

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกให้บริการสาธารณะที่ดำเนินการ
โดยเอกชน: กรณีศึกษาการให้บริการจัดหางานโดยบริษัทจัดหางานในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
ธนรรศ ทองคำดี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ

ตุลาคม 2548

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการสาธารณะที่ดำเนินการ
โดยเอกชน: กรณีศึกษาการให้บริการจัดหางานโดยบริษัทจัดหางานในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
ธนพรศ ทองคำดี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
ตุลาคม 2548

๒ 282345 ๙.3

ธนพรรค ทองคำดี.(2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการ
บริการสาธารณะที่ดำเนินการโดยเอกชน: กรณีศึกษาการให้บริการโดยบริษัทจัดหางานใน
เขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ รม.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ จักรกิตติย์ ธนาคม

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการ
จัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงบริการ
สาธารณะที่ดำเนินการโดยเอกชน โดยกรณีของบริษัทจัดหางานเอกชนนั้น จะศึกษาถึงสภาพการใช้
บริการจัดหางานของสถานประกอบการ และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถาน
ประกอบการในการเลือกใช้บริการจัดหางานจากบริษัทจัดหางานเอกชน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้
กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 200 แห่ง ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติ ในแต่ละประเภทธุรกิจ ซึ่งได้รับการ
ตอบแบบสอบถามกลับมาเป็นจำนวน 127 แห่ง

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ในด้านสภาพการใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางาน
เอกชน มีจำนวนสถานประกอบการใช้บริการจัดหางานจากบริษัทเอกชนมากกว่าไม่เคยใช้บริการ และ
วิธีการที่นิยมใช้มากที่สุดก็คือ การโฆษณาทางหน้าหนังสือพิมพ์ ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการ
เลือกใช้บริการจัดหางานส่วนใหญ่คือ เจ้าหน้าที่ในฝ่ายทรัพยากรบุคคล ซึ่งจะใช้บริการของบริษัท
จัดหางานในตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง ระดับสูง และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งบุคลากรที่สถาน
ประกอบการต้องการนั้น จะต้องมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นอย่างต่ำ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน คือ การตอบสนองความ
ต้องการ บริการที่ดี อัตราค่าบริการ ความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการ ภาพลักษณ์ของ
บริษัทจัดหางาน การโฆษณา เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดหางาน สถานที่ และความรวดเร็วในการ
ทำงาน ส่วนปัญหาที่พบจากการใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนคือ อัตราค่าบริการที่สูง
เกินไป และไม่สามารถหาพนักงานที่มีความเหมาะสมตามคุณสมบัติที่ต้องการ บุคลากรที่ให้บริการ
ขาดความรู้ความชำนาญ และการบริการที่ค่อนข้างช้า สถานประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการของบริษัท
จัดหางานเอกชนให้เหตุผลว่า เพราะมีอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างแพง และคิดว่าบริษัทจัดหางานนั้นจะ
ไม่สามารถจัดส่งพนักงานที่ต้องการให้ได้ทันตามเวลาที่กำหนด นอกจากนี้พบว่า สถานประกอบการ
มากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่เคยใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน มีความ
ต้องการที่จะใช้บริการจัดหางานในอนาคต

โดยสรุป สถานประกอบการส่วนมาก มักจะใช้บริการจัดหางานของบริษัทเอกชน โดยมีปัจจัย
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการคือ การตอบสนองความต้องการ บริการที่ดี ค่าบริการ

บุคลากรที่ให้บริการ ภาพลักษณ์ของบริษัท การโฆษณา เทคโนโลยี สถานที่ และ ความรวดเร็วในการทำงาน ดังนั้นบริษัทจัดหางานเอกชนควรนำผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้ไปพัฒนาและปรับปรุงในการให้บริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน

FACTORS THAT INFLUENCE COMPANY DECISION MAKING IN SELECTION PUBLIC
SERVICE WHICH OPERATES IN PRIVATE SECTOR: A CASE STUDY ON RECRUITMENT
FIRM IN BANGKOK

AN ABSTRACT
BY
THANATHAS THONGKHAMDEE

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Public Administration degree in Public Policy
at Srinakharinwirot University
October 2005

Thanathas Thongkhamdee. (2005). *Factors that Influence Company Decision Making in Selection Public Service Which Operates in Private Sector: A Case Study on recruitment Firm in Bangkok*. Master's Project ,M.Pa. (Public Policy). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Chakratit Dhanagom

The study on "Factors that Influence Company Decision Making in Selecting Public Service which Operates in Private Sector: A Case Study on Recruitment Services Firm in Bangkok" which was a quantitative study. The study was focused on studying the conditions and factors of using the recruitment services. The total of 127 enterprises from 200 was used as sample. The questionnaire was used as a method for collecting data but only 127 questionnaires were returned from 127 enterprises. The 127 enterprises were categorised into each of industries.

The data collected from 127 enterprises shown that there are enterprises used the *private recruitment service agencies* (as an advertisement) more than those enterprises used the *public recruitment service agencies*. The human resources section is the one who responsible for recruitment and using the services mostly for recruiting permanent employees. The permanent employees are categorised in 2 levels which are executive management and mid management. Bachelor degree graduates are the majority that has been employed.

These are the factors that influence decision making of enterprises in using private recruitment service agencies: responsiveness, good services, service charge, consultants, and reputation of agency, advertising, technology, convenience location and fast working respectively. A very high service fee and unable to identify the qualified candidates for the assigned positions were the main problems with recruitment agencies, besides lacking expertise and taking too much time finding the right candidate. And these are factors that preclude the enterprises from using private recruitment service agencies: expensive recruitment fees, doubtful services, and not sure that the agencies will be able to find the right candidate. But more than 50% of enterprises who never use private recruitment service agencies said that they might use in the future.

The conclusion, the private recruitment service agencies should take those factors mentioned above into consideration to improve their services and overall images.

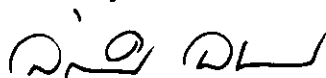
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้
บริการสาธารณะที่ดำเนินการโดยเอกชน: กรณีศึกษาการให้บริการจัดหางานโดยบริษัทจัดหางานใน
เขตจังหวัดกรุงเทพมหานครของ ธนพรรค ทองคำดี ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ ของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



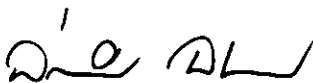
(อาจารย์ จักรพัตย์ ธนาคม)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



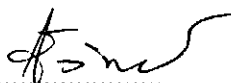
(อาจารย์ จักรพัตย์ ธนาคม)

คณะกรรมการสอบ



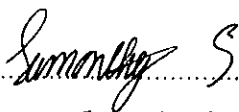
(อาจารย์ จักรพัตย์ ธนาคม)

ประธาน



(อาจารย์ ชีวินทร์ ฉายาชลิต)

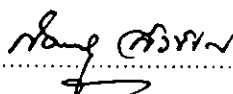
กรรมการสอบสารนิพนธ์



(อาจารย์ สุมนทิพย์ ศิริเจริญ)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ 13 ตุลาคม 2548

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านคณะกรรมการทั้ง 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย ประธานกรรมการสารนิพนธ์ ท่านอาจารย์จักราทิพย์ ธนาคม กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ท่านอาจารย์ ชีวินทร์ ฉายาขวลิต และกรรมการสารนิพนธ์ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจการจัดหางาน คุณสมนทิพย์ ศิริเจริญ ที่ได้ให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือในการสำรวจแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างดี และต้องขอขอบพระคุณสำหรับกำลังใจจากบิดาของผู้วิจัย เพื่อนร่วมงานทุกท่าน ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ได้อย่างสมบูรณ์ อย่างไรก็ตามการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้อาจสำเร็จลงได้เลย หากปราศจากการแนะนำ การให้ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการจัดหางาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณเกร์ วุฒลาคหท์ ประธานบริหารบริษัทจัดหางานโอเพิล จำกัด คุณพิมลพรรณ อ่องเสถียรสุขุม ที่ปรึกษาอาวุโส บริษัทจัดหางานทาเลนท์พลัส จำกัด คุณภาณุภุช แสงโสภณกุล และ คุณพนศ ต.แสงจันทร์ ที่คอยให้คำปรึกษา และคอยสนับสนุนช่วยเหลือในการค้นหาเอกสารข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนกำลังใจจากเพื่อน ๆ จนเกิดเป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้

ธนวรรค ทองคำดี

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	6
ความสำคัญของการศึกษา.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	7
กลุ่มตัวอย่าง.....	7
ตัวแปรที่ศึกษา.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
สมมติฐานการวิจัย.....	8
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวความคิดเกี่ยวกับบริการสาธารณะที่จัดทำโดยเอกชน.....	9
แนวความคิดของการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรบุคคล.....	10
แนวความคิดเกี่ยวกับการสรรหาและเลือกสรร.....	14
แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	18
แนวความคิดการตลาดตามเป้าหมาย.....	21
แนวความคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการ.....	27
แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	32
แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนงาน.....	36
แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลากรในการทำงาน.....	42
แนวความคิดเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์.....	44
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	49
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	49
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	51
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและวิธีต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับการสรรหา.....	54
ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบริษัทจัดหางานเอกชน.....	68
ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการบริษัทจัดหางานเอกชน.....	68
ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ.....	69
อภิปรายผล.....	72
5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	75
ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย.....	76
ข้อเสนอแนะต่อบริษัทจัดหางานเอกชน.....	76
ข้อเสนอแนะต่อสถานประกอบการ (ผู้ใช้บริการ).....	77
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	77
บรรณานุกรม.....	78
ภาคผนวก.....	85
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	108

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามประเภทธุรกิจ.....	54
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทธุรกิจ.....	54
3 จำนวนและร้อยละของบุคลากรที่รับผิดชอบในการสรรหา.....	55
4 จำนวนร้อยละของวิธีการที่ใช้ในการสรรหาพนักงาน.....	56
5 จำนวนและร้อยละของการใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน.....	56
6 จำนวนและร้อยละของการใช้บริการสรรหาพนักงาน.....	57
7 จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาที่สถานประกอบการต้องการสรรหา.....	58
8 จำนวนและร้อยละของลักษณะของสถานที่ของบริษัทจัดหางานเอกชน.....	59
9 ค่าบริการจัดหางานสำหรับพนักงานประจำ.....	59
10 อัตราค่าบริการจัดหางาน.....	60
11 ประเภทแหล่งข้อมูลของบริษัทจัดหางานเอกชน.....	60
12 ลักษณะของเจ้าหน้าที่บริษัทจัดหางานเอกชน.....	60
13 ลักษณะบริการของบริษัทจัดหางานเอกชน.....	61
14 การตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ.....	62
15 คุณสมบัติของพนักงานของพนักงานที่บริษัทจัดหางานเอกชนจัดหาให้.....	62
16 ภาพลักษณ์ของบริษัทจัดหางานเอกชน.....	63
17 การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยอำนวยความสะดวก.....	64
18 ความรวดเร็วในการทำงานของบริษัทจัดหางาน.....	65
19 การเรียงลำดับปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน.....	66
20 การคาดการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการต่อการตัดสินใจใช้บริการในอนาคต.....	67
21 การคาดการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการต่อการตัดสินใจใช้บริการในอนาคต.....	67
22 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน.....	68
23 เหตุผลที่ตัดสินใจไม่ใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน.....	69

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

บริการจัดหางานถือเป็นหนึ่งในบริการสาธารณะที่รัฐให้บริการแก่ประชาชน ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงนั้นก็คือกรมการจัดหางาน ภาวะการว่างงานในปัจจุบันที่ยังคงมีผู้ว่างงานอยู่เป็นจำนวนมากของผู้ที่กำลังอยู่ในแรงงาน กรมการจัดหางานซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐได้ให้การดูแลรับผิดชอบให้กับบุคคลกลุ่มนี้ โดยเป็นตัวกลางระหว่างคนหางานกับนายจ้างและสถานประกอบการ ได้พบปะเพื่อคัดเลือกและได้รับการบรรจุงานอย่างต่อเนื่องเสมอมา แต่ถึงกระนั้นด้วยเหตุที่จำนวนผู้ว่างงานมีอยู่เป็นจำนวนมาก ลำพังหน่วยงานของรัฐจึงยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาการว่างงานได้อย่างทั่วถึงในเวลาอันสั้น ดังนั้นจึงได้ให้การสนับสนุนภาคเอกชนได้เข้ามาคอยกำกับควบคุมดูแล สำนักงานจัดหางานเอกชนเหล่านี้ได้ปฏิบัติตามกฎหมายที่กำหนด เพื่อคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของคนหางานเป็นที่ตั้ง รวมทั้งมีบทลงโทษหากฝ่าฝืนกฎหมายอันเป็นผลให้เกิดความเสียหายแก่คนหางาน

กองตรวจและคุ้มครองคนหางาน เป็นหน่วยงานโดยตรงที่ควบคุม กำกับ ดูแลสำนักงานจัดหางานเอกชน ตั้งแต่กระบวนการพิจารณาของอนุญาตจัดตั้งสำนักงานไปจนถึงการคุ้มครองให้คนหางานได้รับความเป็นธรรมจากการหางานทำ ปัจจุบันสำนักงานจัดหางานเอกชนที่มาขออนุญาตจดทะเบียนมีทั้งหมดทั่วประเทศ จำนวน 154 แห่ง อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 137 แห่ง และอยู่ในต่างจังหวัดจำนวน 17 แห่ง สำนักงานที่จัดตั้งขึ้นนี้จะมีอยู่ 2 กรณีคือ กรณีนิติบุคคล ในนามบริษัทจัดหางาน... จำกัด หรือห้างหุ้นส่วนจำกัดจัดหางาน... และอีกกรณีหนึ่งคือกรณีของบุคคลธรรมดาในนามสำนักงานจัดหางาน... ซึ่งเท่าที่ผ่านมาได้มีผู้สนใจสมัครงานกับสำนักงานเหล่านี้เป็นจำนวนมากเช่นกัน และส่วนใหญ่ที่ยังไม่รู้ถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสมัครงาน หรือรู้อย่างไม่มากนัก หรือบางครั้งยังเกิดความสับสนว่าข้อเท็จจริงเป็นอย่างไรกันแน่ โดยสำนักงานฯ ที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นนี้จะเป็นในรูปของธุรกิจ ซึ่งแน่นอนว่าต้องมีค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และหวังผลกำไรจากการดำเนินงาน โดยจะแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. กลุ่มที่ไม่เก็บค่าบริการและค่าใช้จ่ายจากผู้หางาน แต่จะเรียกเก็บจากนายจ้างหรือสถานประกอบการที่สำนักงานฯ จัดหาคนให้ ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทจัดหางาน

