู้ว่าใครเป็นสมาชิกและมีความเป็นรูปธรรมมองเห็นได้ แต่เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่ไม่มีขอบเขตการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายอาจจะมองเห็นเป็นรูปธรรมหรือมองไม่เห็นเป็นรูปธรรมก็ได้ ซึ่งเครือข่ายที่มองเห็นเป็นรูปธรรมมี ๓ ลักษณะ คือ เครือข่ายการแลกเปลี่ยนเครือข่ายการติดต่อสื่อสารและเครือข่ายความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันแต่เครือข่ายไม่มีโครงสร้างแน่นอนตายตัวอาจมีการกำหนดหน้าที่ให้สัมพันธ์กันแต่ในเครือข่ายไม่มีใครบังคับใครให้ทำอะไรได้แต่ละคนหรือกลุ่มองค์กรต่างเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายได้พอ ๆ กัน

บุญมาก ศิริเนาวกุล กล่าวว่า เครือข่ายสังคม (Social Network) หมายถึง โครงสร้างทางสังคมซึ่งสามารถที่จะสร้างเป็นเครือข่ายอย่างใดอย่างหนึ่งได้ โดยการใช้โหนด (Node) ซึ่งสัญลักษณ์เป็นวงกลม ซึ่งหมายถึงคนหรือกลุ่มคน หรือองค์กร และมีเส้นเชื่อมระหว่างกันที่เรียกว่า Ties เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันในลักษณะเฉพาะต่าง ๆ กันไป เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว ความเกลียด ความขัดแย้ง ความคิด คุณค่าทางสังคม วิสัยทัศน์ เราสามารถสร้างเครือข่ายสังคมมีบทบาทสำคัญในการร่วมแก้ไขปัญหา ช่วยให้องค์กรสามารถทำงานต่อไปได้และสามารถที่ค้นหาหนทางที่จะให้แต่ละคนหรือกลุ่มบุคคลสามารถไปสู่จุดหมายปลายทางได้ด้วยการติดต่อสัมพันธ์กัน คุยกัน เพื่อขยายความสัมพันธ์ตามจุดหมายที่เราอยากจะได้เท่าที่ทำได้

ที่มา : 1. งานส่งเสริมเครือข่าย, องค์ประกอบของเครือข่าย, การพัฒนาเครือข่ายความยั่งยืน, กองส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายสำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ <http://oppn.opp.go.th/research01.php>

2. ธนา ประมุขกุล. เครือข่าย. วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ปีที่ 24 ฉบับที่ 3 กค-กย 2544

3. ชนาภิตดี ราชพิบูลย์ , “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร, “วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ๒๕๕๓ น.๒๘-๒๙

## 4. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

### ขั้นตอนที่ 1 กำหนดพื้นที่ความรับผิดชอบ และแผนการปฏิบัติงาน

- 1) แบ่งแยกจำนวนกลุ่มเป้าหมายในแต่ละจังหวัด
- 2) แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ
- 3) วางแผนกำหนดช่วงระยะเวลาออกปฏิบัติงาน

(1) ให้เจ้าหน้าที่แต่ละสายวางแผนการปฏิบัติงานโดยเริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน - เดือนมิถุนายน ของทุกปี เนื่องจากต้องมีการติดตามแบบ 2 (แบบสอบถามการใช้ประโยชน์และระดับการใช้บริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน) และสรุปผลให้แล้วเสร็จภายในเดือนสิงหาคมตามแผนที่กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงานกำหนด



(2) เจ้าหน้าที่แต่ละสายกำหนดช่วงเดือนเพื่อวางแผนออกปฏิบัติงานและแจ้งให้ฝ่ายบริหารงานทั่วไปจัดทำแผนปฏิบัติงานเพื่อขออนุมัติเดินทาง

### ขั้นตอนที่ 2 ค้นหาและคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย

- 1) ค้นหารายชื่อกลุ่มเป้าหมายจากแหล่งข้อมูล เช่น
  - (1) website :<http://www.thaitambon.com>
  - (2) องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)
  - (3) รายชื่อจากแบบทะเบียนนักเรียนที่ศูนย์ฯ บันทึกและค้นหาชื่อเว็บไซต์ใน google
- 2) เลือกกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เคยดำเนินการ
- 3) ตรวจสอบกลุ่มเป้าหมายใหม่ว่ามี website สามารถใช้งานได้และมีพื้นที่หน้า website เพียงพอที่จะเชื่อมลิงค์แบนเนอร์ได้
- 4) คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายให้ครบตามจำนวนที่ได้รับมอบหมาย
- 5) กรณีที่ไม่มีกลุ่มเป้าหมายใหม่ ให้เลือกกลุ่มเป้าหมายที่เคยออกไปประชาสัมพันธ์แล้วแต่ยังไม่มี การเชื่อมลิงค์แบนเนอร์บนหน้า website ของหน่วยงาน

