



SMART JOB

Magazine

วารสารข่าวสารตลาดแรงงาน
ปีที่ 32 ฉบับที่ 3 ประจำเดือนมีนาคม 2568



บรรณาธิการ

วารสารข่าวสารตลาดแรงงาน Smart Job Magazine ประจำเดือนมีนาคม 2568 Special Report ฉบับนี้ ขอเสนอ เรื่องดร.วรวัฒน์ ชื่นปิ่นเกลียว จากลูกชาวสวนผู้ผลิตและส่งออก “มะพร้าวแปรรูป” การส่งเสริมการมีงานทำในภูมิภาค เทคนิคปลูกหญ้าสนามขายให้ทรงสวย ตรงสเปกตลาด สร้างอาชีพที่ยั่งยืน English for career สมรสเท่าเทียม ภาษาอังกฤษ ต้องใช้คำว่าอะไร? รู้ทันโลก รับหมด จบทุกงานเขียนที่ “Jasper AI” เครื่องมือล้ำๆ ในการสร้างคอนเทนต์ ที่ตอบโจทย์ทุกอุตสาหกรรม Smart DOE “พิพัฒน์” ผนึก ภาครัฐ-เอกชน ลงนาม MOU หนุนจ้างงานคนพิการ เพิ่มโอกาส สร้างอาชีพ มั่นคง อาชีพมั่นคง ทำในสิ่งที่ชอบ ศึกษา เรียนรู้ พัฒนา ต่อยอด หนุนปัดตานี ปลูกผักสลัดและแปรรูปเพิ่มมูลค่าสร้างรายได้ และ ตลาดแรงงาน ในยุคดิจิทัล เผยข้อมูลตลาดภูมิภาค เจาะลึกภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เบิกทางโอกาสใหม่ให้ธุรกิจด้วย TikTok

หวังเป็นอย่างยิ่งวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ตามสมควร สามารถดูรายละเอียดและติดตามวารสาร ข่าวสารตลาดแรงงาน Smart Job Magazine ได้ทาง <https://dog.go.th/lmia>

สารบัญ

CONTENTS

03

Special Report

ดร.วรวัฒน์ ชื่นปิ่นเกลียว จากลูกชาวสวนผู้ผลิตและส่งออก “มะพร้าวแปรรูป”

04

การส่งเสริมการมีงานทำในภูมิภาค

เทคนิคปลูกหญ้าสนามขายให้ทรงสวย ตรงสเปกตลาด สร้างอาชีพที่ยั่งยืน

06

English for career

สมรสเท่าเทียม ภาษาอังกฤษ ต้องใช้คำว่าอะไร?

07

รู้ทันโลก

รับหมด จบทุกงานเขียนที่ “Jasper AI” เครื่องมือล้ำๆ ในการสร้างคอนเทนต์ ที่ตอบโจทย์ทุกอุตสาหกรรม

09

Smart DOE

- “พิพัฒน์” ผนึกภาครัฐ-เอกชน ลงนาม MOU หนุนจ้างงานคนพิการ เพิ่มโอกาส สร้างอาชีพ มั่นคง
- แรงงาน - กลาโหม - หอการค้า เช่น MOU หนุนทหารมีงานทำหลังปลดประจำการ รองรับกว่า 3 หมื่นอัตรา ป้อนตลาดแรงงานคุณภาพ สร้างเศรษฐกิจไทย
- กรมการจัดหางาน เตือน!! อย่าหลงเชื่อ สาย-นายหน้าเถื่อนอ้างพาไปทำงานแคนาดา หวังถูกหลอก เสียเงินฟรี

12

อาชีพมั่นคง

ทำในสิ่งที่ชอบ ศึกษา เรียนรู้ พัฒนา ต่อยอด หนุนปัดตานี ปลูกผักสลัดและแปรรูปเพิ่มมูลค่าสร้างรายได้

13

ตลาดแรงงานในยุคดิจิทัล

เผยข้อมูลตลาดภูมิภาค เจาะลึกภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เบิกทางโอกาสใหม่ให้ธุรกิจด้วย TikTok

Special Report

ดร.วรวัฒน์ ชื่นปิ่นเกลียว จากลูกชาวสวนสู่ผู้ผลิตและส่งออก “มะพร้าวแปรรูป”



ดร.วรวัฒน์ ชื่นปิ่นเกลียว ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการบริษัท ไทย โคโคไนท์ จำกัด (มหาชน) หรือ COCOCO หนึ่งในยักษ์ใหญ่ผู้ส่งออกมะพร้าวแปรรูปไทยระดับโลกกล่าวถึงโอกาสสร้างการเติบโตทางธุรกิจ ซึ่งเริ่มต้นจากความตั้งใจกระตือรือร้นของครอบครัวเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปคุณภาพมาตรฐานส่งออกระดับโลก ด้วยความรู้และความเชี่ยวชาญที่สั่งสมตั้งแต่ระดับปริญญาตรีจากคณะวิทยาศาสตร์ สาขาชีววิทยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปริญญาโท Master of Business Administration (MBA) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และปริญญาเอก Doctor of Philosophy American University of Hawaii รวมทั้งประสบการณ์การทำงานด้านการควบคุมคุณภาพ การผลิต การขาย การค้นคว้าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในธุรกิจอาหาร เช่น ไอศกรีม น้ำพริก กะทิ

“ครอบครัวผมมีสวนมะพร้าวที่พี่สะแก ประจวบคีรีขันธ์ และคุณพ่อทำไร่อยู่อยุธยาบุรี ผมเข้ามาเรียนในกรุงเทพฯ คณะวิทยาศาสตร์คล้ายๆ Food Science สมัยนี้ และเป็นพนักงานในบริษัทไอศกรีม โรงงานน้ำพริก และโรงงานผลิตกะทิ รวมประมาณ 7-8 ปีจึงเปิดบริษัทเองช่วงอายุประมาณ 30 ปีกว่าๆ เพราะมีความฝันเป็นเจ้าของโรงงาน และจากการเติบโตในครอบครัวเกษตรกร ทำให้เห็นความเหน็ดเหนื่อยและปัญหาต่างๆ ซึ่งควบคุมไม่ได้ทั้งราคาผลผลิตหรือบางครั้งต้องอาศัยฟ้าฝนด้วย โดยขณะนั้นที่บ้านไม่ค่อยมีเงินเราจึงเริ่มจากโรงงานมะพร้าวขนาดเล็กที่มีพนักงานหลังบ้านประมาณ 20 กว่าคน จมื่นทุนสามารถกู้เงินธนาคารและสร้างการเติบโตเรื่อยๆ ซึ่งเท่ากับว่าเราอยู่ในแวดวงมะพร้าวมาตลอด เราใช้ความรู้และประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มาทำงานตรงนี้”

หลังจากก่อตั้ง บริษัท ซี แอนด์ เอ อินเตอร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ดำเนินธุรกิจซื้อขายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและน้ำกะทิ เพื่อส่งออกไปต่างประเทศมีวันที่ 7 ตุลาคมปี 2551 ได้เล็งเห็นแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจการผลิตและจำหน่ายน้ำกะทิและสินค้าแปรรูปจากมะพร้าว ทำให้เริ่มต้นปรับเปลี่ยนธุรกิจเป็นการผลิตสินค้าครบวงจรจากโรงงานในจังหวัดราชบุรีซึ่งใกล้แหล่งวัตถุดิบมะพร้าว และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไทยโคโคไนท์ จำกัด ในปี 2552

ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมามีสามารถขยายอาณาจักรธุรกิจการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่แปรรูปจากมะพร้าวและผลไม้ได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น กะทิบรรจุกระป๋อง กะทิบรรจุกล่องยูเอชที (UHT) กะทิพาสเจอร์ไรซ์ น้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋อง น้ำมะพร้าวกล่องยูเอชที (UHT) น้ำมะพร้าวพาสเจอร์ไรซ์ ขนมะพร้าว และอาหารสำเร็จรูป ภายใต้แบรนด์ Thaicooco, Cocoburi และ Concept P รวมถึงการผลิตสินค้าเพื่อการอุตสาหกรรม และการรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (OEM) จำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศกว่า 90 ประเทศทั่วโลก เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย โอเชียเนีย เอเชีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา เป็นต้น