2. กลุ่มที่บางครั้งเก็บค่าบริการและค่าใช้จ่ายจากสำนักงานฯ และบางครั้งเก็บจากคนหางาน

3. กลุ่มที่เก็บค่าบริการและค่าใช้จ่ายจากคนหางานโดยตรง ส่วนใหญ่จะเป็นในรูปของกรณีบุคคลธรรมดา หรือสำนักงานจัดหางาน

อีกด้านหนึ่งซึ่งมีความต้องการแรงงานก็คือองค์การธุรกิจ ซึ่งทุกแห่งมักจะคำนึงถึงปัจจัยอย่างหนึ่งในการบริหาร คือ ปัจจัยทางด้านบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งตำแหน่งทางการบริหาร องค์การธุรกิจที่มีการจัดองค์การที่ดีที่เหมาะสม คงไม่สามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพได้ ถ้าหากขาดตัวแทนที่จะสรรหาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพเข้ามาดำรงตำแหน่งที่ว่างซึ่งเป็นขั้นตอนและระบบที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งของการบริหารทรัพยากรบุคคล อาจกล่าวได้ว่าการจัดการทรัพยากรบุคคล คือ การบรรจุบุคคลในตำแหน่งต่าง ๆ ตามโครงสร้างขององค์การตลอดจนการระบุถึงความต้องการทางด้านกำลังผลการสำรวจประมาณ คุณภาพของคนในตลาดแรงงาน การสรรหา การคัดเลือก การบรรจุ การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การประเมินผลการปฏิบัติงานการจ่ายค่าตอบแทนและการชดเชยตลอดจนการฝึกอบรมเพื่อให้มีความสามารถตามที่ต้องการ

ในด้านการดำเนินธุรกิจ “คน” เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการบริหารงาน เพราะคนเป็นผู้ใช้ปัจจัยในการบริหารงาน หากหน่วยงานใดสามารถหาคนที่มีความรู้ ความสามารถเข้าปฏิบัติงานเป็นที่แน่ใจได้ว่า การบริหารงานในหน่วยงานนั้นจะเจริญก้าวหน้า และสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด การสรรหาและเลือกสรรบุคลากรจึงถือได้ว่าเป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญมากของการบริหารงานบุคคล ดังนั้น ในหลักการของกระบวนการนี้คือ “หาคนดีมีความรู้ความสามารถที่สุดเท่าที่จะหาได้” โดยตั้งอยู่บนรากฐานของความเสมอภาค และการกระทำอย่างมาตรฐาน (กองตรวจและคุ้มครองคนหางาน กรมการจัดหางาน, 2541 น. 20) สำหรับสถานประกอบการขนาดเล็ก มักนิยมใช้บริการจัดหางานจากสำนักจัดหางานของรัฐและสำนักจัดหางานเอกชน แล้วนำบุคคลที่ได้มาไปทดสอบหรือสัมภาษณ์เพื่อดูความเหมาะสม ซึ่งจะเป็นการประหยัดและเป็นการกลั่นกรองบุคคลมาก่อขึ้นหนึ่ง

ในปัจจุบันมีการแข่งขันในเชิงธุรกิจกันอย่างรุนแรง เพราะฉะนั้นจึงมีการดึงตัวบุคลากรในธุรกิจคู่แข่งเกิดขึ้น ในแต่ละสถานประกอบการต้องการที่จะได้บุคลากรที่ดีเข้ามาร่วมพัฒนาธุรกิจ แต่จะต้องรักษาจริยบรรณควบคู่ไปในการดำเนินธุรกิจด้วย เพราะฉะนั้นการดึงตัวของบุคลากรในบริษัทของคู่แข่งจึงเป็นสิ่งที่ไม่สมควรกระทำ จึงทำให้เกิดตัวแทนที่จะเข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อบุคลากรด้วยการใช้ Head Hunter หรือ Recruitment Agency ซึ่งในปัจจุบันบริษัทเหล่านี้กำลังเป็นที่ต้องการของบริษัทใหญ่ที่ไม่ต้องการใช้คนมาก และต้องการได้คนดีและคนเก่งเข้ามาทำงาน

บริษัทที่ให้บริการทางด้าน Head Hunter กับ Recruitment นั้นมีความคล้ายคลึงกัน แตกต่างกันตรงที่ Head Hunter นั้นจะเข้าไปติดต่อกับคนที่คาดหวังว่าเป็นบุคคลที่ลูกค้าต้องการ คือ พยายามเข้าไปดึงให้คน ๆ นั้นสนใจในงานที่เสนอ แต่บริษัทจัดหางาน จะสรรหาคัดเลือกบุคคล ให้ตรงกับคุณสมบัติ และความต้องการขององค์กร ซึ่งส่วนใหญ่นั้นจะดูจากรายละเอียดของงานเป็นองค์ประกอบหลัก ทางด้าน

บริษัทจัดหางานนั้น มีหลายประเภทด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น การลงโฆษณาตามเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือตามหน้าหนังสือพิมพ์เพื่อบริษัทลูกค้าให้กับบริษัทลูกค้า การทำเว็บไซต์ขึ้นมาให้สมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากผลการสำรวจจากบริษัทวู้ทสัน ไวแอท จำกัด ตามโครงการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจในงานของพนักงานในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 111,500 คน จาก 519 บริษัทชั้นนำ ใน 11 ประเทศของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก พบประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการย้ายงานว่า “ประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างอาจจะย้ายงานไปยังองค์กรอื่นที่มีตำแหน่งและค่าตอบแทนเท่าเทียมกัน” และถ้าโฟกัสลงไปที่ประเทศไทย ผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างกว่า 6,700 คน จากกว่า 30 บริษัทชั้นนำ พบว่า “คนไทยมากกว่าครึ่งหนึ่งเพียงเล็กน้อยที่ยังผูกพันกับองค์กรโดยที่ความต้องการทำงานร่วมกับองค์กรต่อไปแม้จะได้รับข้อเสนอจากที่อื่นซึ่งให้ตำแหน่งและผลตอบแทนพอกัน ส่วนที่เหลือพร้อมจะจากไป นอกจากนี้ ยังพบว่าแม้จะเชื่อว่าองค์กรของตนจะบริหารงานอย่างตรงไปตรงมา แต่ควรปรับปรุงการรักษาคนเก่งให้สามารถอยู่ร่วมกับองค์กรได้นาน ๆ” (อ้างอิงจาก ผู้จัดการรายสัปดาห์ วันที่ 17 ธ.ค. 2547)

ในต่างประเทศ ที่สหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยของ Accenture ที่สำรวจจาก 244 ผู้บริหารระดับสูง (Senior Executives) ในสหรัฐอเมริกา ยุโรปและออสเตรเลีย เพื่อจะบ่งชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของพนักงานและธุรกิจในปัจจุบัน มีประเด็นที่น่าสนใจ คือ

1. ราว 41 % ของกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่าสงครามแย่งชิงคนเก่งจะมีผลกระทบต่อบริษัทของตนในอีก 12 เดือนข้างหน้า ในขณะที่ 23 % บอกว่ามันส่งผลกระทบต่อบริษัทของตนแล้ว

2. เมื่อถามถึงความสามารถขององค์กรที่สำคัญคืออะไร พบว่าส่วนใหญ่ 65 % บอกว่า เรื่องการพัฒนาความสามารถในการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ในขณะที่ 49 % บอกว่า เรื่องการสร้างองค์กรและวัฒนธรรมให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งสำคัญ

3. เมื่อถามถึงกลยุทธ์การลดต้นทุนกับการเติบโตเป็นอย่างไร พบว่า 32 % บอกว่าบริษัทยังคงทำเรื่องการควบคุมต้นทุนอยู่เช่นเดิม ในขณะที่ 27 % บอกว่าบริษัทของตนกำลังทำเรื่องการเติบโตอยู่ และที่สำคัญคือ อีก 42 % บอกว่าบริษัทของตนกำลังจะทำเรื่องกลยุทธ์การเติบโตในเร็ววันนี้ ซึ่งสวนทางกับอีก 18 % ที่จะมุ่งไปทำกลยุทธ์การควบคุมต้นทุน

4. สำหรับเรื่องการจัดการทรัพยากรบุคคล พบว่า ราว 18 % พอใจกับผลการดำเนินงานในภาพรวมของฝ่าย HR แต่พบว่ามีเพียง 16 % เท่านั้นที่พึงพอใจต่อผลการดำเนินงานเรื่องการฝึกอบรม (อ้างอิง จาก <http://www.smartpros.com/x44361.xml>)

McKinsey & Company, Inc. ตีพิมพ์เผยแพร่เอกสารเรื่อง "The War for Talent" ในเดือนเมษายน 2544 มีผลการวิจัยตอนหนึ่งรายงานไว้ว่า " ในประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มวัยคนทำงานที่มีอายุ 35-44 ปี ที่จะก้าวเข้าสู่ระดับผู้บริหาร มีแนวโน้มที่จะลดลงราว 14 % ในอีก 15 ปีข้างหน้า ถ้าเป็นประเทศสหราชอาณาจักร จะลดลงราว 21 % ประเทศเยอรมัน จะลดลงราว 27 % และประเทศอิตาลี จะลดลงราว 24 %" (อ้างอิงจาก<http://www.mckinsey.de>)

สิ่งที่เราเห็นได้เด่นชัดที่สุดจากผลการวิจัย คือ กลุ่มคนทำงานยังคงสามารถเคลื่อนย้ายงานได้อยู่เสมอ และแน่นอนย่อมมีคนเก่งปะปนอยู่ในจำนวนนั้น หมายความว่า แทบทุกองค์กรย่อมมีโอกาสสูญเสียคนเก่งออกไป เมื่อย้อนกลับไปสำรวจตัวเองขององค์กร มีผลสรุปค่อนข้างตรงกันว่า อุณหภูมิของสงครามแย่งชิงคนเก่งที่เริ่มร้อนแรงขึ้นทุกขณะ แต่มีองค์กรเพียงเล็กน้อยที่เตรียมพร้อมต่อสถานการณ์นี้เท่านั้น และมีองค์กรเป็นจำนวนมาก ไม่ได้ตระหนักถึงกลยุทธ์การจัดการคนเก่ง เพื่อเตรียมรับสถานการณ์ดังกล่าวเลย McKinsey & Company จั่วหัวข้อไว้ตอนหนึ่งในรายงานว่า "สงครามแย่งชิงคนเก่งจะยังคงอยู่ต่อไป แต่บริษัทแทบไม่ได้เตรียมพร้อมอะไรเลย (The war for talent will persist and Companies are not prepared)" เพื่อจะแสดงให้เห็นถึงตัวเลขของกลุ่มคนเก่งในระดับบริหารที่มีน้อยลงและมีจำกัด ในขณะที่ผู้บริหารส่วนใหญ่ยังไม่ตระหนักถึงเรื่องระบบการจัดการคนเก่ง

มีแนวความคิดของการจัดการทรัพยากรบุคคลยุคใหม่ ที่ควรจะใช้ความสามารถเป็นหลัก (Competency-based approach) ในการบริหารจัดการภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็น การรับสมัคร การปรับตำแหน่ง การให้รางวัล แม้กระทั่งการปรับเงินเดือน แนวความคิดดังกล่าวจะช่วยคัดกรองคนที่เป็นคนเก่ง คนที่มีศักยภาพ และคนที่ไม่ได้เรื่องออกเป็นกลุ่มๆ แต่ละกลุ่มย่อมมีวิธีการบริหารจัดการต่างๆ กัน แต่สิ่งที่ยากที่สุดในเรื่องนี้ คือ จะทำอย่างไรให้คนที่ไม่ได้เรื่องออกจากองค์กรอย่างไม่มีปัญหา? แทบทุกองค์กรคงต้องเผชิญกับปัญหานี้บ้าง หากโชคร้ายองค์กรจะมีสัดส่วนคนที่ไม่ได้เรื่องมากกว่าคนที่มีความสามารถ ส่วนคนเก่งนั้นย่อมมีน้อยอยู่แล้ว

อีกประการหนึ่งที่เราจะต้องปรับความคิดใหม่ในการจัดการทรัพยากรบุคคล คือ แต่เดิมบทบาทและหน้าที่ในการจัดการบุคคล องค์กรจะปล่อยให้ฝ่าย HR ทำกันเองอย่างเต็มที่ที่ไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยว แต่ปัจจุบัน การจัดการบุคคลเป็นหน้าที่และบทบาทร่วมกันของผู้บริหารทุกฝ่าย ในขณะเดียวกันผู้บริหาร HR ต้องเข้าไปเรียนรู้เรื่องการบริหารเชิงกลยุทธ์ ต้องรู้ว่าธุรกิจขององค์กรดำเนินไปอย่างไร อยู่ในสถานะใดด้วยครับ ยกตัวอย่างเช่น การหาคนเก่งในฝ่ายผลิต ผู้จัดการฝ่ายผลิตอาจจะมีเครือข่าย (network) ในสาขา กลุ่มอาชีพดีกว่าฝ่ายบริหารงานบุคคลอาจจะนำเสนอและร่วมกันคัดกรองคนเก่งเหล่านั้นก็เป็นได้

แหล่งที่มาของคนเก่งสามารถหาได้จากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1. ใช้โฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลายในประเทศไทย แต่อาจจะไม่ค่อยได้ผลก็ได้

2. ใช้บริการจากอินเทอร์เน็ต Job Search Web ต่างๆ

3. ใช้บริการจาก Head hunter หรือ Hiring agent

4. แนะนำให้องค์กรเปิดช่องทางให้ผู้สนใจเข้าไปสมัครงานได้ใน Web site ขององค์กร

5. ใช้ระบบเครือข่ายในกลุ่ม เช่น กลุ่มในสภาอุตสาหกรรม กลุ่มสมาคมธุรกิจท้องถิ่นเป็นสมาชิก

6. หากจากการเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร เช่น จากการเข้าร่วมสัมมนา หรือ จากการเข้าร่วมประชุม หรือแม้กระทั่งกิจกรรม Walk really ฯลฯ

7. หากจากสถาบันการศึกษาโดยตรง บริษัทใหญ่ๆ นิยมใช้กันในช่วงเทอมสุดท้ายก่อนจบการศึกษา

8. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรให้องค์กรโดยตรง อาจจะให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่มีแนวโน้มว่าจะเป็น Talent ให้กับองค์กรได้ ซึ่งอาจจะกำหนดเงื่อนไขให้ศึกษาเฉพาะทางเลยก็ได้