### ขั้นตอนที่ 3 ประสานงานกลุ่มเป้าหมาย/กำหนดวันปฏิบัติงาน

- 1) กำหนดช่วงวัน เดือน ปี ที่คาดว่าจะออกปฏิบัติงานจริง ทำหนังสือถึงกลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้ ขอรายชื่อผู้ประสานงานเพื่อชี้แจงรายละเอียดและกำหนดวันที่แน่นอนที่จะเข้าไปประชาสัมพันธ์
- 2) เมื่อได้รายชื่อผู้ประสานงานแล้วให้ติดต่อประสานงานเพื่ออธิบายโครงการเบื้องต้น และลักษณะ การประชาสัมพันธ์ เช่น หากเป็นหน่วยงานองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น (อบต.) อาจประชาสัมพันธ์ให้กับเจ้าหน้าที่ ของหน่วยงานเพื่อขยายผลถึงประชาชนหรือเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานและหากเป็นสถานศึกษาอาจเข้าพบ อาจารย์ฝ่ายแนะแนวเพื่อขยายผลถึงนักเรียนต่อไป ซึ่งบางสถานศึกษาอาจต้องการให้เจ้าหน้าที่บรรยายให้กับ นักเรียนในห้องประชุมโดยตรง หรือห้องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้งานจริง
- 3) กำหนดและนัดหมายวันที่แน่นอนในการออกประชาสัมพันธ์ซึ่งขึ้นอยู่กับความสะดวกของแต่ละ กลุ่มเป้าหมายด้วย

### ขั้นตอนที่ 4 ขออนุมัติเดินทาง

ส่งรายชื่อกลุ่มเป้าหมาย พร้อมระบุช่วงวันที่จะออกปฏิบัติงานให้ฝ่ายบริหารงานทั่วไปเพื่อจัดทำ หนังสือขออนุมัติเดินทางและขุมยอดเงินตามงบประมาณที่ได้รับ

### ขั้นตอนที่ 5 จัดเตรียมเอกสาร/สิ่งของ

จัดเตรียมเอกสาร/สิ่งของ ที่จะออกดำเนินการให้กับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- 1) กระเป๋า
- 2) คู่มือแนะนำการให้บริการของกรมการจัดหางาน
- 3) โปสเตอร์ “โครงการขยายเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน สู่ตำบล หมู่บ้าน
- 4) แผ่นพับแนะนำกรมการจัดหางาน/ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงาน
- 5) แผ่น CD คู่มือโครงการขยายเครือข่ายฯ และขั้นตอนการเชื่อมลิงค์แบนเนอร์ “ข่าวสารตลาดแรงงาน”
- 6) แบบประเมินโครงการขยายเครือข่ายฯ แบบ 1 และ แบบ 2 จำนวน แบบละ 1 แผ่น

## ขั้นตอนที่ 6 เตรียมความพร้อมเจ้าหน้าที่/ หนังสือนำก่อนออกปฏิบัติงาน

1) เจ้าหน้าที่ที่ควรทำความเข้าใจโครงการขยายเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน ให้ละเอียด ศึกษาคู่มือการให้บริการผ่านเว็บไซต์ของกรมการจัดหางาน การเชื่อมลิงค์แบรเนออร์ “ข่าวสารตลาดแรงงาน” ก่อนออกไปประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย

โดยสิ่งที่เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องมี คือ ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของกรมการจัดหางาน ภารกิจของกองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน และภารกิจของศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงาน การใช้บริการต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ของกรมการจัดหางาน และสามารถให้คำแนะนำกับกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งเว็บไซต์กรมการจัดหางานมีบริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

(1) **สมัครงาน/แจ้งตำแหน่งงานว่าง**ขึ้นกับกองพัฒนาระบบบริการจัดหางาน เป็นบริการให้แก่ผู้หางานทำ/นายจ้าง/สถานประกอบการ สามารถสมัครงาน และแจ้งตำแหน่งงานว่างผ่านเว็บไซต์ได้อย่างง่ายดายตาม <http://smartjob.doe.go.th>