ขณะเดียวกันบริษัทยังมุ่งมั่นในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภค โดยบริษัทมีทีมงานวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ที่สำนักงานใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี รวมถึงทีมงานวิจัยและพัฒนาสินค้าที่โรงงานในจังหวัดราชบุรี พร้อมทั้งทีมงานพัฒนาธุรกิจร่วมกันทำงานในการคิดค้น พัฒนา และผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวและผลไม้ให้สอดคล้องกับการสำรวจสินค้าที่ได้รับความนิยมในการบริโภคในต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่จำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งให้ความสำคัญในการดูแลผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและรักษาความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทสามารถเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

“คือที่ทำให้บริษัทเติบโตอย่างรวดเร็ว ถ้ามองเรื่องความยั่งยืนของธุรกิจเราให้ความสำคัญกับการพัฒนาและดูแลคนทั้งพนักงาน ซัพพลายเออร์ คู่ค้า และลูกค้า ด้วยความเอื้อเฟื้อต่อกัน การให้บริการดีและเห็นใจกัน อย่างที่สองซัพพลายเชนเราก่อนข้างแข็งแรง วัตถุดิบต่างๆ ที่เราพัฒนามายาวนานเช่นเดียวกับเรื่องระบบการผลิตมาตรฐานโลกและนวัตกรรมของเรายังได้รับรางวัลระดับโลกที่เป็นเครื่องยืนยันความสามารถของเรามาได้ตลอด ซึ่งปัจจุบันเรากำลังมองเรื่องสิ่งแวดล้อม เช่น แผนการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้ biomass หรือไม้ใช้ถ่านหินที่ทำลายสิ่งแวดล้อม และเราทำเรื่องคาร์บอนเครดิต credit zero โดยร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกเพื่อเป็นต้นแบบบริษัทชั้นนำของประเทศในเรื่องนี้ เพราะเราต้องการการเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งตัวเลขรายได้ และดูแลสังคมสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน”

วรวัฒน์ย้ำความมั่นใจในการเติบโตของธุรกิจใหม่ที่มีแนวโน้มเพิ่มสัดส่วนรายได้ในอนาคตจากรายได้รวม 3.38 พันล้านบาทในปี 2565 พร้อมวางเป้าหมายสร้างชื่อให้คนไทยรู้จักในฐานะบริษัทผลิตอาหารชั้นนำของประเทศที่สามารถช่วยพัฒนาและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตทั้งคู่ค้า ผู้ปลูกมะพร้าว พนักงาน และชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

“ถ้าถามคู่ค้า ซัพพลายเออร์ หรือผู้ซื้อทั่วโลกจะรู้จักเรา เพราะธุรกิจของเราส่งออกเป็นอันดับต้นๆ ของโลก แต่คนไทยอาจจะไม่ค่อยเห็น ดังนั้น เราต้องการสร้างชื่อให้คนไทยรู้จักว่าเราเป็นบริษัทผลิตอาหารชั้นนำของประเทศที่มีมาตรฐาน และช่วยเหลือเกษตรกรในการนำเงินต่างประเทศเข้ามาจำนวนมาก 100% เข้ามาในเมืองไทยเพราะเจ้าของเป็นคนไทย 100% เราต้องการช่วยเหลือส่งเสริมเกษตรกรและประเทศไทยให้เติบโตไปพร้อมกัน ซึ่งหลักการบริหารพนักงานเกือบ 1,500 คนของเรายังเน้นเรื่องการดูแลเอาใจใส่ ความยั่งยืน และอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข ถ้าไม่ยั่งยืนและไม่มีความสุขหรืออะไรที่เสี่ยงมากเราก็ไม่ทำ และเราเชื่อว่าการทำงานธุรกิจแบบไม่โลภ เป็นคนดี ซื่อสัตย์ และดูแลคนให้ดี เราสามารถผ่านได้ทุกปัญหาและวิกฤต”

รวบรวมโดย : ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคตะวันตก
ที่มา : <https://www.forbesthailand.com>

การส่งเสริมการทำในภูมิภาค

เทคนิคปลูกหญ้าสนามขายให้ทรงสวย ตรงสเปกตลาด สร้างอาชีพที่ยั่งยืน



เทคนิคปลูกหญ้าสนามขาย ให้ทรงสวย ตรงสเปกตลาด สร้างอาชีพที่ยั่งยืน

หญ้าอาจเป็นเพียงพืชคลุมดินที่หลาย ๆ คนมองข้าม แต่สำหรับผู้ทำงานอยู่ในวงการภูมิทัศน์และการจัดสวน หญ้าคือองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเติมเต็มความสวยงาม พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศเมื่อมองไปที่สนามทำให้สบายตา และมอบความรู้สึกสดชื่นให้กับพื้นที่ต่างๆ ตั้งแต่สนามหญ้าหน้าบ้าน สนามกอล์ฟ ไปจนถึงสวนสาธารณะ

คุณดารุต พูลเตา เกษตรกรปลูกหญ้าจากจังหวัดปทุมธานี ซึ่งหญ้าไม่ได้เป็นเพียงพืชประดับสนามเท่านั้น แต่ยังเป็นโอกาสในการสร้างชีวิตใหม่ ถ้าหากย้อนกลับไปในอดีตคุณดารุตเคยรับจ้างปลูกหญ้าและจัดสวนในเขตมินบุรี ซึ่งงานหนักและความยากลำบากไม่เคยทำให้เขาย่อท้อ ตรงกันข้ามกลับกลายเป็นแรงผลักดันให้เขาเริ่มมองเห็นโอกาส จากชีวิตที่เคยเริ่มต้นจากศูนย์ **การต่อสู้เพื่อปูทางสู่ตลาดหญ้าที่มั่นคง**

คุณดารุต เล่าว่า กว่าจะมีแปลงหญ้าเป็นอาชีพที่มั่นคงได้จนถึงทุกวันนี้ สมัยก่อนรับจ้างปลูกหญ้าและขายหญ้าของผู้อื่นได้ค่าจ้างเพียงวันละ 50 บาท แม้จะรู้สึกอึดอัดและต้องหลบซ่อนข้างกองหญ้า แต่ก็ยังคงทำเพราะไม่มีทางเลือก ซึ่งคุณดารุตมองว่าการทำเช่นนี้เป็นการสะสมประสบการณ์เพื่อพัฒนาอาชีพของตนเอง



ในช่วงแรกของการเริ่มต้นอาชีพ คุณดารุตต้องเผชิญกับความท้าทายไม่น้อย เนื่องจากต้องอาศัยแรงงานจากครอบครัวเพียงไม่กี่คน และในช่วงนั้นยังไม่มียุทธวิธีมากพอที่จะซื้อที่ดินสำหรับทำแปลงปลูกหญ้า ช่วงแรกจึงเริ่มจากการเช่าที่และทำการปลูกบนพื้นที่เล็กๆ เพียง 5 ไร่เท่านั้น

“พอทำสำเร็จเข้า และมีลูกค้าเพิ่มขึ้น ผมก็จะเริ่มขยายพื้นที่ปลูกครับ จาก 5 ไร่ ขยายเป็น 10 ไร่ และ 20 ไร่ตามลำดับ มันใช้เงินทุนเยอะมากกว่าจะได้ทุนคืนเป็นปี ไม่ใช่เราลงไปแล้วได้เลย กว่าที่จะคืนทุนต้องใช้เวลาการบริหารจัดการอย่างรอบคอบและอดทนสำคัญครับ”

นวนล้อย ญีปุ่น มาเลเซีย หญ้า 3 สายพันธุ์ ที่ตลาดต้องการ

สำหรับการผลิตหญ้าให้ตรงตามความต้องการของตลาดนั้น ถือว่ามีความสำคัญมาก เพื่อให้สามารถขายได้ตลอดทั้งปี ลักษณะของหญ้า 3 สายพันธุ์ที่ตลาดต้องการ อย่างเช่น

หญ้านวนล้อย เป็นสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยม เนื่องจากมีความทนทาน ต่อสภาพอากาศ ใบหญ้าละเอียดและมีสีเขียวสดตลอดปี ทนต่อสภาพอากาศร้อนและปลูกได้กับทุกสภาพดิน

หญ้าญี่ปุ่น มีลักษณะใบเรียวยาวและแน่น ทำให้เกิดผิวสัมผัสที่ละเอียดสวยงาม เหมาะกับสวนที่ต้องการความเรียบร้อยและสวยงาม แต่ต้องการการดูแลที่มากกว่าสายพันธุ์อื่น เนื่องจากหญ้าญี่ปุ่นต้องการแสงแดดและน้ำในปริมาณที่เหมาะสม