9. แนะนำให้ HR นำประวัติการรับสมัครเก่าๆ (Resume) มาปิดฝุ่นดูใหม่

10. หากจากคู่แข่ง หรือ จากลูกค้า หรือ จากผู้ขาย

ช่วง 2-3 ปีมานี้ เรามักจะพบกับประกาศรับสมัคร ผู้อำนวยการองค์กรรัฐ ผู้ว่าการของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ กรรมการผู้จัดการใหญ่ของธนาคารรัฐ ตามหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีให้เห็นอยู่อย่างมิได้ขาดสาย ขณะเดียวกัน ผู้บริหารสูงสุดสำหรับองค์กรรัฐเมื่อได้เป็นแล้วก็มีข่าวคราวออกมาอีกอย่างน่าสนใจมากคือการปรับเพิ่มเงินเดือนให้ตัวเองหรือทุกคนในองค์กรที่บริหารอยู่และที่เป็นข่าวสะเทือนขวัญและระทึกใจผู้อ่านส่วนใหญ่มักจะมีอยู่ 2-3 เรื่องด้วยกัน อาทิ

1. การใช้สิทธิของผู้มีอำนาจไม่ว่าจะเป็นการถือหุ้นใหญ่หรืออำนาจทางกฎหมายในการกำกับควบคุม หรืออำนาจสูงสุดในฐานะเจ้ากระทรวงในการแต่งตั้งหรือระงับการแต่งตั้งตามกระบวนการสรรหาที่เกิดขึ้น

2. การฟาดฟันกันระหว่างคู่แข่งตำแหน่ง (Candidate) ซึ่งส่วนใหญ่จะพบว่าเป็นความสนุกมากที่ออกมาให้ข่าวคราวระหว่างกันผ่านทางหน้าหนังสือพิมพ์ให้เห็นอยู่เหมือนเป็น "Series" หลายตอนจบ บางคู่ชิงถึงขนาดต้องไปจบกันที่ศาลก็มี

3. เมื่อสิ้นสุดการสรรหา การทำงานระหว่างผู้บริหารสูงสุดที่ได้รับการคัดเลือกเข้ามากับผู้ที่เป็นคู่แข่งและมีตำแหน่งต่ำกว่า จะร่วมกันทำงานอย่างสามัคคีได้อย่างไร และส่วนใหญ่จะมีคนได้น้ำคอปั่นองค์กรให้ดูสับสนวุ่นวาย เหมือนกับว่าผู้บริหารสูงสุดที่ได้มาใหม่นั้นทำงานไม่มีประสิทธิภาพ สิ่งที่เป็นคำถามเชิงสาธารณะหรือด้วยจิตสาธารณะคือ

วิธีการหรือรูปแบบการสรรหาผู้บริหารสูงสุดสำหรับองค์กรรัฐดังกล่าวเป็น วิธีการที่มีประสิทธิภาพและเกิดผลสำเร็จเป็นประโยชน์กับทรัพย์สินของรัฐและการบริการประชาชนได้อย่างแท้จริงหรือไม่

ผู้ที่รับผิดชอบคิดวิธีการดังกล่าวได้เคยคิดที่จะปรับปรุงให้กระบวนการสรรหาผู้บริหารสูงสุดสำหรับองค์กรรัฐมีประสิทธิภาพและไม่เป็น "Series" ที่บังคับให้ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ต้องอ่านหรือได้เห็นหรือได้ยินทางทีวี

มีหรือไม่ในวิธีการสรรหาแบบระบบเปิด (Open System) ดังกล่าวได้ผู้บริหารสูงสุดสำหรับองค์กรรัฐที่ดีเลิศประเสริฐศรีทำงานเข้าตากรรมการทั้งประชาชน พนักงาน ผู้บริหารในองค์กร รัฐมนตรีว่าการหรือแม้กระทั่ง CEO ของ CEO คนดังกล่าว

แต่ที่แน่ๆ ในองค์กรภาคเอกชนไม่ใช้วิธีแบบนี้ เพราะจะมีการใช้ บริษัทล่าหัวมนุษย์ (Head Hunter) กันและมีประสิทธิภาพมากกว่าวิธีการที่องค์กรของรัฐใช้การสรรหาแบบเปิด

ในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันซึ่งเอื้อประโยชน์ให้กับบริษัทจัดหางานที่จะทำการเฟ้นหาบุคลากรที่เหมาะสมให้กับสถานประกอบการเติบโตและขยายขึ้นอย่างรวดเร็ว มีทั้งบริษัทจัดหางานระดับสูง ระดับกลาง ระดับปฏิบัติการ หรือการจัดหางานสำหรับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งในแต่ละบริษัทก็มีค่าบริการที่แตกต่างกัน บางบริษัทนั้นจะไม่เก็บค่าดำเนินการจนกว่าจะส่งมอบบุคลากรที่เหมาะสมให้กับสถานประกอบการ แต่บางบริษัทนั้นก็มีการคิดค่าดำเนินการระหว่างการทำงานตั้งแต่ขั้นตอนแรก จนถึงขั้นตอนสุดท้าย ดังนั้นปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจเพื่อการเลือกใช้บริการของบริษัทจัดหางาน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้เพื่อศึกษาลักษณะของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน

ความสำคัญของการวิจัย

ในการประเมินผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำให้สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข การบริการของบริษัทจัดหางาน เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับสถานประกอบการ

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

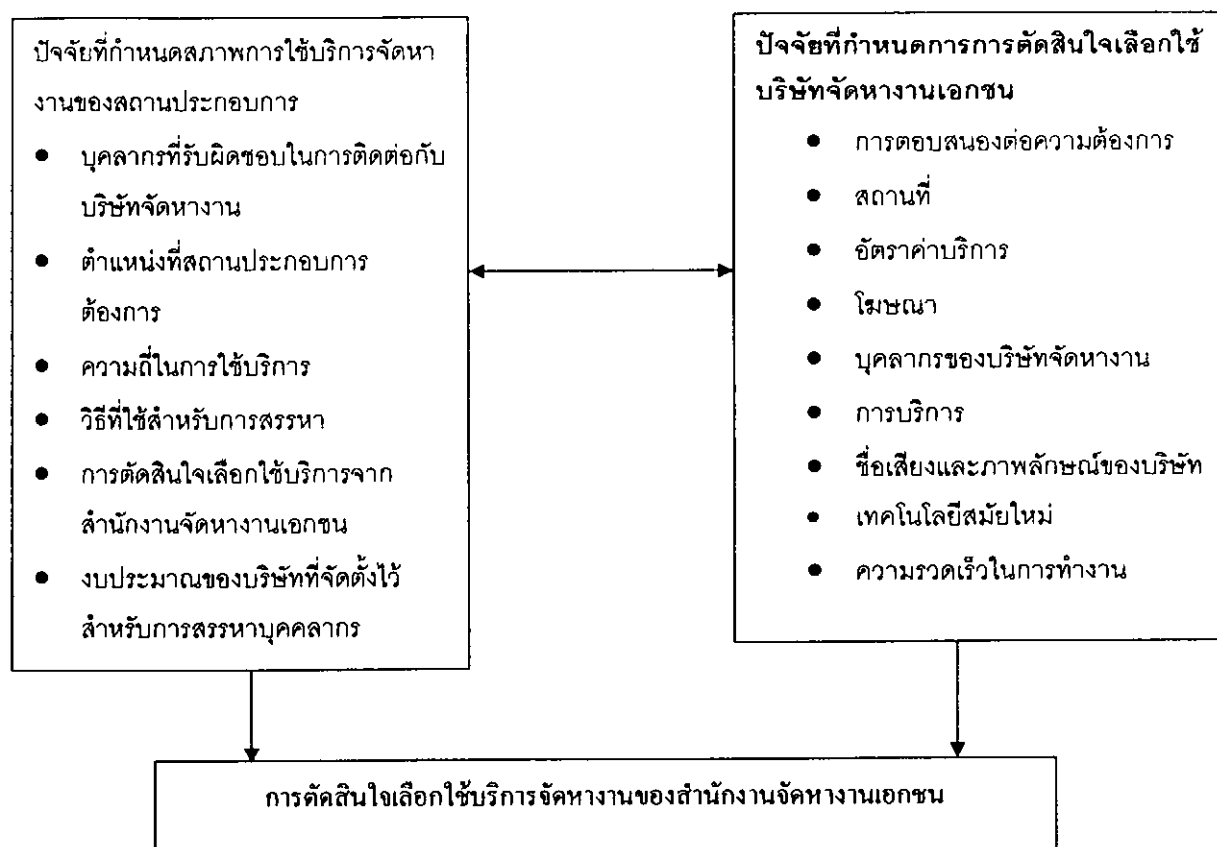
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ สถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยบริษัทข้ามชาติซึ่งแบ่งตามประเภทธุรกิจเช่น การเงินการธนาคาร บริษัทโฆษณา บริษัทก่อสร้าง ห้างสรรพสินค้า บริษัทเคมีภัณฑ์ บริษัทสินค้าอุปโภคบริโภค บริษัทวิศวกรรม บริษัทผลิตอาหาร และ เครื่องดื่ม บริษัทประกันภัย บริษัทคอมพิวเตอร์ บริษัทกฎหมาย บริษัทการบันเทิง บริษัทขนส่ง บริษัทที่ปรึกษาและการจัดการ บริษัทวิจัยตลาด บริษัทผลิตเครื่องมือแพทย์และยา รวมทั้งสิ้น 200 บริษัท

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยข้างต้นซึ่งจะเป็นบริษัทข้ามชาติต่าง ๆ ในทุกประเภทธุรกิจที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการจัดหางานของสำนักงานจัดหางานเอกชน โดยศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจัดหางานของสำนักงานจัดหางานเอกชนเกี่ยวกับ สถานที่ ค่าบริการ โฆษณา บุคลากร บริการ การตอบสนองความต้องการ ภาพลักษณ์ของบริษัทและเทคโนโลยี ซึ่งนำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผลของการวิจัยมีแนวโน้มในการให้บริการของบริษัทจัดงานเพิ่มมากขึ้น
2. ปัจจัยที่กำหนดสภาพการให้บริการจัดงานของสถานประกอบการ และปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดงานเอกชนนั้นเป็นองค์ประกอบหลักที่มีผลในการตัดสินใจของสถานบริการในเรื่องของการให้บริการจัดงานจากบริษัทจัดงานเอกชน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับบริการสาธารณะที่จัดทำโดยเอกชน
2. แนวความคิดของการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรบุคคล
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการสรรหาและเลือกสรร
4. แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
5. แนวความคิดการตลาดตามเป้าหมาย
6. แนวความคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการ
7. แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
8. แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลากรในการทำงาน
9. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนงาน
10. แนวความคิดเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์
11. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเกี่ยวกับบริการสาธารณะที่จัดทำโดยเอกชน

ปัจจุบันมีการมอบบริการสาธารณะบางประเภทให้แก่เอกชนไปดำเนินการจัดทำ โดยบริการสาธารณะที่ฝ่ายปกครองจะมอบให้เอกชนไปดำเนินการนั้นจะต้องเป็นบริการสาธารณะที่ไม่เกี่ยวกับความมั่นคงของประเทศ หรือไม่เกี่ยวกับการดำเนินการในการบริหารประเทศอันเป็นหน้าที่ของฝ่ายปกครอง

การมอบบริการสาธารณะให้แก่เอกชนไปจัดทำจะต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ โดยในตอนแรกนั้นจะต้องมีการมอบอำนาจ (Habilitation) ในการจัดทำบริการสาธารณะอันเป็นอำนาจที่มีลักษณะผูกขาด โดยฝ่ายปกครองไปยังเอกชนก่อน เอกชนจึงจะสามารถจัดทำบริการสาธารณะได้

ในทางปฏิบัติแล้ว มีอยู่สองรูปแบบที่นิติบุคคลในกฎหมายมหาชนที่เป็นเจ้าของบริการสาธารณะจะมอบให้แก่บุคคลภายนอกเป็นผู้จัดทำบริการสาธารณะแทนตน รูปแบบทั้งสองได้แก่ การมอบฝ่ายเดียว (L'acte Unilateral) และการมอบโดยสัญญา (Le Contrat)

1. การมอบบริการสาธารณะฝ่ายเดียว คือการให้บุคคลภายนอกเข้ามาดำเนินการจัดทำบริการสาธารณะเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบและมีจำนวนมาก การมอบบริการสาธารณะอาจเกิดขึ้นจากการที่ฝ่ายนิติบัญญัติออกกฎหมายมอบให้เอกชนไปจัดทำบริการสาธารณะบางประเภท กรณีดังกล่าวฝ่ายปกครองจะต้องอนุญาตก่อน เอกชนจึงจะมีอำนาจจัดทำบริการสาธารณะนั้น ตัวอย่างเช่น การขออนุญาตเข้าทำประโยชน์ในที่ดินของรัฐ เป็นต้น

2. การมอบโดยเจตนาของฝ่ายปกครอง กล่าวคือ ฝ่ายปกครองออกคำสั่งให้บุคคลภายนอกเข้าไปดูแลจัดการบริการสาธารณะโดยไม่สมัครใจ ซึ่งกรณีนี้จะเกิดขึ้นได้ในภาวะสงครามหรือเกิดความไม่สงบ ซึ่งฝ่ายปกครองอาจใช้อำนาจพิเศษของตนยึดมาดำเนินการเองเนื่องจากผู้ดำเนินการจัดทำบริการสาธารณะนั้นประท้วงไม่ดำเนินการจัดทำบริการสาธารณะ เมื่อฝ่ายปกครองยึดมาแล้วก็สามารถออกคำสั่งให้เอกชนรายใดรายหนึ่งซึ่งดำเนินกิจการในลักษณะเดียวกันเข้าไปจัดทำบริการสาธารณะนั้น เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของบริการสาธารณะได้

การจัดหางานก็เป็นบริการสาธารณะประเภทหนึ่งซึ่งดำเนินการโดยรัฐ แต่เนื่องจากรัฐไม่สามารถให้บริการกับประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพได้เต็มที่เนื่องจากมีหลายปัจจัยซึ่งไม่อำนวยความสะดวกการบริหารงานของรัฐ เช่น สภาพการว่างงานในปัจจุบัน สภาพเศรษฐกิจ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการทำงาน ฯลฯ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้รัฐมอบหมายให้เอกชนซึ่งมีความสามารถในการส่งมอบบริการสาธารณะมากกว่าได้เข้ามาดำเนินการจัดหางานให้กับประชาชน ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของสำนักงานจัดหางาน หรือบริษัทจัดหางาน ซึ่งในปัจจุบันนี้มีอยู่หลายบริษัทด้วยกัน

2. แนวความคิดของการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรบุคคล

การจัดหางานเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งในแต่ละองค์กรนั้นจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างดี ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ ได้ใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อการศึกษาดังต่อไปนี้

1. การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning)

การวางแผนกลยุทธ์ คือ การบริหารทรัพยากรทุกอย่างประกอบด้วย การวางแผนกลยุทธ์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การวิเคราะห์งาน การสรรหาและคัดเลือก การประเมินผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาบุคคล การให้ค่าตอบแทน และปัญหาด้านแรงงาน เพื่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและ

การสร้างอนาคตขึ้นมา โดยทั่วไปลำดับของกลยุทธ์มีอยู่ 3 ระดับดังนี้ ระดับบริษัท (Corporate) ธุรกิจ (Business) และหน้าที่ (Functional)

2. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)

ทรัพยากรมนุษย์ หรือแรงงานเป็นผู้สร้างสรรค์สิ่งทุกอย่างอย่างจนกระทั่งกลายเป็นผลผลิตและบริการ การขาดแคลนหรือมีมากเกินไปของทรัพยากรมนุษย์หรือแรงงาน ย่อมส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรนั้นพบอุปสรรคนานาประการ และไม่บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ วิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรไม่เกิดปัญหาข้างต้นคือ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ หรือวางแผนความต้องการแรงงาน

3. การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning)

การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ ก็คือความต้องการแรงงานของกิจการได้อย่างสอดคล้อง R.Wayne Mondy and Robert M.Noel ได้กล่าวว่า การวางแผนความต้องการแรงงานนั้น ต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ (Internal and External Environment) ภายใต้การวางแผนกลยุทธ์ของกิจการ (Corporate Strategic Planning) ในความเป็นจริงของทศวรรษที่ ค.ศ. 1990 การวางแผนความต้องการแรงงานนั้นมีความสำคัญ ระดับเดียวกับการวางแผนกลยุทธ์ของกิจการ

พะยอม วงศ์สารศรี กล่าวว่า การวางแผนทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญต่อการทำให้กิจการสามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในอนาคต ทั้งนี้เพราะการวางแผน ทรัพยากรมนุษย์มีลักษณะเป็นระบบกลไกที่ช่วยให้มีการวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผลเพื่อพิจารณาให้ได้มาซึ่งบุคคลประเภทต่างๆ จำนวนบุคคลที่ผันแปรไปตามการเปลี่ยนแปลงขององค์การ และระยะเวลาที่ต้องการบุคคลนั้น ซึ่งเป็นผลทำให้องค์การมีความเจริญเติบโต ไม่ประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากร เพราะได้มีการวิเคราะห์ว่าในปีใดจะต้องรับพนักงานเข้ามาแทนที่ และรองรับการขยาย ข้างงานในอนาคตอย่างไร ฉะนั้น การวางแผนทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ นอกจากนี้ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ยังสามารถทำให้กิจการสามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นคงท่ามกลางสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งมีแผนดำเนินการอย่างละเอียดทุกขั้นตอนในการปฏิบัติงาน

สมคิด บางโม ได้กล่าวว่า ในการวางแผนนั้นมักต้องกำหนดระยะเวลาไว้ว่าแผนดังกล่าวจะทำขึ้นสำหรับระยะเวลานานเท่าใด อาจจำแนกชนิดของแผนตามระยะเวลา สามารถแบ่งชนิดของแผนออกได้ดังต่อไปนี้

1. แผนระยะสั้น (Short - Range Planning) เป็นแผนในรูปของกิจกรรมเฉพาะอย่างที่มีมุ่งหวังให้เกิดในอนาคตอันใกล้ และสอดคล้องกับแผนระยะยาวโดยมากมักกำหนดเวลา 1 – 2 ปี

2. แผนระยะปานกลาง (Medium - Range Planning) เป็นแผนที่มีระยะเวลาปฏิบัติการตามปกติอยู่ในระยะ 3 – 5 ปี

3. แผนระยะยาว (Long- Range Planning) เป็นแผนของกิจกรรมขนาดใหญ่ที่มี การทำงานสลับซับซ้อนตลอดจนใช้เวลานานกว่า 5 ปีขึ้นไป

เสนาะ ดิยาว์ กล่าวว่า การวางแผนความต้องการแรงงานนั้นมีความจำเป็น ดังนี้

1. ภาวะการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะปัญหาทางเศรษฐกิจ

2. การแข่งขันในธุรกิจสูงขึ้น

3. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี จึงเป็นต้องหาบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ

4. กฎหมายและข้อกำหนดของรัฐในด้านแรงงาน

5. การขยายฐานหรือลดขนาดอย่างรวดเร็วของกิจการ

6. การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการก่อสร้าง

7. ภาวะการจ้างงานของตลาดแรงงานนั้น

8. ความรู้ความสามารถของแรงงานต่ำกว่าความคาดหวังของกิจการในงานที่ทำ

เสนาะ ดิยาว์ ยังกล่าวต่อไปอีกว่า สำหรับเหตุผลของความต้องการแรงงานที่เกิดขึ้นปัจจุบันและพบบ่อยมีดังนี้

1. ความต้องการแรงงานเนื่องจากการดำเนินการโครงการใหม่

2. ความต้องการแรงงานเนื่องจากการปรับปรุงระบบการทำงาน

3. ความต้องการแรงงานเนื่องจากการทดแทนคนเก่าที่ออกไป

4. ความต้องการแรงงานเนื่องจากการแผนการขยายงานที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า โดยมี

วัตถุประสงค์ของการวางแผนความต้องการ ดังนี้

4.1 เพื่อประสิทธิภาพการใช้แรงงานในการทำงาน

4.2 เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาแรงงาน

4.3 เพื่อให้การดำเนินการว่าจ้างมีประสิทธิภาพ

R.Wayne Mondy and Robert M.Noel อธิบายถึงแนวคิดของการคาดคะเนความต้องการแรงงาน และความสามารถของการหาได้ของแรงงาน ด้วยวิธีหรือเทคนิคที่เหล่านี้อาชีพรู้จักดีและเลือกใช้ ดังนี้

1. เทคนิค "ตำแหน่งเข้าทำงานเท่ากับตำแหน่งละออกจากงาน (Zero – Base Forecasting)" เป็นวิธีการใช้ระดับการจ้างแรงงาน ณ ปัจจุบันของกิจการเป็นจุดตั้งต้นเพื่อตัดสินความต้องการแรงงานในอนาคต โดยการอาศัยงบประมาณในการจ้างแรงงานเท่าเดิม ในการพิจารณาว่าจ้างตำแหน่งงานที่จำเป็น แม้ว่ามีความเกษียณอายุ ลาออก ถูกไล่ออก ด้วยเหตุผลใดก็ตาม ทำให้เกิดตำแหน่งว่างก็จะไม่ถูกหาแรงงานมาแทนที่โดยอัตโนมัติ แต่จะได้รับการพิจารณา ให้ได้รับการแทนที่ด้วยตำแหน่งใหม่ผ่านการวิเคราะห์แล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการแรงงานที่แท้จริง

2. เทคนิค "หัวหน้างานแจ้งความต้องการขึ้นมา (Bottom up Approach)" เป็นวิธีการที่หัวหน้างานแต่ละหน่วยแจ้งความจำนงค์ความต้องการแรงงานขึ้นมา เริ่มต้นในระดับต่ำที่สุดรวบรวมกันขึ้นเป็นความต้องการแรงงานที่เหมาะสมโดยผ่านผู้จัดการพิจารณาเปรียบเทียบแรงงาน ณ ปัจจุบันกับระดับความจำเป็น กับระยะเวลาในการดำเนินการอย่างเพียงพอของฝ่ายบุคคล

3. เทคนิค "ใช้หน่วยพยากรณ์เป็นตัวตั้ง (Use of Predictor Variables)" เป็นวิธีการใช้การจ้างแรงงานในอดีตเพื่อพยากรณ์ความต้องการแรงงานในอนาคตวิธีหนึ่ง โดยใช้หน่วยพยากรณ์ของยอดขายหรือยอดขายผลิต ฯลฯ เป็นตัวแปรในการพยากรณ์ความต้องการแรงงานในอนาคต ทัวไปใช้ร่วมกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอย (Regression Analysis) ซึ่งพบได้บ่อย คือ ความสัมพันธ์ โดยตรงระหว่างยอดขาย หรือยอดขายผลิตกับระดับการจ้างแรงงาน อย่างไรก็ตามเป็นที่ทราบโดยทั่วไปแล้วว่าระดับความต้องการแรงงานขึ้นอยู่กัหลายปัจจัย จึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ถดถอย (Multiple Regression Analysis) เช่นแทนที่ระดับความต้องการแรงงานจะขึ้นอยู่กัยอดขายเพียงอย่างเดียวก็ยังขึ้นอยู่กัความสามารถแรงงานอีกด้วยเป็นต้น

4. เทคนิค "ใช้สถานการณ์จำลอง (Simulation)" เป็นวิธีการใช้สถานการณ์จำลองว่าถ้าสถานการณ์หนึ่งเกิดขึ้นระดับความต้องการแรงงานจะเป็นอย่างไร เช่น ยอดขายเพิ่มขึ้น 10 เปอร์เซ็นต์ ควรทำอย่างไรกับความต้องการแรงงาน หรือจะเกิดอะไรขึ้นถ้าผลิตสองกะ หรือสามกะ เป็นต้น

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความต้องการแรงงาน สิ่งที่จะต้องนำมาพิจารณามีดังนี้

1. จำนวนของพนักงานทั้งหมดที่มีอยู่ในองค์กรแบ่งเป็นเพศ อายุ ปริมาณและลักษณะของบุคลากร เป็นปัจจัยกำหนดหรือคาดคะเนความต้องการบุคลากร ถ้าปริมาณของบุคลากรมีไม่เพียงพอกับความต้องการก็จะมีกำหนดความต้องการรวมทั้งลักษณะในแง่เพศ อายุ ซึ่งขึ้นอยู่กัความจำเป็นในการใช้แรงงานเหล่านี้ เช่น บางองค์กรต้องการเพศหญิงอายุไม่มากนัก แต่บางองค์กรต้องการเพศชายอายุกลางคน ซึ่งความต้องการต่างกันไปตามลักษณะงาน

2. งบประมาณการว่าจ้างบุคลากร นับว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการกำหนดความต้องการกำลังคน/แรงงาน งบประมาณส่วนนี้จะเป็นตัวกำหนดอัตราค่าจ้างเงินเดือน ผลตอบแทนสวัสดิการอื่นๆ ที่จำเป็น ดังนั้นการกำหนดความต้องการกำลังคน/แรงงาน จึงต้องพิจารณาดูว่าองค์กรควรใช้คนประเภทไหน คุณสมบัติอย่างไร และทำงานในลักษณะใด จำเป็นต้องใช้จ่ายเงินว่าจ้างเท่าใดจึงจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด

3. แผนการที่จะนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในองค์กร ความรู้และวิทยาการสมัยใหม่ต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทำให้มีความจำเป็นที่มีความต้องการบุคลากรหรือแรงงานใหม่ (New Blood) ที่มีความรู้ความสามารถมากขึ้นให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย

4. อัตราการหมุนเวียนของแรงงาน การขาดงาน การสูญเสียด้านแรงงาน

5. คุณภาพของแรงงานที่มีอยู่ ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ การศึกษา การฝึกอบรมก่อนเข้าทำงานของพนักงานที่เปรียบเทียบกับตลาดแรงงานทั่วไป ไปมีอยู่ในชีวิตที่อำนวยความสะดวกให้แก่การบริหารหรือไม่ ถ้ายังไม่พอก็จำเป็นต้องสรรหามาให้เพียงพอ นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่ต้องพิจารณา วิเคราะห์ วิจัยให้มากที่สุดเพราะงานที่เราเตรียมไว้สำหรับคนนั้นถ้าจะมองให้ลึกซึ้งแล้วจะเห็นได้ว่างานต้องการคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถของคนมากกว่าตัวคน ดังนั้นการแยกแยะบุคคลที่ต้องการโดยใช้เกณฑ์ที่ว่าต้องเป็นคนดี มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงานจึงเป็นสิ่งสำคัญและถ้าได้คนเหล่านี้มาทำงานก็จะช่วยให้งานดำเนินไปได้ด้วยดี

6. สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง อัตราค่าจ้างแรงงานในตลาด ข้อกำหนดของรัฐที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการสรรหาและเลือกสรร

การดำเนินการจัดหางานจะเป็นไปอย่างมีคุณภาพ จะต้องมีการศึกษาและทำความเข้าใจถึงวิธีการคัดเลือกคน ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการสรรหาและการคัดเลือกคนเข้าทำงานดังนี้

วิลาศ สิงหวิสัย (2528, น. 5351) ให้ความหมายของการสรรหาและเลือกสรรไว้ว่า หมายถึง การเสาะแสวงหา ชักจูงและจัดการให้ได้บุคคลที่พร้อมและสามารถจะทำงานได้เข้ามาสมัครงานใน

ตำแหน่งต่าง ๆ ของหน่วยงาน ส่วนการเลือกสรร หมายถึง การพิจารณาบุคคลที่ได้สรรหามาทั้งหมดและทำการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมที่สุดไว้

พะยอม วงศ์สารศรี (2531, น. 117) กล่าวว่า เพราะคนเรา มีลักษณะแตกต่างกันในด้านสติปัญญา ความสามารถ ความสนใจ ตลอดจนอารมณ์ในด้านต่างๆ และงานที่มีอยู่ในตลาดแรงงานก็มีลักษณะต่างๆ กัน ฉะนั้นวิธีที่ดีที่สุด ที่เราควรแสวงหาก็คือ การคัดเลือกและจับคู่ลักษณะบุคคลกับลักษณะงานให้ได้ ถ้าทำสำเร็จเมื่อใด ย่อมแสดงให้เห็นถึง “ความสำเร็จเบื้องต้นของการทำงานในอนาคต” นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของการคัดเลือก (selection) คือกระบวนการที่องค์กรใช้เครื่องมือต่างๆ มาดำเนินการพิจารณาคัดเลือกผู้สมัครจำนวนมาก ให้เหลือตามจำนวนที่องค์กรต้องการ

พะยอม วงศ์สารศรี (2537, น. 120) ไว้กล่าวว่าวิธีการสรรหา (Channels of Recruitment) อาจเรียกว่า ช่องทางการสรรหาก็ได้ ในอดีตนั้นผู้สรรหาและผู้สมัครจะพบกันโดยการชักชวนกันมาพบ แต่ในปัจจุบันช่องทางการสรรหา หรือวิธีการสรรหาบุคคลเข้ามาทำงานในองค์กรนั้นใช้กันหลาย ๆ วิธีการด้วยกันคือ