(2) **ข้อมูลอาชีพ และการแนะนำอาชีพ**ขึ้นกับกองส่งเสริมการมีงานทำ เป็นบริการด้านข้อมูลการแนะนำอาชีพและการประกอบอาชีพอิสระรวมถึงการรับงานไปทำที่บ้านการทดสอบความพร้อมทางอาชีพและเป็นศูนย์ข้อมูลอาชีพ <http://www.doe.go.th/vgnew>

(3) **ให้คำแนะนำการไปทำงานต่างประเทศ**ขึ้นกับกองบริหารแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศเป็นบริการข้อมูลการไปทำงานต่างประเทศอย่างถูกต้องตามกฎหมายของกรมการจัดหางานทั้ง 5 วิธี ข้อควรรู้/ปฏิบัติก่อนเดินทางไปทำงานต่างประเทศ การรับสมัครงานไปทำงานต่างประเทศ ข้อมูลสินเชื่อ เป็นต้น <http://www.doe.go.th/overseas>

(4) **การขออนุญาตการทำงานของคนต่างด้าว**ขึ้นกับสำนักบริหารแรงงานต่างด้าว เป็นบริการพิจารณาอนุญาตการทำงานของคนต่างด้าว ชาวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ กฎระเบียบ/กฎหมาย เกี่ยวกับการทำงานของคนต่างด้าว เป็นต้น <http://www.doe.go.th/alien>

(5) **การตรวจและคุ้มครองคนหางาน**ขึ้นกับกองทะเบียนจัดหางานกลางและคุ้มครองคนหางาน เป็นบริการรับเรื่องราวร้องทุกข์ของคนหางานที่ทำงานในประเทศและต่างประเทศ บริการงานทะเบียนและตรวจสอบบริษัทจัดหางานในประเทศและต่างประเทศ ตรวจสอบข้อมูลคนต่างด้าวและสถานประกอบการที่รับคนต่างด้าว ตรวจสอบ สังเกต และระงับการเดินทางของผู้ที่มีพฤติกรรมลักลอบเดินทางไปทำงานต่างประเทศ <http://www.doe.go.th/ipd>

(6) **บริการข้อมูลตลาดแรงงาน**ขึ้นกับกองบริหารข้อมูลตลาดแรงงานเป็นบริการข้อมูลพื้นฐานรายจังหวัด ข่าวสารตลาดแรงงาน สถานการณ์ตลาดแรงงาน และข้อมูลงานวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับตลาดแรงงาน <http://doe.go.th/lmia>

2) ความรู้ด้านการติดต่อสื่อสาร เช่น การแนะนำตัว การวางตัว การเรียงลำดับข้อมูลที่จะนำเสนอ เป็นต้น

3) ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ เช่น การเปิด website เพื่อใช้งาน การเชื่อมต่อข้อมูล เป็นต้น

4) ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานเพื่อนัดวัน เวลา ตามกำหนดที่จะออกประชาสัมพันธ์ตามโครงการฯ อีกครั้ง

5) ทำหนังสือพร้อมระบุสิ่งที่ส่งมาด้วยถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดำเนินงานตามโครงการฯ ที่ได้ประสานงานกันไว้

## ขั้นตอนที่ 7 ออกดำเนินการตามโครงการขยายเครือข่ายฯ

1) เดินทางลงพื้นที่ในจังหวัดต่าง ๆ ตามกลุ่มเป้าหมายที่ประสานงานไว้ พร้อมหนังสือแจ้งการดำเนินการและเอกสารคู่มือ/สิ่งของ ที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์

2) พบเจ้าหน้าที่ที่ประสานงานกันไว้ มีหลักการและขั้นตอน ดังนี้

(1) แนะนำตัว และภารกิจของกรมการจัดหางาน ตลอดจนแนะนำการใช้บริการผ่านเว็บไซต์ของกรมการจัดหางาน ซึ่งเจ้าหน้าที่ได้เตรียมความพร้อมในขั้นตอนที่ 6 มาแล้ว

(2) แนะนำโครงการขยายเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน พร้อมวัตถุประสงค์ และประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับ

(3) แนะนำการเชื่อมลิงค์แบรนเนอ์ “ข่าวสารตลาดแรงงาน”