หญ้ามมาเลเซีย มีความโดดเด่นในเรื่องของการเจริญเติบโตที่รวดเร็วดี สามารถปลูกได้ต้นไม้อายุหรือบริเวณที่มีแสงแดดรำไรได้ หญ้าชนิดนี้ให้ผิวสัมผัสที่นุ่มและต้องการการดูแลรักษาน้อยกว่าสายพันธุ์อื่น จึงเป็นที่นิยมปลูกในสถานที่ต่างๆ

หญ้าทั้ง 3 สายพันธุ์นี้ ความต้องการของตลาดมีความเติบโต เพราะสามารถนำไปใช้ประโยชน์กันได้อย่างแพร่หลายในงานภูมิทัศน์และโครงการขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นสนามฟุตบอล หมู่บ้านจัดสรร หรือโครงการของรัฐ นอกจากนี้ ยังมีการส่งออกไปยังต่างประเทศด้วยเช่นกัน

“หญ้า 3 สายพันธุ์นี้ ในแต่ละปีราคาขายในตลาดหญ้ามามีความผันผวนสูง ราคาหญ้ามามีขึ้นมีลงขึ้นอยู่กับฤดูกาล อย่างช่วงปีใหม่ราคาจะสูงขึ้นไปหน่อย แต่ถ้าเป็นช่วงสงกรานต์ราคาก็จะตกลงมาครับ การปลูกจะได้ราคาสูงหรือต่ำก็วัดกันไปเป็นช่วงๆ

หญ้าหลังปลูก ดูแล 30-35 วัน ทรงสวยตรงสเปกตลาด

การปลูกหญ้าให้ได้คุณภาพดีมีความสวยตรงสเปกตลาด ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง เริ่มจากการเลือกพื้นที่เพาะปลูกที่เหมาะสม โดยเฉพาะดินควรเป็นดินเหนียว ที่ไม่ใช่ดินทรายหรือดินลูกรังที่ไม่สามารถปลูกหญ้าได้ และที่สำคัญต้องมีแหล่งน้ำที่ดีเพียงพอ ส่วนพื้นที่ที่มีน้ำเค็มหรือน้ำกร่อยที่ไม่สามารถใช้ได้เพราะจะทำให้หญ้าโตไม่ได้



การดำหญ้า/การปลูกหญ้า

“การปลูกหญ้าหลังจากเตรียมพื้นที่เรียบร้อยแล้ว การปลูกในพื้นที่ 1 ไร่ จะใช้หญ้าพันธุ์ในการปลูกประมาณ 500-600 ตารางเมตร หลังดูแลจนครบอายุ หญ้าที่ปลูกจะสามารถขยายพันธุ์ออกไปได้ถึง 1,600 ตารางเมตร หลังปลูกครบอายุแล้ว จะได้หญ้าที่มีความหนาแน่นเพียงพอ”

การปลูกหญ้าจะปลูกช่วงเช้า หลังจากนั้นจะฉีดยาให้กับหญ้าที่ปลูกทันที ซึ่งยาจะช่วยให้หญ้าเติบโตได้ดี พร้อมกับใช้ลูกกลิ้งกดให้หญ้าติดแน่นกับดินและรดน้ำอย่างสม่ำเสมอ วันละ 3 ครั้ง ครั้งละไม่เกิน 10 นาที

สำหรับการใส่ปุ๋ยหลังปลูกหญ้าถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญทำให้หญ้าทรงสวย โดยจะใส่ปุ๋ย 2 ครั้ง เป็นสูตร 28-12-6 ผสมกับสูตร 46-0-0 ซึ่งการใส่ปุ๋ยแต่ละสูตรในปริมาณที่แตกต่างกัน จะขึ้นอยู่กับพันธุ์หญ้าแต่ละพันธุ์

“นอกจากการใส่ปุ๋ยและรดน้ำแล้ว ในเรื่องของการตัดก่อนที่จะจะชะส่งขายก็มีความสำคัญ โดยจะตัดประมาณ 3 ครั้ง ทุก 10 วัน เพื่อให้เวลาที่จะชะส่งขาย หญ้าแต่ละผืนก็จะมีคุณภาพสม่ำเสมอ”



จากศูนย์...สู่รายได้มั่นคง ส่งหญ้าขายให้ลูกค้าทั่วประเทศ

ในเรื่องของการทำตลาดเพื่อจำหน่ายหญ้า สมัยที่เริ่มลงทุนมาปลูกเองและมีผลผลิตพร้อมแล้ว จะนำหญ้าออกมาวางจำหน่ายข้างทางเพื่อหาลูกค้า ซึ่งตลาดในช่วงแรกค่อนข้างที่จะหายาก แต่ก็ไม่มีท้อสู้ทนมาเรื่อยๆ จนทำให้ปัจจุบันมีตลาดรองรับและเกิดการรวมกลุ่มกับเพื่อนเกษตรกรในพื้นที่ สามารถผลิตหญ้าส่งจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี

ตลาดที่ส่งหญ้าจำหน่ายหลักๆ จะมีลูกค้าประจำเข้ามารับถึงที่แปลงไกลสุดอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ และยังมีส่งขายยังตลาดต่างประเทศด้วยเช่นกัน โดยราคาจำหน่ายเป็นตารางเมตรแต่ละช่วงราคาไม่เท่ากัน ช่วงที่มีราคาแพงที่สุดราคาอยู่ที่ 25 บาท และช่วงถูกที่สุดอยู่ที่ 9 บาท



“ต้องบอกว่าชีวิตที่บ้านผมมาจากศูนย์ สมัยก่อนผมอาศัยที่มีสียิดอยู่บ้านโน้นให้อยู่บ้าง บ้านนี้ให้อยู่บ้าง ผมมานั่งแบบที่เห็นมีทุกวันนี้ก็อาศัยเก็บหอมรอมริบ ทำมาอยู่ทุกวันนี้ หญ้าทำอะไรให้กับครอบครัวผมมากมาย คือที่ประสบความสำเร็จก็เพราะหญ้า”

วันนี้หญ้ากลายเป็นเส้นทางแห่งความสำเร็จ เรื่องราวของคุณดารุดไม่เพียงแต่สะท้อนถึงความขยันและอดทน แต่ยังพิสูจน์ให้เห็นว่า หญ้าพืชเล็กๆ ที่ปูพื้นสนามให้สวยงาม ก็สามารถเป็นรากฐานที่มั่นคงของชีวิตได้เช่นกัน สำหรับท่านใดสนใจข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับหญ้าหรืออยากซื้อหญ้าสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ คุณดารุด พูลเต่า หมายเลขโทรศัพท์ 081-920-8183



รวบรวมโดย : ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคกลาง
ที่มา : https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_303777

English For Career

สมรสเท่าเทียม ภาษาอังกฤษ ต้องใช้คำว่าอะไร?



สมรสเท่าเทียม ภาษาอังกฤษ ต้องใช้คำไหน?

ในขณะที่ประเทศไทยกำลังก้าวไปสู่การยอมรับสิทธิของทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ผ่านการประกาศกฎหมาย สมรสเท่าเทียม (Marriage Equality) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 23 มกราคม 2568 คำถามที่หลายคนอาจสงสัยคือ ควรใช้คำว่า “Marriage Equality” หรือ “Same-Sex Marriage” ในการพูดถึงเรื่องนี้ ทั้งสองคำมีความเกี่ยวข้องกับการสมรสที่ยอมรับความหลากหลายทางเพศ แต่ก็มี ความแตกต่างที่สำคัญในแง่ของการใช้และความหมายที่สื่อออกมา

สมรสเท่าเทียม ภาษาอังกฤษ ใช้คำว่า ...

คำว่า “Marriage Equality” และ “Same-Sex Marriage” มีความหมายและการใช้งานที่แตกต่างกันเล็กน้อย แม้ว่าทั้งสองคำจะเกี่ยวข้องกับสิทธิในการสมรสของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ



คำว่า “Marriage Equality” แปลว่า สมรสเท่าเทียม มักถูกใช้ในบริบทที่กว้างกว่า เนื่องจากมุ่งเน้นไปที่การยอมรับสิทธิในการสมรสอย่างเท่าเทียมของทุกคน ไม่ว่าจะเป็นผู้รักเพศเดียวกันหรือเพศต่างกัน โดยไม่มีการแบ่งแยก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการให้สิทธิและความเสมอภาคในสังคม จึงถือเป็นคำที่เหมาะสมที่สุดในการสะท้อนถึงความเป็นธรรมและความเท่าเทียมที่เราต้องการให้ทุกคนได้รับ

ใช้เมื่อพูดถึงประเด็นสิทธิมนุษยชนหรือความเท่าเทียมในสังคม โดยไม่ได้รับเฉพาะเจาะจงว่าผู้สมรสต้องเป็นเพศเดียวกันหรือเพศต่างกัน เช่น “Marriage equality ensures that everyone has the right to marry the person they love.”