1. การมาสมัครงานด้วยตนเอง (Walk – in) วิธีนี้เป็นวิธีที่ผู้สมัครงานมาติดต่อกับฝ่ายบุคคลขององค์กรเพื่อต้องการทำงานในองค์กร
2. การเขียนจดหมายมาสมัครงาน (Write – in) วิธีนี้เป็นวิธีที่ผู้สมัครงานเขียนจดหมายแจ้งความจำนงค์สนใจงานถ้ามีตำแหน่งว่างลง
3. การแนะนำของพนักงานในองค์กร (Employee referrals) พนักงานในองค์กรมักจะแนะนำบุคคลเข้ามาติดต่อกับฝ่ายบุคคล เพื่อทำงานในตำแหน่งที่ว่างลง วิธีนี้เป็นวิธีที่ยอมรับกันว่าดีเพราะบุคคลที่จะเข้ามาทำงานรู้จักองค์การเป็นอย่างดีจากผู้แนะนำและคนงานที่แนะนำที่รู้ว่างงานในตำแหน่งที่ว่างลงนั้นทำอะไรบ้าง ดังนั้นจึงแนะนำคนที่มีความสามารถตรงกับงานเข้ามาทำแต่อย่างไรก็ตามผู้สรรหาก็ต้องพิจารณาด้วยความรอบคอบต่าง ๆ อีกครั้ง
4. การโฆษณา (Advertising) การโฆษณานับว่ามีอิทธิพลสำคัญและใช้กันมากในปัจจุบัน เพราะจะมีความกว้างขวางมากกว่าการแนะนำของพนักงานในองค์กร ในการโฆษณาประกาศหางานนี้จะต้องกล่าวถึงลักษณะงาน เงินเดือน คุณสมบัติ และวิธีการติดต่อ ถ้าผู้อ่านสนใจในงานนั้น บางครั้งจะพบการโฆษณาอีกลักษณะที่เรียกว่า Blind ad หรือเรียกว่าการโฆษณาลับ การโฆษณาแบบนี้จะไม่ระบุผู้จ้าง ถ้าผู้สมัครสนใจให้เขียนประวัติย่อ (resume) ไปยังตู้ ป.ณ. ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งการโฆษณาเช่นนี้ทางบริษัทจะไม่ได้มีการรบกวนจากผู้สมัครงาน และทำให้ไม่เสียเวลา

5. กรมการจัดหางาน (Department of Employment) บางครั้งองค์กรจะติดต่อหางานผ่านกรมแรงงาน เพราะกรมแรงงานเป็นหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อระหว่างหน่วยงาน และผู้สมัครงาน

6. หน่วยงานจัดหาของเอกชน (Private Placement Agencies) หน่วยงานจัดหางานของเอกชนจะทำหน้าที่เป็นคนกลาง (Middle - man) ระหว่างนายจ้างและคนงานในปัจจุบันนี้มีหน่วยงานประเภทนี้มาก

7. สถาบันการศึกษา (Educational Institutions) องค์กรหลายแห่งจะติดต่อกับสถาบันการศึกษาโดยตรงเพราะเป็นศิษย์เก่า หรือไม่ก็เชื่อถือการคัดเลือกนักศึกษาของอาจารย์ในสถาบันนั้น ๆ และบางสถาบันมีแผนกแนะแนวที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางรับสมัครนักศึกษาเข้าทำงานในที่ต่าง ๆ

Clane (อ้างใน จุมพร เจริญรัตน์ 2539, หน้า9) กล่าวว่า การคัดเลือกพนักงานเป็นกระบวนการที่องค์กรดำเนินการคัดเลือกจากใบสมัครจำนวนมาก เพื่อให้ได้คนที่ดีที่สุด ที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เพื่อที่จะให้เข้ามาทำงานในตำแหน่งต่างๆ โดยองค์กรจะต้องมีการกำหนดเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เพื่อที่จะให้เข้ามาทำงานในตำแหน่งต่างๆ โดยองค์กรจะต้องมีกำหนดเกณฑ์ (Criteria) ของคุณสมบัติเอาไว้ล่วงหน้า การเลือกเฟ้นเอาคนที่มีคุณสมบัติเท่านั้น จึงจะทำให้องค์กรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Effective & Efficiency)

เมื่อพิจารณาถึงกระบวนการสรรหาและการคัดเลือกบุคคลโดยทั่วไปจะเป็นกระบวนการคนละแบบแต่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ซึ่ง Beach (อ้างใน เมธี ปิณฑานนท์, 2529, หน้า 26-27) ได้กล่าวถึงเป้าหมายของการสรรหาว่า "เพื่อรวบรวมบุคคลจำนวนหลายๆ บุคคล หรือจำนวนมากๆ ที่สามารถจะทำงานหรือพร้อมที่จะทำงานและตั้งใจที่จะทำงานในตำแหน่งของหน่วยงานนั้นๆ ส่วนเป้าหมายของการคัดเลือกก็เพื่อแยกแยะและตัดสินใจจ้างบุคคลที่มีคุณสมบัติตามความต้องการขององค์กรหรือหน่วยงานไว้" ดังนั้นกระบวนการสรรหาจึงเป็นกระบวนการบวกคือ ยังไม่มีการคัดลอกในกระบวนการซึ่งต่างจากกระบวนการคัดเลือกซึ่งเป็นกระบวนการลบเพราะมุ่งเน้นจะให้ได้เฉพาะคนที่เหมาะสมเท่ากับจำนวนตำแหน่งเท่านั้น จึงต้องมีการคัดได้และคัดออก

โดยสรุปแล้ว การคัดเลือกมีความหมายในลักษณะ "กระบวนการ" มีความต่อเนื่องและสัมพันธ์กันในการปฏิบัติแต่ละขั้นตอน มีระบบ กฎเกณฑ์ ที่ชัดเจนเพื่อเลือกเฟ้นหาบุคคลที่มีคุณสมบัติตรงตามที่องค์กรต้องการ

ความสำคัญของการคัดเลือก

ความสำคัญของการคัดเลือกนั้นมีผลต่อการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมเข้าทำงาน ซึ่งธงชัย สันติวงษ์ (2535, หน้า 99) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการคัดเลือกดังนี้

1. ผู้บริหารมีความรู้มากขึ้น มีความเข้าใจในด้านความซับซ้อนของการคัดเลือก เรียนรู้ถึงจุดอ่อนและข้อจำกัดเกี่ยวกับเทคนิคการเลือกประเภทต่างๆ รู้ถึงความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อน (Probability of Error) ในการใช้แบบทดสอบ การสัมภาษณ์ เป็นต้น ฉะนั้นจึงยอมรับและให้ความสำคัญในการปรับปรุงกระบวนการคัดเลือก ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ผลการคัดเลือกคุ้มค่าและเกิดประสิทธิผล

2. ลักษณะของกฎหมายแรงงานได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ฉะนั้นในการคัดเลือกคนเข้าทำงาน จะต้องคำนึงถึงความซับซ้อนและแง่มุมของกฎและระเบียบต่างๆ ที่กำหนดในกฎหมายที่ว่าด้วยการว่าจ้าง

3. การคัดเลือกเป็นงานที่พิเศษและมีความยากลำบาก เพราะการกำหนดพฤติกรรมของบุคคลผ่านงานที่ทำนั้น เป็นการกล่าวในลักษณะกว้างๆ ไว้ใน Job Description ตัวอย่างเช่น งานเจ้าหน้าที่ตำรวจต้องการบุคคลที่มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง (Insight) และมีความรู้สึกไว (Sensitivity) ต่อประชาชน มีความสามารถควบคุมอารมณ์ภายใต้ความกดดันและความเครียดต่างๆ ได้ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่ซับซ้อน ไม่ง่ายนักที่จะจำแนกลักษณะนี้ออกจากผู้สมัคร

4. บางครั้งองค์การจะประสบความยุ่งยากลำบากกับพนักงานบางคนที่ต้องการพ้นจากงานในระยะแรกและได้ใช้วิธีการร้องทุกข์กลับเข้าทำงาน จึงทำให้องค์การอาจต้องรับบุคคลที่ไม่เหมาะสมให้ทำงานร่วมกับพนักงานที่องค์การคัดเลือกมาอย่างดี

5. การคัดเลือกที่มีประสิทธิผลย่อมทำให้เกิดความคุ้มค่าแก่องค์การเป็นอย่างยิ่ง กล่าวได้ว่า การลงทุนให้ได้บุคคลที่ดีเข้ามาในองค์การจะสามารถผลิตผลตอบแทนที่สูงเข้ามาให้องค์การ ฉะนั้นการเลือกที่ดีย่อมส่งผลในด้านความพึงพอใจทั้งนายจ้างและพนักงาน พนักงานเองก็ทำงานที่ตรงตามความสามารถและสนับสนุนการทำงานต่างๆ ขององค์การเป็นอย่างดี

จากข้อเสนอแนะข้างต้นพบว่า การคัดเลือกเป็นสิ่งที่ผู้บริหารจะต้องตระหนักถึงความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการบริหารงานบุคคล ได้แก่ การสรรหาและการคัดเลือก การพัฒนา การบำรุงรักษา และการให้พ้นจากงาน ดังนั้นหากคัดเลือกได้ผู้ที่มีคุณภาพก็จะทำให้การบริหารงานโรงเรียนมีความต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้าม หากคัดเลือกได้บุคคลที่ไม่มีคุณภาพย่อมสร้างปัญหาให้กับโรงเรียนตลอดเวลา

4. แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ (The Expanded Marketing Mix for Services)

แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ซึ่งมีส่วนประกอบ 7 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ให้บริการ (Place) และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)

ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) หมายถึง การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการ ซึ่งครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างของตัวสินค้าและทุกสิ่งอย่างที่ได้เตรียมไว้ให้บริการลูกค้า สิ่งนำเสนอขาย โดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียงตัวสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่จะได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจด้วย ผลิตภัณฑ์ที่ขายอาจจะมิตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์สามารถทำให้บริการที่ลูกค้าได้รับมีความแตกต่างจากคู่แข่ง และเป็นการเพิ่มคุณค่าในทัศนคติของผู้บริโภคได้

ราคา (Price) ราคาเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดรายได้ มีความสำคัญต่อการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และการบริการที่นำเสนอ มีผลต่อการรับรู้คุณภาพ และมีบทบาทต่อการสร้างภาพพจน์ของธุรกิจ การตั้งราคาขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายและสถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรม ในกาตั้งราคาต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด

สถานที่ (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง และการจัดสถานที่ให้บริการ ซึ่งการเลือกทำเลที่ตั้งต้องให้พยามครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด แต่การเลือกสถานที่ตั้งของแต่ละธุรกิจจะมีความสำคัญแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะได้แก่

1. ลูกค้าต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดเตรียมไว้ เช่น โรงพยาบาล โรงแรม ภัตตาคาร ธนาคาร ในกรณีนี้การเลือกที่ตั้งและการจัดสถานที่ให้บริการมีความสำคัญมากที่สุด
2. ผู้ให้บริการไปให้บริการแก่ผู้บริโภคในสถานที่ของผู้บริโภค ในกรณีนี้การเลือกที่ตั้งและการจัดสถานที่ให้บริการมีความสำคัญน้อยลง
3. ผู้ให้บริการและผู้รับบริการนัดพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่ง เพื่อให้บริการและรับบริการ ณ สถานที่แห่งนั้น เพื่อความสะดวกของทั้งสองฝ่าย ในกรณีนี้การเลือกที่ตั้งและการจัดสถานที่ให้บริการมีความสำคัญน้อย

เนื่องจากธุรกิจเป็นการให้บริการ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกันดังนั้น สถานที่จึงเกี่ยวข้องกับบรรยากาศ สิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่จะเสนอ สถานที่ที่ให้ให้บริการสำคัญมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประเภทของการบริการและระดับของความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ซึ่งถ้าหากลูกค้าเดินทางไปรับบริการ ณ สถานที่ของผู้ให้บริการ ท่าเลที่ตั้งมีความสำคัญมาก แต่ถ้าหากผู้ให้บริการเดินทางไปให้บริการแก่ลูกค้าถึงที่ ท่าเลที่ตั้งก็มีความสำคัญน้อยลง

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (Non-Personal Selling) เช่น การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ในการติดต่อสื่อสารจำเป็นต้องทราบถึงว่าใครเป็นกลุ่มเป้าหมาย มีวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารอย่างไร และใช้วิธีการใดในการถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

บุคลากร (People) หมายถึง การให้บริการที่ดีขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของพนักงาน ที่จะสร้างสรรค์และนำบริการส่งมอบให้กับลูกค้า ซึ่งพนักงานผู้ให้บริการต้องมีความรู้ความสามารถและทักษะในการให้บริการ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ รวมทั้งการมีบริการหลังจากขาย ในสถานการณ์ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจมีรุนแรงคนยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่าง ให้กับธุรกิจ โดยการสร้างมูลค่าเพื่อให้กับสินค้า ซึ่งทำให้ได้เปรียบการแข่งขัน

กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอน วิธีการทำงานเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เป็นกระบวนการในการบริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า กระบวนการในการให้บริการ สามารถใช้เป็นความได้เปรียบในการแข่งขันในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ธุรกิจหลายประเภทให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการได้ ธุรกิจหลายประเภทให้ความไว้วางใจแก่ผู้ปฏิบัติงานในการตัดสินใจบริการลูกค้าได้ตามความเหมาะสม ซึ่งกระบวนการในการบริการที่ถูกต้องเหมาะสมขึ้นอยู่กับส่วนของตลาด (Segment) ที่เลือกไว้ ตำแหน่งของการบริการที่กำหนดไว้ (Position)

สิ่งที่นำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่นำเสนอที่เป็นรูปธรรมที่ลูกค้าเห็นได้ชัดเจน เช่นเครื่องมือ เครื่องหมาย การแต่งกายของพนักงาน นามบัตรของบริษัท

กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ (Decision Making Process)

1. การรับรู้ถึงปัญหา (Problem recognition) กระบวนการซึ่งเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการซึ่งตัวของเขารู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างภาวะความต้องการอย่างแท้จริงและที่พึงปรารถนา ความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก

2. การค้นหาข้อมูลข่าวสาร (Information Search) ลูกค้าที่ได้รับการกระตุ้นจะมีแนวโน้มที่ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นสองระดับด้วยกันคือ ภาวะการค้นหาข้อมูลแบบธรรมดาที่เรียกว่า การเพิ่มการพิจารณาให้มากขึ้น ซึ่งในระดับนี้จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังสนใจให้มากขึ้น จะให้ความสนใจต่อโฆษณา และหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ เป็นต้น และในระดับถัดมาอาจจะเข้าสู่การค้นหาข้อมูลข่าวสารอย่างกระตือรือร้น โดยการอ่านหนังสือหรือโทรศัพท์ถามเพื่อน และยังเข้าร่วมในกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าและบริการที่กำลังสนใจอยู่อย่างแท้จริง ซึ่งการค้นหาข้อมูลข่าวสารจะมากเพียงใดขึ้นอยู่กับความรุนแรงของแรงขับ จำนวนข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่ในช่วงแรกๆ ความสะดวกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม มูลค่าที่ให้กับข้อมูลเพิ่มเติม และความพึงพอใจที่ได้รับจากการค้นหา

3. การประเมินผลทางเลือก (Information evaluation) คือกระบวนการประเมินผลข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อนั้นไม่ใช่เรื่องงานหรือเป็นกระบวนการเพียงอย่างเดียว ผู้บริโภคทุกคนจะมีกระบวนการประเมินเพื่อตัดสินใจหลายกระบวนการด้วยกัน และแบบกระบวนการประเมินผลของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพื้นฐานอยู่บนทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งมองว่าผู้บริโภคทำการตัดสินใจผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยขึ้นอยู่กับจิตสำนึกและมีเหตุผล ซึ่งแนวคิดพื้นฐานบางอย่างช่วยให้เข้าใจกระบวนการประเมินผลของผู้บริโภคได้ อันดับแรก ผู้บริโภคพยายามที่สร้างความพึงพอใจตามความต้องการอันดับหนึ่งของตน อันดับสอง ผู้บริโภคกำลังมองหาผลประโยชน์บางอย่างจากผลิตภัณฑ์ อันดับสาม ผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับแต่ละตัวนั้นเป็นเสมือนชุดของคุณสมบัติที่มีความสามารถอันหลากหลายในการส่งมอบผลประโยชน์ที่ได้มองหาเพื่อความพึงพอใจตามความต้องการ โดยที่คุณสมบัติตามความสนใจที่มีกับผู้ซื้อนั้นจะมีความหลากหลายกันไปในประเภทของผลิตภัณฑ์

4. การตัดสินใจซื้อ (Decision) ในขั้นตอนการประเมินผลทางเลือกนี้ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความชอบในระหว่างตราสินค้าต่างๆ ที่มีอยู่ในชุดทางเลือกเดียวกัน นอกจากนี้ผู้บริโภคอาจจะสร้างรูปแบบความตั้งใจในการซื้อไว้ที่ตราสินค้าที่ชอบมากที่สุด

5.พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post – purchase evaluation) หลังจากที่ผู้บริโภคได้ซื้อผลิตภัณฑ์นั้นมาแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ตามระดับของความพอใจหรือไม่พอใจในระดับใดระดับหนึ่ง จะต้องจับตามดูความพอใจหลังการซื้อ กิจกรรมหลังการซื้อ และการใช้และการจัดการหลังการซื้อ

5. แนวคิดการตลาดตามเป้าหมาย

การตลาดตามเป้าหมาย (Target marketing) หมายถึงการจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกันโดยขั้นตอนการตลาดตามเป้าหมาย (Target marketing หรือ STP) คือ ในการจัดส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายนั้น ลำดับแรกต้องมีการแบ่งส่วนตลาดก่อน จากนั้นกำหนดตลาดเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาดตามลำดับ ซึ่งรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนมีดังนี้ (Kotler, 200:257)

1. การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation หรือ S) หมายถึงการแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งออกตามลักษณะความต้องการที่คล้ายคลึงกันออกเป็นตลาดย่อยหรือส่วนแบ่งตลาดเพื่อที่จะเลือกตลาดใดตลาดหนึ่งหรือหลายตลาดเป้าหมายต่อไปโดยมีตัวแปรที่สำคัญที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด

อุตสาหกรรมดังนี้

1.1 ประชากรศาสตร์ (Demographic)

1.1.1 อุตสาหกรรม (Industry) กลุ่มอุตสาหกรรมใดบ้างที่เราพร้อมให้บริการ

1.1.2 ขนาดของบริษัท (Company size) ขนาดของบริษัทที่เราพร้อมให้บริการ

1.1.3 ที่ตั้งของบริษัท (Location) ขอบเขตทางภูมิศาสตร์ที่เราพร้อมให้บริการ

1.2 ตัวแปรด้านการดำเนินงาน (Company size)

1.2.1 เทคโนโลยี (Technology) เรามุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่มีระดับเทคโนโลยีสูงหรือ

ต่ำ

1.2.2 สถานะของผู้ใช้เคยใช้หรือไม่เคยใช้ (User status: user/nonuser)

กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มที่เคยใช้ หรือไม่เคยใช้สินค้า เราจะให้บริการกลุ่มผู้ใช้บริการมาก, ปานกลาง, น้อย หรือกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการ

1.2.3 ความสามารถบริการลูกค้า(Customer capabilities) ลูกค้าต้องการการบริการจากบริษัทมากหรือน้อย

1.3 วิธีการซื้อของลูกค้า (Purchasing approaches)

1.3.1 การจัดองค์การในการซื้อของลูกค้า(Purchasing-function organization) มีเป้าหมายที่บริษัทที่มีการจัดองค์กรแบบรวมอำนาจหรือกระจายอำนาจ

1.3.2 โครงสร้างอำนาจของลูกค้า(Power structure) บริษัทมีเป้าหมายที่บริษัทซึ่งมีกลุ่มวิศวกร หรือกลุ่มการเงินที่มีอำนาจ หรือกลุ่มอื่น

1.3.3 ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้า (Nature of existing relationship) บริษัทมีเป้าหมายที่ลูกค้ามีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นหรือลูกค้าที่ยังไม่คุ้นเคย

1.3.4 นโยบายการซื้อของลูกค้า (General purchase policies) วิธีการเช่า การทำสัญญา การให้บริการ ระบบการซื้อ การประมูล

1.3.5 เกณฑ์การซื้อของลูกค้า (Purchasing criteria) คือเกณฑ์คุณภาพสินค้าการบริการหรือราคา

1.4 ปัจจัยด้านสถานการณ์การซื้อ (Situational factors)

1.4.1 ซื้อแบบเร่งด่วน (Urgency) เราจะให้บริการลูกค้าที่ต้องการขนส่งหรือบริการที่รวดเร็วหรือไม่

1.4.2 การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ (Specific application) ลูกค้านำผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปใช้บางส่วนหรือทั้งหมด เราควรเน้นไปที่ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของเราแน่นอนมากกว่าลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ทั่วไปหรือไม่

1.4.3 ขนาดของคำสั่งซื้อ (Size of order) กลุ่มลูกค้ารายใหญ่หรือรายย่อย เราควรให้บริการกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่หรือรายย่อย

1.5 ลักษณะเฉพาะบุคคลของผู้ซื้อ (Personal characteristics)

1.5.1 ความคล้ายคลึงของธุรกิจผู้ซื้อผู้ขาย (Buyer-seller similarity) มีลูกค้าคล้ายคลึงกันเราควรให้บริการลูกค้าที่ชอบ

1.5.2 ทศคติที่มีความเสี่ยงของลูกค้า (Attitudes toward risk) ความเสี่ยงมากหรือน้อยความเสี่ยง หรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยง

1.5.3 ความซื่อสัตย์ของลูกค้า (Loyalty) ลูกค้ามีความภักดีมากหรือน้อย

การแบ่งส่วนตลาดที่มีประสิทธิภาพ

การที่นักการตลาดจะสามารถเลือกตลาดเป้าหมาย ที่มีศักยภาพได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับแต่ละผลิตภัณฑ์นั้น จะต้องทำการแบ่งส่วนตลาดที่มีประสิทธิภาพก่อนซึ่งหลักเกณฑ์ในการวัดประสิทธิภาพของการแบ่งส่วนตลาดมีดังนี้ (ดร. ธนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ, 2544:57)

1. สามารถวัดได้ (Measurable) สามารถวัดขนาดและอำนาจซื้อของแต่ละส่วนตลาดได้
2. มีความสมบูรณ์ (Substantial) มีขนาดของยอดขาย และกำไรมากเพียงพอตามเป้าหมาย
3. สามารถเข้าถึงได้ (Accessible) สามารถเข้าถึงความต้องการและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้
4. สามารถดำเนินการได้ (Actionable) สามารถดำเนินการทางการตลาดในการใช้เครื่องมือทางการตลาดจูงใจเป้าหมายอย่างได้ผล
5. มีลักษณะที่แตกต่าง (Differentiation) เป็นส่วนตลาดที่ลูกค้ามองเห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจของตลาดได้

2. การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market targeting) หมายถึงการประเมินและเลือกหนึ่งส่วนตลาดหรือมากกว่าเป็นตลาดเป้าหมาย เป็นงานที่ต้องทำเมื่อมีการแบ่งส่วนตลาดแล้ว โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน

2.1 การประเมินส่วนตลาด (Evaluation the segment) โดยต้องพิจารณา 2 ปัจจัย คือ ความจูงใจของส่วนตลาด เช่น ขนาดและความเจริญเติบโตของส่วนตลาดและวัตถุประสงค์กับทรัพยากรของบริษัท เพื่อเลือกส่วนตลาดที่เหมาะสม ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1.1 ขนาดและความเจริญเติบโตของส่วนตลาด (Size and Growth of Market Segment) โดยการคาดคะเนยอดขายและการเจริญเติบโตของยอดขาย ตลอดจนแนวโน้มการขยายตัวของตลาด เพื่อวางแผนการขยายธุรกิจในอนาคต

2.1.2 โครงสร้างใจของส่วนตลาด (Segment Structural Attractiveness)

Michael E. Porter นักกลยุทธ์อธิบายว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริหารองค์การจะต้องคำนึงถึง คือระดับความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมนั้นๆ ซึ่งถูกกำหนดโดยแรงผลักดันพื้นฐาน 5 ประการ (Five Forces) ได้แก่ อุปสรรคจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants) การแข่งขันระหว่างกิจการต่างๆ ในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Existing Firms) อุปสรรคที่เกิดจากสินค้าหรือบริการทดแทน (Threat of Substitute Products or Services) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers) อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

2.1.3 วัตถุประสงค์และทรัพยากรของบริษัท (Company Objectives and Resources)

แม้ว่าอัตราความเจริญเติบโตของตลาดและโครงสร้างใจของตลาดมีความน่าพึงพอใจที่จะเข้าสู่ตลาด แต่หากขัดแย้งกับวัตถุประสงค์ของบริษัท เช่น บริษัท ต้องการซื้อเครื่องจักรใหม่ เพื่อขยายกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับอัตราการเจริญเติบโตของตลาดแต่นโยบายบริษัทต้องการรักษาสภาพคล่องทางการเงิน ทำให้ไม่สามารถลงทุนเพิ่มได้ เป็นต้น หรือ บริษัท ต้องการขยายตลาดใหม่ แต่ทรัพยากรของบริษัทด้านเงินทุน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต หรือ ทรัพยากรบุคคลยังไม่มีศักยภาพเพียงพอ ก็เกิดปัญหาในการเข้าสู่ตลาดนั้นได้

2.2 การเลือกส่วนตลาด (Select the market segment) เลือกส่วนตลาดที่ประเมินแล้วว่าเหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมาย โดยมีวิธีเลือก ดังนี้

2.2.1 การตลาดแบบไม่แตกต่าง (Undifferentiated Marketing) เป็นการเสนอผลิตภัณฑ์หนึ่งรูปแบบ โดยมองว่าตลาดมีความต้องการเหมือนกัน การทำตลาดลักษณะนี้มีข้อดีและข้อเสียดังนี้

- ข้อดี คือ ในด้านการประหยัดต้นทุน เนื่องจากการผลิตในรูปแบบมาตรฐาน (Standardization) และผลิตในจำนวนมาก (Mass Production) จึงทำให้ลดต้นทุนการผลิต ลดสินค้าคงเหลือ ลดค่าขนส่ง ลดค่าโฆษณา ลดค่าใช้จ่ายในการวิจัยหรือวางแผนการตลาด

- ข้อเสีย คือ สินค้าชนิดเดียวจะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม เนื่องจากแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน และไม่เหมาะสมกับตลาดเล็กๆ

2.2.2 การตลาดที่แตกต่าง (Differentiated) เป็นวิธีการเลือกส่วนตลาดแบบมุ่งส่วนตลาด ที่มีความแตกต่างกันมากกว่าหนึ่งส่วนตลาด โดยจะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละส่วนของตลาด การทำการตลาดลักษณะนี้มีข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

- ข้อดี คือ สามารถสร้างยอดขายได้มาก เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

- ข้อเสีย คือ ใช้ต้นทุนในการดำเนินงานสูง ทั้งด้านต้นทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการผลิต ต้นทุนในการบริหารส่วนตลาดที่แตกต่างกัน ต้นทุนเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง และต้นทุนในการส่งเสริมการตลาด

2.2.3 การตลาดแบบมุ่งเฉพาะส่วน (Concentrated Marketing) เป็นการเลือกส่วนตลาดเพียงส่วนเดียว (Single Segment) เพื่อการใช้กลยุทธ์การตลาด ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ตลาดได้ตรงกับความต้องการของตลาด การทำตลาดตลาดลักษณะนี้มีข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

- ข้อดี คือ สามารถสร้างความเข้มแข็งในส่วนตลาดนั้นๆ เพราะรู้จักตลาดนั้นเป็นอย่างดี และสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารได้ผลตอบแทนสูง

- ข้อเสีย คือ มีความเสี่ยงสูงหากมีคู่แข่งเข้ามาในส่วนตลาดมากเพราะตลาดมีขนาดเล็กและมีอำนาจการใช้จ่ายไม่สูง

จากวิธีการเลือกส่วนตลาด 3 รูปแบบที่กล่าวมา บริษัทอาจเลือกหนึ่งส่วนตลาดหรือหลายส่วนเป็นตลาดเป้าหมาย โดยมีวิธีเลือกส่วนต่าง ๆ ดังนี้

- มุ่งหนึ่งส่วนตลาด (Single-segment concentration) บริษัทจะเสนอผลิตภัณฑ์หนึ่งอย่างและเลือกเพียงหนึ่งส่วนตลาด ในกรณีนี้จะเป็นบริษัทที่มีขนาดเล็กและมีทรัพยากรจำกัด

- ผู้เชี่ยวชาญหลายส่วนตลาด (Selective specialization) บริษัทจะเลือกส่วนตลาดที่บริษัทมีความสามารถพอ สอดคล้องกันวัตถุประสงค์และทรัพยากรของบริษัท

- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะผลิตภัณฑ์ (Product specialization) บริษัทจะนำเสนอผลิตภัณฑ์หนึ่งรูปแบบแต่มุ่งที่หลายส่วนตลาด

- ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะตลาด (Market specialization) บริษัทจะนำเสนอผลิตภัณฑ์หลายอย่างแต่มุ่งที่หนึ่งส่วนตลาด

- ครอบคลุมทุกส่วนตลาด (Full market coverage) บริษัทจะเสนอผลิตภัณฑ์จำนวนมาก โดยมีเป้าหมายทุกกลุ่มลูกค้า บริษัทใหญ่และมีทรัพยากรมากจะใช้กลยุทธ์นี้

กลยุทธ์การเลือกส่วนตลาดแต่ละแบบจะมีความเหมาะสมกับผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์และลักษณะของตลาดที่แตกต่างกัน ในการเลือกกลยุทธ์ในการเลือกส่วนตลาดจึงต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ทรัพยากรของบริษัท ถ้าทรัพยากรของบริษัทมีน้อยเกินกว่าที่จะจัดสรรให้ตอบสนองความต้องการของตลาดทั่วถึง ก็ควรใช้วิธีการตลาดแบบมุ่งเฉพาะส่วน

- ความคล้ายคลึงกันของผลิตภัณฑ์ หากมีความต้องการในผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดในขั้นแนะนำ (Introduction Stage) บริษัทจะเสนอเพียง 1 – 2 ชนิด เนื่องจากบริษัทต้องการสร้างความต้องการขั้นต้น (Primary Demand) และใช้นโยบายการตลาดที่เหมือนการ หรือการตลาดรวมกำลัง (Concentration on Particular Segment) แต่เมื่อสินค้าถึงขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity Stage) ควรใช้วิธีการตลาดที่แตกต่างกัน

- ความคล้ายคลึงกันของตลาด ถ้าผู้ซื้อ มีรสนิยมเหมือนกัน ซื้อจำนวนเท่ากันในช่วงเวลาหนึ่งๆ และมีปฏิกิริยาได้ตอบสนองสิ่งเร้าทางการตลาดเหมือนกัน ควรใช้กลยุทธ์การเลือกส่วนตลาดแบบไม่แตกต่าง

- กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด ถ้ามีคู่แข่งมากในส่วนตลาดนั้นๆ หากบริษัทใช้การตลาดที่เหมือนกัน ก็จะทำให้เกิดการเสียเปรียบ ดังนั้น จึงควรใช้การตลาดแบบแตกต่างกันเพื่อสร้างความได้เปรียบ

3. ตำแหน่งทางการตลาด (Market positioning) เป็นกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ของธุรกิจและภาพลักษณ์ของสิ่งที่น่าสนใจเพื่อเป็นตำแหน่งในการแข่งขันที่แตกต่างในจิตใจของลูกค้าที่เป็นตลาดเป้าหมาย โดยวิธีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์มีหลักเกณฑ์พื้นฐานที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์หรือกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์มีดังนี้

3.1 ตำแหน่งทางการตลาดตามคุณสมบัติหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์ เป็นการกำหนดตำแหน่ง ตามคุณสมบัติ หรือลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค

3.2 ตำแหน่งทางการตลาดตามผลประโยชน์และคุณค่า เป็นการกำหนดตำแหน่งตาม ประโยชน์หรือคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น

3.3 ตำแหน่งทางการตลาด คือการใช้หรือการนำไปใช้

3.4 ตำแหน่งทางการตลาดตามผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ โดยสินค้าที่ต้องการสร้างคุณค่า ภาพลักษณ์ด้วยการโยงไปที่กลุ่มเป้าหมายในระดับสูง

3.5 ตำแหน่งทางการตลาดตามคู่แข่ง เป็นการกำหนดตำแหน่งโดยเปรียบเทียบกับ คู่แข่ง

3.6 ตำแหน่งทางการตลาดตามลำดับชั้นของผลิตภัณฑ์

3.7 ตำแหน่งทางการตลาดตามราคาและคุณภาพเป็นการกำหนดตำแหน่งตามราคาและ คุณภาพของผลิตภัณฑ์

ลักษณะของกลยุทธ์ที่ดี

ในการที่องค์กรธุรกิจจะพัฒนากลยุทธ์ของตนขึ้นด้วยกระบวนการที่ได้กล่าวมาข้างต้น องค์กรธุรกิจย่อมต้องการความมั่นใจว่ากลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นนั้นมีความเหมาะสมอย่างแท้จริง ถึงแม้ว่าจะเป็นการยากที่จะกำหนดหลักเกณฑ์ในการวัดคุณภาพหรือความเหมาะสมของกลยุทธ์ที่มีอยู่ได้ อย่างไรก็ตาม หลักเกณฑ์กว้างๆ ที่พอจะใช้เป็นหลักในการประเมินถึงความเหมาะสมแห่งกลยุทธ์นั้นอาจพิจารณาได้จากหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ สุวินัย ต่อดิวิสุขและอดุลย์ สวานายน, ยุทธวิธีการแข่งขัน : เรียบเรียงจาก Competitive Strategy โดย Michael E. Porter: 18-19)

1. เป้าหมายที่กำหนดขึ้นในกลยุทธ์ในระดับที่สามารถจะบรรลุถึงได้หรือไม่เพียงใด
2. นโยบายตลอดจนวิถีทางในทางปฏิบัติซึ่งกำหนดไว้ในกลยุทธ์นั้น ครอบคลุมในทุกๆ เป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ และเป็นไปในทางที่สอดคล้องและสนับสนุนซึ่งกันและกันหรือไม่เพียงใด
3. กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นนั้น ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่แล้วหรือไม่กับโอกาสทางธุรกิจที่มีอยู่
4. กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นนั้นเหมาะสมเพียงใด เมื่อคำนึงถึงความเสี่ยงภัยที่อาจมีขึ้นได้ระดับ ความเสี่ยงภัยนั้นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้หรือไม่ และคุ้มกับโอกาสแห่งการทำการใดๆ เพียงใด
5. เป้าหมายและวิถีทางในทางปฏิบัติเพื่อบรรลุถึงเป้าหมายนั้น เหมาะสมเพียงใดกับสภาพแวดล้อมเมื่อคำนึงถึงจังหวะและสถานการณ์ในขณะนั้น
6. เป้าหมายและวิถีทางปฏิบัติซึ่งปรากฏในกลยุทธ์นั้น มีความเหมาะสมเพียงใดกับกำลังและความสามารถ
7. เป้าหมายและวิถีทางในทางปฏิบัติซึ่งปรากฏในกลยุทธ์นั้น มีความสอดคล้องกันจุดเด่นขององค์กรธุรกิจเพียงใด
8. เป้าหมายและวิถีทางการปฏิบัติซึ่งปรากฏในกลยุทธ์นั้น มีความสอดคล้องกับทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้นำองค์กร ตลอดจนผู้รับผิดชอบในทางปฏิบัติเพียงใดทัศนคติและค่านิยมเหล่านี้มีความถูกต้องเพียงใดกับสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคต
9. ผู้ที่รับผิดชอบต่อการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัตินั้น มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้เพียงใดในเป้าหมายและวิถีทางในทางปฏิบัติที่ปรากฏอยู่ในกลยุทธ์
10. องค์กรธุรกิจมีความสามารถในการจัดการและการบริหารเพียงใดที่จะนำกลยุทธ์ไปใช้ในทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. แนวความคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

บริการ (Services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จะสนองความต้องการแก่ลูกค้า ตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อตัวอย่าง ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการที่จะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ต่างๆ ดังนี้

1. สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ติดต่อ
2. บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย
3. เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และให้ลูกค้าพอใจ
4. วัสดุสื่อสาร (Communication) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า
5. สัญลักษณ์ (Symbols) ก็คือ ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย เช่น สถาบันเสริมความงามสเปนเดอร์ พาราไดซ์ดิสโก้เทค
6. ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

บริการจัดหางานถือได้ว่าเป็นการให้บริการอย่างหนึ่ง ดังนั้น เพื่อให้ผู้รับบริการพอใจและต้องการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงคุณภาพของงานบริการ เพราะการบริการเป็นกระบวนการของกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลาสถานที่ รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตวิทยาให้เกิดความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ คุณภาพของงานบริการอาจวัดออกมาได้เป็นหน่วยที่มีมาตรฐานลำบาก อีกทั้งผู้ที่มารับบริการก็มีความคาดหวังจากการบริการต่างกัน การให้บริการแบบเดียวกัน ผู้ปฏิบัติงานคนเดียว อาจได้รับการประเมินจากผู้รับบริการคนหนึ่งว่าเป็นที่พอใจ แต่กับผู้รับบริการอีกคนอาจได้

รับคำตำหนิว่ายังไม่เป็นที่พอใจ อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ "การให้บริการ" ที่จะขอนำมากล่าวถึงในที่นี้ได้แก่

พาซูราแมน วีเอ ไชร์ทาเนล และ แอล บาร์รี (Zeithanel and Barry, 198/5 pp. 79 - 81 อ้างถึงใน จินตนา บุญบางกร, 2539 น. 12) กล่าวไว้ว่าการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

1. ความเชื่อถือ (Reliability) ได้ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ นั่นคือ ชื่อเสียงภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่รักษาไว้อย่างดี จนเกิดความเชื่อถือว่าบริการได้มาตรฐาน อาจเป็นการวัดในเรื่องเวลาว่าจะไม่เสียเวลามาก เช่น กองหนังสือเดินทางของกระทรวงต่างประเทศ ที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือในมาตรฐานของเวลาที่ยื่นขอหนังสือเดินทางจะต้องใช้เวลากี่วัน กล่าวโดยสรุป ความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย ความสม่ำเสมอ และความพึงพอใจ

2. การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness) หรือความรู้สึกของผู้รับบริการว่า เคร่าไคเสียใจ ผิดหวังหนุ่ อยากได้ยื่นได้พบเห็นในเรื่อง เช่น หน่วยบรรเทาสาธารณภัยของกรมประชาสัมพันธ์เร่งออกไปบรรเทาความทุกข์โดยมุ่งเน้นความต้องการพื้นฐานเร่งด่วนกล่าวโดยสรุป การตอบสนองประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลามีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง และการปฏิบัติงานประมาณของบริษัทที่จัดตั้งไว้สำหรับการสรรหาบุคคลากรต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

3. ความสามารถในการให้บริการ (Competence) อย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม และเชี่ยวชาญชำนาญงานจริง เช่น การให้บริการของแพทย์ตามสถานพยาบาลของรัฐบาล โดยเฉพาะโรงพยาบาลที่มีการเรียนการสอนเป็นคณะแพทยศาสตร์ กล่าวโดยสรุป ความสามารถประกอบด้วย ความสามารถในการให้บริการความสามารถในการสื่อสาร

4. การเข้าถึงได้ง่าย (Access) การให้บริการอย่างไม่ยุ่งยาก ไม่มีพิธีรีตองเป็นเจ้าของมูลนาย เช่น สถานีตำรวจที่มีร้อยเวรประจำ พร้อมจะให้บริการรับเรื่องราวร้องทุกข์ของประชาชนตลอดเวลา 24 ชั่วโมง กล่าวโดยสรุป การเข้าถึงบริการประกอบด้วย ผู้ให้บริการใช้เวลาคอยน้อยเวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ และอยู่ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการติดต่อได้สะดวก

5. ความสุภาพ (Courtesy) เคารพพบนอบ อ่อนน้อม ให้เกียรติ มีมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะทักทายหรือแสดงกิริยาใด เช่น ตำรวจจราจรในบางท้องที่ซึ่งเมื่อจำเป็นจะต้องจับกุมผู้กระทำความผิดกฏจราจร ก็จะทำความเคารพทักทาย กล่าวคำสวัสดิ์ก่อน กล่าวโดยสรุป ความสุภาพ

อ่อนโยน ประกอบด้วย การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม และผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

6. การสื่อสาร (Communication) และสัมพันธ์กับผู้รับบริการ ทำให้ประชาชนทราบและเข้าใจและได้รับคำตอบในข้อสงสัย หรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด เช่นบางหน่วยราชการมีฝ่ายประชาสัมพันธ์คอยบอกอธิบายกับประชาชนผู้มาติดต่อได้ว่า เรื่องใดควรไปติดต่อกับใคร อยู่ที่ใดเมื่อไร มีเอกสารสำคัญใดบ้าง ต้องใช้ในการดำเนินการ กล่าวโดยสรุป การสื่อสาร ประกอบด้วย มีการสื่อสารที่แจ่มชัดและลักษณะงานบริการ และมีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

7. ความเชื่อถือได้ (Credibility) ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงเชื่อถือ เช่น ผู้พิพากษาตามศาลสถิตยุติธรรม มีภาพพจน์สำคัญคือ ความซื่อสัตย์ ยุติธรรม ประชาชนยึดเหนี่ยวเป็นที่พึ่งได้

8. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

9. ความเข้าใจประชาชนผู้มารับบริการ (Customer Understanding) เอาใจเขามาใส่ใจเรา เช่น แพทย์และพยาบาลตามหน่วยสาธารณสุข หรือโรงพยาบาลตามหน่วยสาธารณสุขหรือโรงพยาบาลต่างจังหวัดที่มีประชาชนผู้ยากไร้มารับบริการ ผู้ให้บริการจะนึกถึงความทุกข์ยาก ความขาดแคลน มีการผ่อนปรนให้ญาติมาปูเสื่อนอนเฝ้าไข้ได้เมื่อจำเป็น กล่าวโดยสรุป ความเข้าใจประกอบด้วย การเรียนรู้ผู้ให้บริการ การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ และการให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ

10. ส่วนที่สัมผัสได้ (Tangibles) รับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการให้บริการ เช่น สถานที่ทำงานของหน่วยราชการที่ให้บริการต้องสง่างามดูแลรักษาความสะอาดอย่างดี บริเวณโดยรอบปลูกต้นไม้ ใบหญ้าไว้น่าชื่นชม แสดงถึงความเอาใจใส่ของผู้บริหารในหน่วยงานให้บริการนั้น หรือเครื่องมือใช้ทันสมัย ก้าวทันเทคโนโลยีของโลก

เวเบอร์ (Weber, 1966, p.340) นักวิชาการที่สำคัญชาวเยอรมันได้ชี้ให้เห็นว่าการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด ก็คือ การให้โดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคล หรือที่เรียกว่า Sine Ira Et Studio กล่าวคือ เป็นการให้บริการที่ปราศจากความเกลียดหรืออารมณ์ และไม่มี ความชอบพอรหรือสนใจใครเป็นพิเศษ หลักการนี้มุ่งให้ปฏิบัติงานโดยไม่นำความเป็นส่วนตัวมาเกี่ยวข้อง ทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ตามหลักเกณฑ์ที่อยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