(4) ตอบข้อซักถามหากกลุ่มเป้าหมายมีข้อสงสัย

(5) สอบถามความคิดเห็นตามแบบประเมินโครงการ แบบ 1 ก่อนการเข้าใช้บริการผ่านเว็บไซต์ของกรมการจัดหางานและแจกแบบ 2 เพื่อติดตามการเข้าใช้บริการข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานของกลุ่มเป้าหมายและผู้มาใช้บริการ เช่น ประชาชน นักเรียน ซึ่งหน่วยงานกลุ่มเป้าหมายสามารถส่งกลับมาทางธุรกิจตอบรับโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ

## 5. ขั้นตอนหลังการดำเนินการ

1) ติดตามการเชื่อมโยงเว็บไซต์ (ถ้ามี) และแบบสอบถามหลังการดำเนินโครงการจากเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบของแต่ละหน่วยและส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้เครือข่ายอย่างสม่ำเสมอและขอความร่วมมือเครือข่ายเผยแพร่ข่าวสารให้กับประชาชนในพื้นที่ทราบ

2) รวบรวมแบบสอบถามทั้งก่อนและหลังการดำเนินโครงการเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการ โดยโปรแกรม spss พร้อมวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลในแต่ละประเด็นสอบถาม

3) สรุปผลการดำเนินโครงการรายงานผลให้กองบริการข้อมูลตลาดแรงงานทราบเพื่อจักได้จัดทำรายงานในภาพรวมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป

## 6. ประโยชน์ที่ได้รับจากการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานเครือข่าย

1) ทำให้ผู้ปกครอง ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์

2) มีข้อมูลข่าวสารด้านแรงงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนในท้องถิ่น

3) ค้นหาตำแหน่งงานว่างและสมัครงานได้สะดวก รวดเร็ว โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ

4) เปิดช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล

5) นักเรียน นักศึกษา สามารถค้นหาข้อมูลเพื่อจัดทำงานวิเคราะห์ วิจัย และรายงานต่างๆ

6) มีความน่าเชื่อถือและป้องกันปัญหาการหลอกลวงคนหางานและการค้ำมนุษย์

7) สามารถจัดเตรียมเอกสารในการไปติดต่อราชการโดยไม่ต้องเสียเวลาไปติดต่อบ่อยครั้ง

8) เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลในการประกอบอาชีพอิสระและทดสอบความถนัดทางอาชีพ

## 7. ข้อเสนอแนะทางการปรับปรุงองค์ความรู้ในการขยายเครือข่ายข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานสู่ตำบล หมู่บ้าน

### 1) ด้านการพัฒนาการขยายเครือข่าย

(1) ประสานความร่วมมือกับสำนักงานแรงงานในแต่ละจังหวัดเพื่อนำอาสาสมัครแรงงานมาร่วมเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

(2) จัดการอบรมมอบหมายภารกิจให้กับอาสาสมัครแรงงานและหน่วยงานเครือข่ายเพื่อให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ภารกิจกรมการจัดหางานและกระทรวงแรงงาน

(3) จัดทำบันทึกข้อตกลง (MOU) ระหว่างกรมการจัดหางานและกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กรมการปกครอง กระทรวงศึกษาธิการ เพื่อให้เครือข่ายผู้นำชุมชนและผู้นำท้องถิ่นและสถานศึกษา ร่วมเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน

## 2) ด้านการพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงาน

(1) เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานผ่าน Facebook, Line, QR code ฯลฯ อย่างเป็นระบบและเป็นที่ยอมรับของหน่วยงาน สามารถนำผลผลิตและกำหนดตัวชี้วัดได้อย่างชัดเจนตรวจสอบได้ เป็นที่ยอมรับของผู้บริหารองค์กร

(2) ปรับปรุงเว็บไซต์กรมการจัดหางานให้มีความทันสมัยสามารถที่จะเข้าไปค้นหาข้อมูลข่าวสารได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว โดยไม่ยุ่งยากซับซ้อน

## 3) ด้านการพัฒนาบุคลากร

(1) จัดส่งเจ้าหน้าที่ไปเป็นวิทยากรอบรมหรือประชุมชี้แจงภารกิจของกรมการจัดหางานกับหน่วยงานเครือข่ายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน และสถานศึกษา

(2) เพิ่มศักยภาพเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติโดยการจัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้ให้กับเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอในด้านการเป็นวิทยากรด้านการวิเคราะห์ วิจัย เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตลาดแรงงานโดยไม่ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานในสังกัด

---