คำว่า “Same-Sex Marriage” แปลว่า การสมรสระหว่างเพศเดียวกัน เป็นคำที่เฉพาะเจาะจง ใช้เพื่ออธิบายการสมรสระหว่างบุคคลที่มีเพศเดียวกัน เช่น ชาย - ชาย หรือ หญิง - หญิง คำนี้จึงมักจะถูกใช้เมื่อพูดถึงกรณีเฉพาะของการสมรสระหว่างบุคคลที่มีเพศเดียวกัน โดยเฉพาะในกระบวนการทางกฎหมายหรือการเรียกร้องสิทธิของกลุ่ม LGBTQ+ ในหลายประเทศใช้ในกรณีที่ต้องการอธิบายหรือพูดถึงการสมรสของคู่รักเพศเดียวกันโดยตรง เช่น “Same-sex marriage was legalized in many countries over the past decade.”

หากคุณกำลังจะไปร่วมแสดงความยินดีใน งานแต่งงานสมรสเท่าเทียม และอยากส่งคำอวยพรสุดซึ้งที่สื่อถึงความรัก ความสุข และความหมายดี ๆ ในวันสำคัญของคู่บ่าวสาว แต่ยังไม่รู้จะเขียนคำอวยพรอย่างไรให้ประทับใจ เราได้รวบรวมไว้ใน **แคปชั่นคำอวยพรงานแต่งงาน ภาษาอังกฤษ พร้อมคำแปลไทย** เช่น

- “Wishing you a lifetime of love and happiness.”
: ขอให้คุณมีความรักและความสุขตลอดชีวิต
 - “May your marriage be filled with love, laughter, and happiness.”
: ขอให้การแต่งงานของคุณเต็มไปด้วยความรัก เสียงหัวเราะ และความสุข
 - “May your wedding day be the beginning of a long, happy life together.”
: ขอให้วันแต่งงานของคุณเป็นจุดเริ่มต้นของชีวิตที่ยาวนานและมีความสุขร่วมกัน
 - “Wishing you both a beautiful life together filled with cherished moments.”
: ขอให้คุณทั้งสองมีชีวิตที่สวยงามร่วมกันและเต็มไปด้วยช่วงเวลาที่น่าจดจำ
 - “May the years ahead be filled with lasting joy.”
: ขอให้ปีต่อๆ ไปเต็มไปด้วยความสุขที่ยั่งยืน
 - “May the love you share today grow stronger as you grow old together.”
: ขอให้ความรักที่คุณมีในวันนี้เติบโตแข็งแรงยิ่งขึ้นเมื่อคุณเติบโตไปด้วยกัน
- ที่ทั้งซึ้ง ก็นใจ และเหมาะกับโอกาสสำคัญนี้ ไม่ว่าคุณต้องการคำอวยพรที่อบอุ่น สั้น ๆ แต่ลึกซึ้ง หรือคำพูดที่เปี่ยมไปด้วยความหวังดีสำหรับชีวิตคู่ ทุกข้อความในบทความนี้จะช่วยให้คุณแสดงความคิดเห็นได้อย่างมั่นใจ และยังสร้างความทรงจำดี ๆ ให้กับเจ้าของงานด้วย

สรุป

การเลือกใช้คำที่เหมาะสมจึงขึ้นอยู่กับบริบทที่เราต้องการสื่อสาร หากเราต้องการพูดถึงการรับรองสิทธิในการสมรสของทุกคนอย่างเท่าเทียม โดยไม่จำกัดว่าเป็นเพศเดียวกันหรือเพศต่างกัน คำว่า “Marriage Equality” จะสะท้อนความหมายได้ดีที่สุด แต่หากพูดถึงการสมรสระหว่างเพศเดียวกันโดยเฉพาะ คำว่า “Same-Sex Marriage” ก็จะเป็นตัวเลือกที่เหมาะสม ซึ่งทั้งสองคำ มีความสำคัญในแง่ของการใช้ในบริบทที่เหมาะสม

รวบรวมโดย ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคกลาง
ที่มา : <https://speakup.ac.th/blog-marriage-equality>

รู้ทันโลก

รับหมด จบทุกงานเขียนที่ “Jasper AI” เครื่องมือล้ำๆ ในการสร้างคอนเทนต์ ที่ตอบโจทย์ทุกอุตสาหกรรม



ในยุคที่การสร้างเนื้อหาออนไลน์กลายเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดดิจิทัล การผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เครื่องมือที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่าง Jasper AI จึงกลายเป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่โดดเด่นที่ตอบโจทย์ความต้องการของทุกอุตสาหกรรม

เดิมรู้จักกันในชื่อ Jarvis ก่อตั้งขึ้นในเดือนมกราคม 2021 ที่เมืองออสติน รัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา โดย Dave Rogenmoser, Chris Hull และ John Phillip Morgan จากนั้นพัฒนาต่อเนื่องเป็นลำดับ ปัจจุบันได้กลายเป็นหนึ่งในเครื่องมือการเขียนด้วย AI ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยมีเทมเพลตและความสามารถในการสร้างขั้นสูงสำหรับข้อความการตลาด บล็อก และโซเชียลมีเดีย

Jasper AI คือเครื่องมือสร้างเนื้อหาที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตคอนเทนต์ ตอบโจทย์ธุรกิจที่ต้องการขยายงานเขียนอย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ พร้อมคองเอกลักษณ์และอัตลักษณ์การสื่อสารที่โดดเด่นนับเป็น AI ที่ได้รับการสร้างขึ้นโดยเฉพาะเพื่อช่วยให้นักการตลาดองค์กรสร้างแอปและเวิร์กโฟลว์ที่ขับเคลื่อนด้วย AI ที่เชื่อมโยงกับผลลัพธ์ทางธุรกิจ

จุดเด่นของ Jasper AI คือความสามารถในการช่วยสร้างเนื้อหาในระดับขนาดใหญ่ (Scalable Content Creation) ใช้ Natural Language Processing (NLP) ขั้นสูงเพื่อให้เนื้อหาดูเป็นธรรมชาติ รองรับเนื้อหาหลายรูปแบบ ทั้งโพสต์บล็อก อีเมล คำอธิบายสินค้า และหน้า Landing Page พร้อมกับปรับโทนเสียงให้เหมาะกับแบรนด์ของคุณ

นอกจากนี้ยังมีฟีเจอร์ Brand Voice ที่ช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถรักษาความสอดคล้องกันในเอกสารที่เขียนขึ้นทั้งหมดได้ ซึ่งแตกต่างจากแชทบอท AI ทั่วไป Jasper ได้รับการออกแบบมาให้สร้างเนื้อหาที่มีโครงสร้างยาวและมีผลลัพธ์ที่ละเอียดกว่า

Jasper มีประโยชน์ชัดเจนสำหรับธุรกิจและทีมการตลาดที่ต้องการสร้างเนื้อหาอัตโนมัติในขณะที่ยังคงรักษาโทนเสียงของแบรนด์ที่สม่ำเสมอ Jasper สามารถสร้างบทความบล็อกเพิ่มความยาว ปรับแต่งเนื้อหาบนเว็บไซต์ให้เหมาะกับ SEO และช่วยสร้างโพสต์บนโซเชียลมีเดียที่น่าสนใจ ซึ่งแทบจะเป็นทุกอย่าง

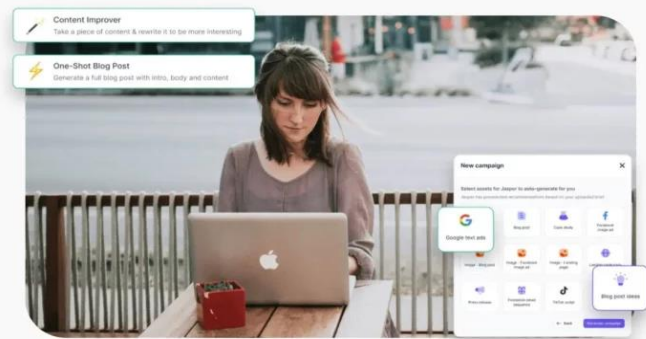
ธุรกิจไม่ว่าอุตสาหกรรมต่างๆ สามารถใช้เครื่องมือนี้ในการเขียนจดหมายข่าวทางอีเมล กอปปี้โฆษณา ฯลฯ ช่วยประหยัดเวลาในการระดมความคิดและการร่าง

นอกจากนี้ เครื่องมือ AI ยังช่วยในการสร้างไอเดีย การนำเนื้อหาไปใช้ใหม่ และสร้างเนื้อหาหลายภาษา ทำให้เครื่องมือนี้มีประโยชน์สำหรับแบรนด์ระดับโลกที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยภาษาท้องถิ่น



สามารถใช้งานเครื่องมือนี้ได้ผ่านแพลตฟอร์มเว็บที่รองรับทั้ง Windows, Mac และ Linux ผ่านเบราว์เซอร์ และยังมีส่วนขยายสำหรับ Chrome ที่ช่วยให้การใช้ AI ในการเขียนบนเว็บไซต์ต่างๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย แต่ในปัจจุบัน Jasper AI ยังไม่มีแอปมือถือสำหรับ iOS หรือ Android

นอกจากนี้ Jasper AI ยังสามารถบูรณาการกับเครื่องมือการทำงานร่วมกัน เช่น Google Docs ซึ่งทำให้การปรับกระบวนการทำงานภายในทีมเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น Jasper AI จึงไม่ได้เป็นแค่เครื่องมือสร้างเนื้อหา แต่เป็น “นักเขียน AI” ที่ช่วยให้คุณสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อย่างน้อยก็ในระดับหนึ่ง) ขณะเดียวกัน ลองนึกภาพว่าคุณเป็นนักธุรกิจที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ “ผู้นำทางความคิด” (Thought Leadership) บน LinkedIn หรือกำลังวางแผนโฆษณาที่ต้องการทดสอบประสิทธิภาพหลายเวอร์ชัน (A/B Testing)



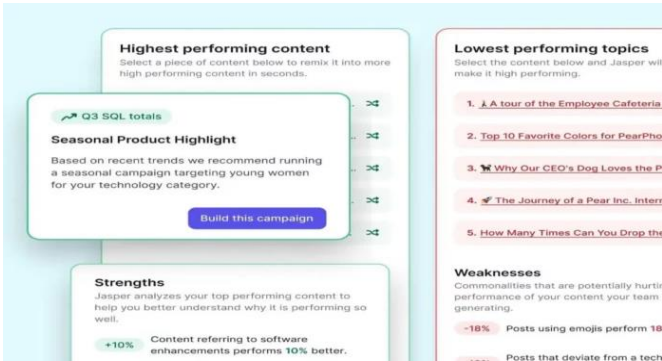
Jasper AI สามารถช่วยให้คุณร่างเนื้อหาเหล่านี้ได้อย่างรวดเร็วภายในไม่กี่นาที โดยสร้างโพสต์ LinkedIn ที่ดูเป็นมืออาชีพและน่าสนใจ พร้อมสไลด์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของคุณ รวมถึงสามารถปรับแต่งข้อความโฆษณา หลายเวอร์ชันเพื่อทดสอบ A/B Testing ได้ง่าย ช่วยให้คุณรู้ว่าเวอร์ชันไหนได้ผลดีที่สุด ทั้งยังใช้ AI ช่วยคิดไอเดีย สำหรับคอนเทนต์ บทความ หรือแคปชันโฆษณา โดยไม่ต้องเริ่มจากศูนย์ ทั้งนี้ A/B Testing (หรือที่เรียกว่า Split Testing) คือ กระบวนการเปรียบเทียบสองเวอร์ชันของคอนเทนต์หรือโฆษณา เพื่อตรวจสอบว่าแบบไหนให้ผลลัพธ์ดีกว่า โดยทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายจริง

ตัวอย่างง่าย ๆ สมมติว่าคุณต้องการโฆษณาสินค้าบน Facebook และไม่แน่ใจว่าข้อความแบบไหนจะดึงดูดลูกค้าได้ดีกว่า คุณสามารถสร้าง โฆษณา 2 เวอร์ชัน เช่น เวอร์ชัน A ใช้พาดหัวว่า “โปรสุดคุ้ม! ลด 50% วันนี้เท่านั้น” เวอร์ชัน B ใช้พาดหัวว่า “ซื้อ 1 แถม 1 ดีลที่คุณไม่ควรพลาด!” จากนั้นระบบจะส่งโฆษณาทั้งสองแบบไปยังกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกัน และวัดผลว่าคนคลิกหรือสั่งซื้อจากเวอร์ชันไหนมากกว่ากัน



AB Testing ใช้ทำอะไรได้บ้าง?

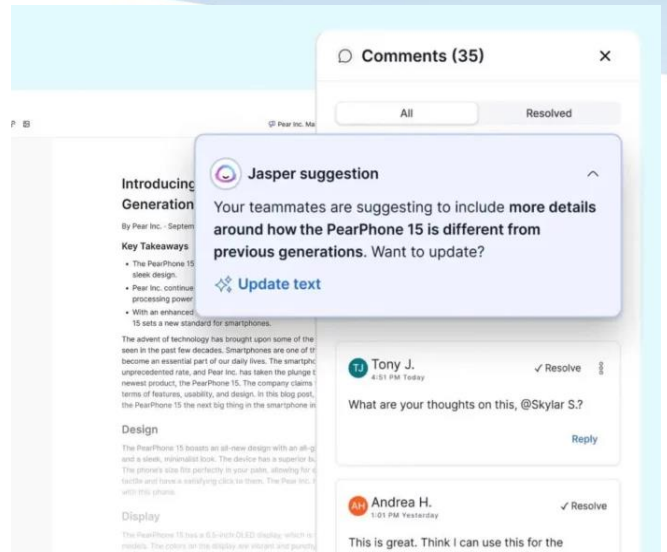
ใช้ทดสอบพาดหัว (Headline) ว่าแบบไหนดึงดูดให้คนอ่านมากกว่า ใช้ทดสอบภาพหรือวิดีโอ คนสนใจภาพแบบไหนมากกว่ากัน รวมถึงใช้ทดสอบ Call-to-Action (CTA) ว่าคำไหนกระตุ้นให้คนคลิกหรือซื้อเยอะที่สุด และใช้ทดสอบอีเมลหรือหน้าเว็บไซต์ เพื่อดูว่าดีไซน์หรือข้อความแบบไหนเพิ่มยอดขายหรือการสมัครสมาชิก



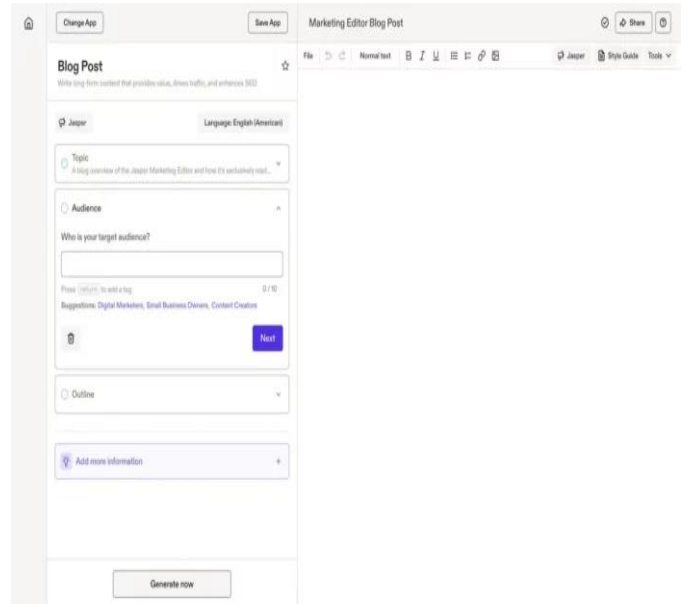
อย่างไรก็ตาม แม้จะมีคุณสมบัติโดดเด่นแค่ไหน Jasper AI ก็ไม่ต่างจาก AI ทั้งหมด เพราะไม่สามารถทดแทนความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ การคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ หรือการตรวจสอบข้อเท็จจริงได้ แม้ว่า Jasper จะสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพสูง แต่ก็ขาดความคิดริเริ่มที่แท้จริง และอาจสร้างข้อความทั่วไปหรือซ้ำซาก จุดด้อยที่พียงตระหนักคือเครื่องมือนี้ไม่ได้รับการออกแบบมาเพื่อการเขียนข่าวแบบเรียลไทม์ เอกสารทางเทคนิค หรือเนื้อหาที่เน้นการวิจัยเชิงลึก เนื่องจากไม่ได้ตรวจสอบข้อเท็จจริง

นอกจากนี้ Jasper ไม่เหมาะสำหรับงานการเขียนโปรแกรมหรือภาพที่สร้างโดย AI ผู้ใช้ที่กำลังมองหาความสามารถเหล่านี้จะต้องใช้เครื่องมือเช่น GitHub Copilot หรือ Midjourney

อีกทั้ง คุณภาพของเนื้อหาที่สร้างขึ้นอาจแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับหัวข้อและความซับซ้อนของเนื้อหา ขณะที่ผู้ใช้บางรายพบว่าอินเทอร์เฟซของ Jasper AI ค่อนข้างซับซ้อน และอาจต้องใช้เวลาในการเรียนรู้



ในด้านโอกาสทางธุรกิจ Jasper AI มีศักยภาพที่จะขยายตลาดผ่านการรองรับหลายภาษา ซึ่งจะช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้งานในตลาดที่ไม่ใช้ภาษาอังกฤษได้มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถต่อยอดด้วยการเพิ่มเครื่องมือสำหรับงานเขียนเชิงวิชาการเพื่อตอบโจทยกลุ่มนักศึกษาและนักวิจัย รวมไปถึงการจับมือเป็นพันธมิตรกับแพลตฟอร์มอื่นๆ เพื่อเพิ่มฟังก์ชันการใช้งานและขยายฐานผู้ใช้



แต่ในขณะเดียวกัน Jasper AI ก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ จากคู่แข่งรายใหม่ ๆ ที่นำเสนอเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและราคาคุ้มค่ากว่า อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อาจทำให้คู่แข่งนำเสนอนวัตกรรมใหม่ที่ล้ำหน้า หาก Jasper AI ไม่เร่งพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การแข่งขันด้านราคาในตลาดที่ดุเดือด อาจทำให้ Jasper AI ต้องเผชิญกับแรงกดดันในการปรับราคา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร

รวบรวมโดย : ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคเหนือ
ที่มา: <https://www.salika.co/2025/02/16/jasper-ai-ai-writer-tool-for-all-industries/>

Smart DOE

“พิพัฒนา” ผนึกภาครัฐ-เอกชน ลงนาม MOU หนุนจ้างงานคนพิการ เพิ่มโอกาส สร้างอาชีพ มั่นคง



นายพิพัฒนา รัชกิจประการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน เป็นประธานพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ว่าด้วยความร่วมมือด้านการส่งเสริมการมีงานทำสำหรับคนพิการ โดยร่วมกับสถานประกอบการ ชี้นำ 21 แห่ง เพื่อเปิดโอกาสให้คนพิการมีงานทำมีรายได้ และสามารถใช้ชีวิตอย่างภาคภูมิใจ โดยมีผู้บริหารสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย ผู้บริหารสถานประกอบการ 21 แห่ง พร้อมด้วย นายอารี ไกรนรา เลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน นายภูษงค์ วรศรี ประจำสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ปฏิบัติหน้าที่ประจำกระทรวงแรงงาน นายสันติ นันทสุวรรณ ผู้ตรวจราชการกระทรวงแรงงาน รักษาราชการแทนรองปลัดกระทรวงแรงงาน นายสมชาย มรกตศรีวรรณ อธิบดีกรมการจัดหางาน ผู้บริหารระดับสูงกระทรวงแรงงาน ร่วมลงนาม ณ ห้องประชุม ชั้น 5 กระทรวงแรงงาน

นายพิพัฒนา กล่าวว่า กระทรวงแรงงานเดินหน้านับสนุนการจ้างงานคนพิการ ขยายโอกาสการจ้างงานให้มากขึ้น ปี 2566-2567 มีการจ้างงานคนพิการผ่านมาตรา 33 จำนวน 39,910 คน และหนุ้มาตรการจ้างงานในภาครัฐ ชี้นทะเบียนสิทธิการจ้างงานตามมาตรา 35 ปี 2567 – ปี 2568 จำนวน 19,954 คน และ 19,545 คน ตามลำดับ หน่วยงานภาครัฐจ้างเหมาคนพิการเพิ่มขึ้นจาก 58 คน (2567) เป็น 88 คน (2568) รวมทั้งเพิ่มตำแหน่งงานให้คนพิการในกระทรวงแรงงาน ซึ่งปัจจุบันมี 194 คน ทำงานในกรมต่าง ๆ เช่น กรมการจัดหางาน (31 คน), สำนักงานประกันสังคม (32 คน)

นายพิพัฒนา กล่าวต่อว่า ความร่วมมือรัฐ-เอกชน เดินหน้าสร้างงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วม ลงนาม MOU ในวันนี้ ได้จ้างงานผู้พิการแล้วกว่า 2,700 คน ปีงบประมาณ 2568 สร้างรายได้กว่า 2,300 ล้านบาท โดยบริษัทชี้นำที่ร่วมลงนามกับกรมการจัดหางาน 21 บริษัท ประกอบด้วย เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป แคล-คอมพ์ อีเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) โอเอสสภา อินเด็กซ์ ลิฟวิ้งมอลล์ แฟลช เอ็กซ์เพรส ฟาบริเนท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ พีทีจี เอ็นเนอยี อเด็คโก้ คอนซัลตัง ซีพีแรม โรม อินทีเกรเต็ด ซิสเต็มส์ รักษาความปลอดภัยการ์ดฟอร์ซ (ประเทศไทย) ชัยรัชการ (กรุงเทพ) บีซิเนส เซอร์วิสเซส อัลไลแอนซ์ ซี.เจ. เอ็กซ์เพรส กรุ๊ป โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์ แอปป์ เนสท์ สเปซ ยูนิคอร์นและหัวเว่ย เทคโนโลยี (ประเทศไทย)

นายสมชาย มรกตศรีวรรณ อธิบดีกรมการจัดหางาน กล่าวว่า แนวทางต่อไปของกระทรวงแรงงานโดยกรมการจัดหางาน จะกระตุ้นสถานประกอบการให้รับคนพิการเข้าทำงานมากขึ้น แทนการส่งเงินเข้ากองทุน พร้อมส่งเสริมหน่วยงานรัฐจ้างคนพิการเพิ่มขึ้น และสร้างตำแหน่งงานที่เหมาะสม และพัฒนาทักษะคนพิการให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน รวมทั้งสร้างการจ้างงานที่มั่นคง และมีสวัสดิการที่เหมาะสม ช่องทางสมัครงานสำหรับคนพิการและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่สำนักงานจัดหางานจังหวัดทั่วประเทศ แพลตฟอร์มออนไลน์ “ไทยมีงานทำ”
รวบรวมโดย : ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคกลาง
ที่มา : <https://www.doe.go.th>

แรงงาน - กลาโหม - หอการค้าฯ เซ็น MOU หนุนทหารมีงานทำหลังปลดประจำการ รองรับกว่า 3 หมื่นอัตรา ป้อนตลาดแรงงานคุณภาพ สร้างเศรษฐกิจไทย



นายพิพัฒน์ รัชกิจประการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน และ พลเอก อนุพงษ์ เผ่าจินดา รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงกลาโหม เป็นประธานร่วม ในพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยการส่งเสริมการมีงานทำให้แก่ทหารกองประจำการระหว่างกรมการ จัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงกลาโหม หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย โดยมีนายอารี ไกรนรา เลขาธิการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน นายบุญสงค์ ทัพชัยยุทธ์ ปลัดกระทรวงแรงงาน พล.อ.สนธิชนก สังขจันทร์ ปลัดกระทรวงกลาโหม นายสมชาย มรกตศรัวีวรรณ อธิบดีกรมการจัดหางาน ผู้บริหารกระทรวงแรงงาน หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ผู้บริหารเหล่าทัพ ร่วมเป็นเกียรติ ณ ห้องประชุมกระทรวงแรงงาน ชั้น 5 กระทรวงแรงงาน

นายพิพัฒน์ กล่าวว่า กระทรวงแรงงานดำเนินนโยบายตามรัฐบาลภายใต้การนำของนายกรัฐมนตรี แพทองธาร ชินวัตร ที่มุ่งให้ประชาชนทุกกลุ่มมีงานทำ โดยเฉพาะทหารกองประจำการ ซึ่งเป็นบุคลากรที่มีระเบียบวินัยและคุณภาพ เมื่อปลดประจำการแล้ว ควรได้รับการส่งเสริมให้มีโอกาสได้ รายได้ และสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม กระทรวงฯ จึงให้บริการจัดหางานทั้งในและต่างประเทศ พร้อมให้คำปรึกษาด้านอาชีพ ทดสอบความพร้อม ฝึกอบรม และพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อให้ได้รับการจ้างงานที่มีคุณภาพ ค่าตอบแทนเหมาะสม และได้รับสิทธิประโยชน์สังคม

ในปัจจุบัน หลายภาคธุรกิจสนใจรับทหารเข้าทำงาน เช่น อุตสาหกรรมการผลิต ยานยนต์ โลจิสติกส์ งานบริการความปลอดภัย วิศวกรรมช่างฝีมือ คำปลีก และธุรกิจอาหาร กระทรวงฯ จึงจัดโครงการฝึกอบรมฟรีในสาขาต่าง ๆ เช่น ช่างยนต์ ไฟฟ้า เชื่อมโลหะ บริหารธุรกิจ การตลาดออนไลน์ และภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ทหารมีศักยภาพในการแข่งขัน และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ด้านนายสมชาย มรกตศรัวีวรรณ อธิบดีกรมการจัดหางาน กล่าวว่า สำหรับการลงนามในครั้งนี้ มีตำแหน่งงานว่างไว้รองรับทหารกองประจำการหลังปลดประจำการ รวม 33,665 อัตรา และภายในงานมีสถานประกอบการเข้าร่วมจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงานว่างจำนวน 11 แห่ง ประกอบด้วย

- 1) บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
- 2) บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
- 3) บริษัท ไทย สมายล์ บัส จำกัด
- 4) บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน)
- 5) บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด
- 6) บริษัท เอส เอฟ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- 7) บริษัท รักษาความปลอดภัย เอเอสเอ็ม แมเนจเม้นท์ จำกัด
- 8) บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
- 9) บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด
- 10) บริษัท ซี.เจ. เอ็กซ์เพรส กรุ๊ป จำกัด
- 11) บริษัท ยูนิคอร์น จำกัด (มหาชน)

รวมทั้งให้บริการจัดหางานในประเทศและต่างประเทศ แนะนำอาชีพ ให้คำปรึกษาด้านอาชีพ การทดสอบความพร้อมทางอาชีพ สาธิตการประกอบอาชีพ ตลอดจนการพัฒนาฝีมือแรงงาน ให้มีความรู้ความสามารถ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน จนสามารถนำไปประกอบอาชีพ ภายหลังจากปลดประจำการได้

ทั้งนี้ สามารถสอบถามเพิ่มเติมได้ที่สำนักงานจัดหางานจังหวัดทุกจังหวัด สำนักงานจัดหางานกรุงเทพมหานครพื้นที่ 1-10 หรือที่สายด่วนกระทรวงแรงงาน โทร.1506 กด 2 กรมการจัดหางาน หรือสายด่วนกรมการจัดหางาน โทร. 1694

รวบรวมโดย : ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคกลาง
ที่มา : <https://www.doe.go.th>

กรมการจัดหางาน เตือน!! อย่าหลงเชื่อ สาย-นายหน้าเถื่อน อ้างพาไปทำงานแคนาดา หวังถูกหลอก เสียเงินฟรี



กรมการจัดหางาน เตือน !!

นายสมชาย มรกตศรีวรรณ
อธิบดีกรมการจัดหางาน

**อย่าหลงเชื่อ นายหน้าเถื่อน อ้างพาไปทำงานแคนาดา
เสียงถูกหลอก เสียเงินฟรี**

f กรมการจัดหางาน TikTok @PRDOE www.doe.go.th X @PRDOE_Official สายด่วน 1506 กด 2

นายสมชาย มรกตศรีวรรณ อธิบดีกรมการจัดหางาน เปิดเผยว่า เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2568 กรมการจัดหางาน โดยสำนักงานจัดหางาน จังหวัดปทุมธานี ได้รับการร้องทุกข์จากตัวแทนกลุ่มคนหางาน จำนวน 31 คน จากคนหางานทั้งหมด 105 คน ว่าถูกกลุ่มบุคคลซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทรับจัดทำวีซ่า 3 บริษัท ร่วมกันหลอกลวงว่าสามารถส่งไปทำงานเกษตรที่ประเทศแคนาดาได้ โดยเรียกเก็บค่าบริการและค่าใช้จ่ายเป็นเงินประมาณคนละ 50,000 – 200,000 บาท รวมค่าเสียหายทั้งสิ้น 16 ล้านบาท และได้มีการนัดหมายคนหางานให้เข้าอบรมระหว่างวันที่ 7 - 9 มีนาคม 2568 ก่อนจะเดินทางในวันที่ 10 มีนาคม 2568 แต่เมื่อไปถึงสถานที่ที่นัดหมายในจังหวัดปทุมธานีกลับพบว่าบริษัทได้ปิดล็อกและขนย้ายอุปกรณ์ออกไปหมดแล้วนั้น

กรมการจัดหางานไม่ได้นิ่งนอนใจ และได้สั่งการให้กองทะเบียนจัดหางานกลางและคุ้มครองคนหางาน และสำนักงานจัดหางาน จังหวัดปทุมธานีเข้าตรวจสอบข้อเท็จจริงโดยทันที ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่ามีกรหลอกลวงคนหางานจริง ซึ่งคนหางานประสงค์ร้องทุกข์เพื่อดำเนินคดีกับผู้หลอกลวงที่สถานีตำรวจภูธรประตูน้ำจุฬาลงกรณ์ จังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ได้แจ้งสิทธิเกี่ยวกับการร้องทุกข์ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ตาม พรบ. จัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ.2528 และที่แก้ไขเพิ่มเติม รวมทั้ง แจ้งขั้นตอนการร้องทุกข์กล่าวโทษตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ในฐานะความผิดที่เกี่ยวข้อง ให้กับผู้เสียหายทราบและเข้าใจแล้ว

“กรมการจัดหางาน ขอเน้นย้ำอีกครั้งว่า ก่อนตัดสินใจโอนเงินให้สายนายหน้าหรือผู้แทนบริษัทรายใด ขอให้ตรวจสอบรายชื่อบริษัทจัดหางานที่ได้รับอนุญาตให้จัดส่งคนหางานไปทำงานต่างประเทศจากกรมการจัดหางาน ที่เว็บไซต์ กองทะเบียนจัดหางานกลางและคุ้มครองคนหางาน doe.go.th/ipd เสียก่อน เพราะปัจจุบันสาย-นายหน้ามีกลวิธีสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อหลอกลวงคนหางานหลายวิธี ดังนั้นจึงขอให้ตรวจสอบก่อนไป จะได้ไม่เสียใจและไม่เสียเงินในภายหลัง และขอประชาชนสัมพันธ์ให้แรงงานไทยที่จะเดินทางไปทำงานต่างประเทศให้ไปด้วยวิธีที่ถูกต้องตามกฎหมาย 5 วิธี ได้แก่ บริษัทจัดหางานจัดส่ง กรมการจัดหางานจัดส่ง เดินทางไปทำงานด้วยตนเอง นายจ้างในประเทศไทย พาลูกจ้างไปทำงาน และนายจ้างในประเทศไทยส่งลูกจ้างของตนไปฝึกงาน ”

อธิบดีกรมการจัดหางาน กล่าว

ทั้งนี้ หากคนหางานได้รับความเดือดร้อนจากการถูกสาย/นายหน้าหลอกลวงไปทำงานต่างประเทศ สามารถขอรับคำปรึกษาและขอความช่วยเหลือได้ที่กองทะเบียนจัดหางานกลางและคุ้มครองคนหางาน โทร. 0 2248 4792 และโทร. 0 2245 6763 หรือที่สำนักงานจัดหางานจังหวัดทุกจังหวัด สำนักงานจัดหางานกรุงเทพมหานครพื้นที่ 1 - 10 หรือสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ สายด่วนกระทรวงแรงงาน 1506 กด 2 กรมการจัดหางาน หรือสายด่วนกรมการจัดหางาน โทร. 1694

รวบรวมโดย : ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคกลาง
ที่มา : <https://www.doe.go.th>

อาชีพมั่นคง

ทำในสิ่งที่ชอบ ศึกษา เรียนรู้ พัฒนา ต่อยอด
หนุ่มปัตตานี ปลุกผักสลัดและแปรรูปเพิ่มมูลค่าสร้างรายได้



คุณก่อศิม มายุดิน ชาวปัตตานี เคยประสบปัญหาจากการทำธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานด้วยเรื่องการจัดการที่ไม่ถนัดจึงหันมาหาสิ่งที่ชอบคือการเกษตร แต่ไม่มีความรู้ แต่ด้วยเป็นคนชอบเรียนรู้ ชอบอ่านหนังสือ จึงทุ่มเทศึกษาหาความรู้ทางการเกษตร รวมทั้งเข้าคอร์สอบรมเพื่อสร้างประสบการณ์ และไปเรียนรู้จากสถานที่จริง จึงทำให้เกิดองค์ความรู้ที่สามารถลงมือทำได้จริงและประสบความสำเร็จ

ด้วยใจรักจึงทุ่มศึกษาเต็มทีก่อนลงมือทำ องค์กรความรู้การปลูกผักสลัดที่สะสมและการรู้จักตลาดที่ ดีพอในครั้งนี่ จึงทำให้พร้อมลุยลงทุนปลูกผักสลัดอินทรีย์ โดยแนวความคิดการปลูกผักสลัดบนโต๊ะนั้นได้รับการแนะนำจากเพื่อนที่ปลูกผักไฮโดรโปนิกส์บนกระเบะยกพื้น และมีกระเบะวางอยู่ จึงลองนำดินมาใส่ทดลองปลูกแบบอินทรีย์ นอกจากรสสัมผัสของผักที่ดีแล้ว รอบการผลิตสามารถทำได้เร็ว และได้รับการตอบรับจากลูกค้าด้วยดี จึงขยายปลูกทั้งหมด 20 กระเบะปลูกหมุนเวียนสลับไป โดยกระเบะกว้างประมาณ 1.20 เมตร ยาวประมาณ 6 เมตร และเตรียมหมักดินที่ประกอบด้วยขี้วัว ขี้ไก่ และดินไผ่พร้อมเติมเมื่อดินปลูกยุบตัว



หลักๆ จะปลูกผัก 2 ชนิด คือ กรีนโอ๊คและเรดโอ๊ค รดน้ำวันละ 3 รอบ ป้องกันแมลงด้วยสารชีวภัณฑ์เป็นหลัก มีผลผลิตจำหน่ายให้ลูกค้าตลอดทั้งปี และที่สำคัญได้ต่อยอดเพิ่มมูลค่าทำเป็นอาหารจำหน่ายทั้งแบบขายส่งและขายปลีก อาทิ น้ำผัก สลัดโรล ผักแบบผง ขนมใส่ผัก เป็นต้น โดยราคาผักสลัดอินทรีย์ขายปลีกกิโลกรัมละ 150 บาท และราคาขายส่งกิโลกรัมละ 130 บาท



“การทำตลาดที่ดี คือการค่อยๆสะสมลูกค้าอยู่เสมอ และเราเองต้องมีความต่อเนื่องของการผลิตและคำนึงถึงคุณภาพสินค้า จะช่วยให้ลูกค้าบอกต่อปากต่อปาก ทำการตลาดที่หลากหลาย และเพิ่มมูลค่าสิ่งที่เราทำควบคู่ไปด้วย”

สนใจและต้องการข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ คุณก่อศิม มายุดิน โทร.082 810 6811 บ้านเลขที่ 96/1 ถ.ท่าเสร็จ เทศบาลเมืองตะลุบัน อ.สายบุรี จ.ปัตตานี



รวบรวมโดย : ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคใต้
ที่มา : เทคโนโลยีชาวบ้าน

ตลาดแรงงานในยุคดิจิทัล

เผยข้อมูลตลาดภูมิภาค เจาะลึกภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เบิกทางโอกาสใหม่ให้ธุรกิจด้วย TikTok



การค้าออนไลน์และธุรกิจเติบโตเร็วในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่า 96% ของผู้บริโภคในภูมิภาคนี้ใช้เวลาออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟนมากกว่า 5.21 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งมากกว่าการรับชมโทรทัศน์ถึง 3.5 เท่า ข้อมูลจากสำนักงาน กสทช. ระบุว่า 60% ของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากสื่อออนไลน์ โดย 69% ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล ขณะที่ 46% ศึกษาผลิตภัณฑ์และแบรนด์ก่อนตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้การทำงานและการศึกษาออนไลน์กลายเป็นวิถีชีวิต ส่งผลให้เกิดการกระจายตัวของประชากรกลับสู่ภูมิภาคมากขึ้น โดยปัจจุบันประชากรมากกว่า 69% อาศัยอยู่นอกเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับธุรกิจที่ต้องการขยายตลาดในระดับภูมิภาค

การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากการสำรวจของ TikTok พบว่า 84% ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีส่วนร่วมกับการซื้อออนไลน์อย่างน้อยหนึ่งแพลตฟอร์มต่อวัน และ TikTok เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุด นอกจากนี้ ผู้ใช้ TikTok ในภูมิภาคนี้มีแนวโน้มเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ สูง และมีพฤติกรรมใกล้เคียงกับผู้ใช้ในกรุงเทพฯ โดย 63% ของผู้ใช้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจัดอยู่ในกลุ่ม Early Adopter ที่ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เป็นกลุ่มแรก อีกทั้งยังมีแนวโน้มซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากกว่าผู้บริโภคในพื้นที่อื่น

บทบาทของ TikTok ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ข้อมูลชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแนวโน้มบริโภคเนื้อหาออนไลน์สูง โดยเฉลี่ยใช้เวลา 2.3 ชั่วโมงต่อวันบน TikTok ซึ่งมากกว่าผู้ใช้ในกรุงเทพฯ หมวดหมู่นี้เนื้อหาที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ความบันเทิง อาหาร ความสามารถพิเศษ แฟชั่น และความสวยงาม ทั้งนี้ ผู้ใช้ TikTok ในภูมิภาคนี้มีอัตราการมีส่วนร่วมกับคอนเทนต์สูง โดยมีแนวโน้มสร้างเนื้อหาของตนเองมากกว่าผู้ใช้ในกรุงเทพฯ 1.7 เท่า และมีแนวโน้มคลิกโฆษณาสูงกว่า 2 เท่าเพื่อศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวโน้มการซื้อสินค้าออนไลน์

พฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดย 9 ใน 10 ของผู้ใช้ TikTok ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเคยซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วงเดือนที่ผ่านมา และ 37% ซื้อสินค้าทางออนไลน์เป็นประจำทุก 2-3 สัปดาห์ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มมั่นใจในการซื้อสินค้าโดยไม่จำเป็นต้องลองสินค้าก่อนถึง 55% และ 34% ตัดสินใจซื้อสินค้าจากการรับชมการไลฟ์สด หมวดหมู่นี้สินค้ายอดนิยม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ทั้งนี้ ผู้ใช้ TikTok ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการใช้จ่ายออนไลน์เฉลี่ย 2,800 บาทต่อคนต่อเดือน ซึ่งสูงกว่าผู้ใช้ในกรุงเทพฯ ถึง 1.3 เท่า

โอกาสสำหรับธุรกิจในการเข้าถึงผู้บริโภคผ่าน TikTok

TikTok เป็นแพลตฟอร์มสำคัญที่ช่วยให้แบรนด์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย 67% ของผู้บริโภคในภูมิภาคนี้ได้รับอิทธิพลจากโฆษณาบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่ง 43% เห็นว่าโฆษณาที่ให้ความบันเทิงเป็นโฆษณาที่ดึงดูดที่สุด นอกจากนี้ ผู้บริโภคในภูมิภาคนี้ให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยกว่าครึ่งติดตามบัญชี TikTok ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิภาคของตนเอง ดังนั้น แบรนด์ที่ต้องการขยายตลาดควรให้ความสำคัญกับการสร้างคอนเทนต์ที่ตอบสนองความสนใจของผู้บริโภค รวมถึงพิจารณาความร่วมมือกับครีเอเตอร์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย

บทสรุป

ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือชี้ให้เห็นถึงโอกาสสำคัญสำหรับธุรกิจที่ต้องการขยายตลาดผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเฉพาะ TikTok ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการเข้าถึงและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แบรนด์ที่สามารถปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคนี้ จะมีโอกาสสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถเติบโตในตลาดภูมิภาคได้อย่างยั่งยืน

รวบรวมโดยศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่มา : https://www.brandage.com/article/30284?utm_source=chatgpt.com