ประยูร กาญจนกุล (2491, น. 119 – 122) นักวิชาการไทย ได้กล่าวไว้ถึงหลักการให้บริการว่า มีหลักสำคัญอยู่ 5 ประการ คือ

1. บริการสาธารณะเป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจการ หรือในความควบคุมของฝ่ายปกครอง

2. บริการสาธารณะมีวัตถุประสงค์ในการสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน

3. การจัดระเบียบและวิธีการดำเนินการบริการสาธารณะย่อมจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้เหมาะสมแก่ความจำเป็นแห่งกาลสมัย

4. บริการสาธารณะจะต้องจัดดำเนินการอยู่เป็นนิจและโดยสม่ำเสมอไม่มีการหยุดชะงัก ถ้าบริการสาธารณะจะต้องหยุดชะงักลงด้วยประการใด ๆ ประชาชนย่อมได้รับความเดือดร้อน หรือได้รับความเสียหาย

5. เอกชนย่อมมีสิทธิได้รับประโยชน์จากบริการสาธารณะเท่าเทียมกัน

นักวิชาการไทยอีกท่านหนึ่ง คือ กุลธณ ธนาพงศธร (2530, น. 303 – 304) ได้ชี้ให้เห็นว่า หลักการให้บริการที่สำคัญที่ 5 ประการ ดังนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้อำนวยประโยชน์และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคน อย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ในลักษณะต่าง จากกลุ่มอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ใช้บริการ หรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

แคทซ์ และ แดเนท (Katz and Danet, 1973, pp. 4 – 60) ได้ให้ความเห็นว่า หลักการพื้นฐานของการให้บริการที่ควรปฏิบัติทั้งในองค์การของรัฐและเอกชน มี 3 ประการ คือ

1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) หมายถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าและพนักงานจะจำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น พนักงานไม่ควรนำเรื่องส่วนตัวนอกเหนือจากหน้าที่มาเกี่ยวข้อง

2. การปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมกัน (Universality) หมายถึงพนักงานจะต้องปฏิบัติต่อลูกค้าโดยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ เช่น มีการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ใครมาก่อนก็ได้บริการก่อน

3. การวางตนเป็นกลาง (Affective Neutrality) หมายถึง พนักงานจะต้องให้บริการลูกค้าโดยไม่มีอารมณ์ความรู้สึกส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง ปฏิบัติงานด้วยเหตุผลและมีพฤติกรรมที่ถูกต้อง ไม่แสดงออกว่ามีอารมณ์ ไม่ขู่ตะคอกหรือหาสาเหตุชวนวิวาทกับลูกค้า

7. แนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

สำหรับความหมายของกระบวนการตัดสินใจได้มีผู้ให้ความหมายต่างๆ ดังนี้

อีสตัน (Easton, 1976, p. 4) กล่าวว่า คำว่า "การตัดสินใจ" (decision) เป็นกระบวนการที่ซับซ้อนเริ่มต้นที่การรับรู้ว่ามีคามจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงและสิ้นสุดลงที่การยอมรับ และนำการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติในแนวแคบ การตัดสินใจ หมายถึง การเลือก การเลือกเป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากการประเมินทางเลือกต่างๆ และเลือกหนึ่งทางสำหรับนำไปปฏิบัติ

บีช และ ไรธาร์ท (Beach & Reimhartz, 1989 p. 264) การให้ความหมายของการตัดสินใจตามแนวโน้มในปัจจุบันให้ความหมายไปในทางการคิดเชิงเหตุผล เพื่อตัดสินใจแก้ปัญหา การตัดสินใจอาจให้ความหมายว่าเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังสำรวจดูปัญหาหรือความจำเป็นแล้วมีการรวบรวมข้อมูล การประเมินทางเลือกเพื่อแก้ปัญหาโดยการชั่งน้ำหนักแต่ละทางเลือกและเลือกทางเลือกจากทางเลือกที่หลากหลายนั้นเพื่อนำไปปฏิบัติ

จิระจิตต์ ราคา (2523, หน้า 3) การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางเลือกที่มีอยู่หลายๆ ทางเลือก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ดังนั้นเมื่อมีการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง ก็ถึงได้เกิดการตัดสินใจขึ้นแล้ว แต่อย่างไรก็ตามการตัดสินใจที่ถือว่าดีนั้นจะต้องเป็นทางเลือกซึ่งเป็นแนวทางที่บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

วุฒิชัย จ้างง (2523, หน้า 3) การตัดสินใจเป็นกระบวนการตามลำดับขั้นในอันจะเลือกทางเลือกหนึ่งออกมาสำหรับการปฏิบัติ

จากความหมายของการตัดสินใจที่นักการศึกษาได้เสนอไว้ จะเห็นว่าการตัดสินใจมีลักษณะเป็นกระบวนการตามลำดับขั้น จึงอาจให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการคิดตามลำดับขั้นตอนเชิงเหตุผลในอันที่จะเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากทางเลือกที่หลากหลายสำหรับ

นำไปปฏิบัติจริง สำหรับขั้นตอนของการบวนการตัดสินใจนั้นได้นักการศึกษาแบ่งออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ กันดังนี้

กระบวนการตัดสินใจ

ในชีวิตประจำวันของเราต้องเผชิญกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่จะต้องใช้ความคิดเพื่อการตัดสินใจ อยู่ตลอดเวลา แต่เราอาจจะไม่รู้สึกรู้สึกผิดปกตินี้เนื่องจากการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องเล็กๆ น้อยๆ ทั่วไป เพราะเรา กระทำเป็นปกติวิสัยแบบอัตโนมัติ ซึ่งพฤติกรรมที่เราแสดงออกมาในกรณีต่างๆ ล้วนต้องผ่านการตัดสินใจ ทั้งสิ้น ในบางกรณีการตัดสินใจมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตและครอบครัวอย่างสำคัญจะต้องพิจารณา ตัดสินใจด้วยความระมัดระวัง (จำนง พรายแย้มแซ, 2529, หน้า 25) ต้องประกอบด้วยวิธีการขั้นตอนคิดค้น อย่างมีระเบียบแบบแผน ทำให้ได้แนวทางการตัดสินใจที่ดีที่สุด (รศนา อักษรกิจ, 2537, หน้า 84-85)

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ

จำนง พรายแย้มแซ (2529, หน้า 26-27) ในการตัดสินใจของคนเราแต่ละครั้งไม่ว่าเรื่องเล็ก หรือเรื่องใหญ่ก็ตาม ย่อมจะต้องเป็นไปตามกระบวนการอย่างเดียวกันทั้งนั้นเว้นแต่จะใช้เวลามากน้อย ต่างกันในบางขั้นตอนเท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทักษะ และความสามารถของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

เมื่อบุคคลเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่จะต้องแก้ไขโดยเฉียบพลันทันทีหรือไม่ก็ตามขั้นตอน สำคัญก่อนเริ่มเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจก็คือ บุคคลนั้นจะต้องมีสติสัมปชัญญะที่มั่นคง ไม่ตื่นตระหนกต่อ เหตุการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ และพร้อมกันนั้นจะต้องขจัดอคติหรือความลำเอียง (รัก - โกรธ - กลัว - เกลา) ออกจากจิตใจให้หมดเสียก่อน แล้วจึงเริ่มปฏิบัติไปตามขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม ซึ่งบ่อยครั้งที่เดียวเราจะเห็นบุคคลบางคนชอบทำเรื่องเล็กให้เป็นเรื่องใหญ่ หรือเรื่องง่ายให้ เป็นเรื่องยาก เพราะความขาดสติและมีอคติขณะตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ

จึงกล่าวได้ว่า ก่อนจะตัดสินใจแก้ปัญหาใดๆ จะต้องมีความสติสัมปชัญญะและปราศจากอคติจึง จะทำให้การตัดสินใจนั้นมีความผิดพลาดน้อยที่สุด

จำนง พรายแย้มแซ เสนอขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจไว้ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมเกี่ยวกับเรื่องหรือเหตุการณ์นั้นๆ ให้มากที่สุด ทุกแง่ทุกมุม เท่าที่จะทำได้
2. ประเมินค่าและวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลเหล่านั้น เพื่อที่จะแยกความจริงออกจากก ความเห็น จนสามารถมองเห็นสาเหตุที่แท้จริงของเรื่องนั้นๆ ได้อย่างแจ่มชัด
3. กำหนดทางเลือกและทางออก สำหรับสถานการณ์หรือปัญหานั้นๆ ไว้หลายๆ ทาง
4. กำหนดเกณฑ์อย่างมีหลักการ เพื่อใช้คัดเลือกแนวทางหรือทางเลือกที่ดีที่สุด

5. กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายเกี่ยวกับสิ่งที่คาดหวังจะให้สัมฤทธิ์ผล
6. วางแผนปฏิบัติงานอย่างรอบคอบตามวิถีทางที่เป็นไปได้
7. ตัดสินใจลงมือดำเนินการจนบรรลุผลตามที่ต้องการ

เย็นใจ เลหาวนิช (2521, หน้า 21-22) กล่าวว่า โดยสรุปกระบวนการตัดสินใจแก้ปัญหา แบ่งเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาให้เข้าใจแจ่มชัด ระบุปัญหา กำหนดขอบเขตของปัญหาให้ชัดเจน
2. กำหนดเป้าหมายในการแก้ปัญหาว่าต้องการแก้ปัญหาทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนให้เสร็จสิ้นเมื่อใด รวมทั้งจัดลำดับความสำคัญของจุดหมายถ้ามี
3. ประมวลวิธีปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหาตามจุดหมายที่กำหนดไว้ และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการประเมินวิธีปฏิบัติเหล่านั้น
4. ประเมินผลดีและผลเสียของวิธีปฏิบัติแต่ละวิธีโดยคำนึงถึงหลักความเป็นไปได้ผลสืบเนื่องที่จะเกิดขึ้นทั้งระยะสั้นและระยะยาว
5. เลือกวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด
6. นำวิธีปฏิบัติที่เลือกสรรแล้วไปดำเนินการแก้ปัญหา
7. ติดตามประเมินผลการปฏิบัติว่าบรรลุจุดหมายที่วางไว้หรือไม่
8. ปรับปรุงจุดหมายหรือวิธีปฏิบัติให้เหมาะสมยิ่งขึ้นถ้ามีโอกาสทำได้

ดิงค์เลจ (Dinklage, 1977 อ้างใน นวลศิริ เปาโรหิตย์, 2528, หน้า 45) ได้รวบรวมกลยุทธ์ต่างๆ ที่บุคคลใช้ในการตัดสินใจออกเป็น 8 กลยุทธ์ คือ

1. วางแผนอย่างรอบคอบ (Planful)
2. ยากเย็นแสนเข็ญ (Agonizing)
3. หุนหันพลันแล่น (Impulsive)
4. ให้ความรู้สึกบอก (Intuitive)
5. ผลัดผ่อน (Delaying)
6. ตามดวง (Fatalistic)
7. ตามเพื่อน/เสียงส่วนใหญ่ (Compliant)
8. ขาดพลังเพียงพอ (Paralytic)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า

1. ปัจจัยภายนอก (Environmental Factors) เป็นปัจจัยภายนอกองค์การ เช่น สิ่งแวดล้อม สังคม ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ภาวะเศรษฐกิจ อัตราการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการปรับปรุงทางการแข่งขัน สิ่งแวดล้อมเหล่านี้มีอิทธิพลอยู่เบื้องหลังการควบคุมทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

2. ปัจจัยภายใน ได้แก่

2.1 ปัจจัยภายในองค์กร (Organizational factors) คือกลุ่มอิทธิพลซึ่งอยู่ในกระบวนการซื้อ แต่ละบริษัทจะกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการ โครงสร้างและระบบ เป็นแนวทางในการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อจึงมีอิทธิพลจากสิ่งเหล่านี้

2.2 ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลซึ่งอยู่ในกระบวนการซื้อ ศูนย์กลางการซื้อจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีสถานะ อำนาจ ความเห็นอกเห็นใจ การชักชวนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ขายได้รู้ถึงปัจจัยระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

2.3 ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual factors) การตัดสินใจของแต่ละบุคคลมีอิทธิพลต่อการยอมรับและความชอบในผลิตภัณฑ์ รวมทั้งอิทธิพลต่อการเสนอผลิตภัณฑ์ของผู้ขายโดยพิจารณาถึงอายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ บุคลิกลักษณะ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

ความสามารถในการตัดสินใจ

สุธรรม จันทน์หอม (2525, หน้า 81) กล่าวว่า ความสามารถในการแสดงความผูกพันเกี่ยวข้องกับของปัจจุบัน มักทำนายความชำนาญ นิสัยและกำลังของบุคคลในปัจจุบันซึ่งจะส่งผลให้บุคคลทำบางสิ่งบางอย่างได้

สมบุญ ชิตพงศ์ และ สำเริง บุญเรืองรัตน์ (2524, หน้า 83) กล่าวว่า ความสามารถคือพฤติกรรมอันเป็นที่คาดหวังในจุดมุ่งหมายที่ต้องการวัดผล

ต่าย เชียงฉิน (2526, หน้า 5) กล่าวว่า การวัดผลทางการศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นการวัดในสิ่งที่เป็นนามธรรม (Psychological Measurement) ซึ่งการวัดผลจะเป็นการวัดทางอ้อม คือ จะต้องให้นิยามหรือความหมายของสิ่งที่วัด แล้วสร้างเครื่องมือตามนิยามหรือความหมายของสิ่งนั้นเพื่อจะวัดสิ่งนั้น

นิโลบล นิมกังรัตน์ (2523, หน้า 11) กล่าวว่า การประเมินผล เป็นกระบวนการในการตัดสินใจพิจารณา ตัดค่า หรือ ลงข้อสรุปว่าสิ่งที่พิจารณาอยู่นั้นมีค่าเหมาะสมกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้หรือไม่

บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ (2527, หน้า 3) กล่าวว่า การประเมินหมายถึงกระบวนการตัดสินใจที่อาศัยดุลพินิจพิจารณาจากข้อมูลที่ได้จากการวัด

8. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนงาน

การเปลี่ยนงาน หมายถึง การปรับเปลี่ยนหรือโยกย้ายตำแหน่งการทำงาน โดยยังคงอยู่ภายในสายงานหรืออาชีพเดิม การเปลี่ยนเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนอาชีพ แต่มีความแตกต่างไปจากการเปลี่ยนอาชีพคือ การเปลี่ยนอาชีพเป็นการเปลี่ยนย้ายวิถีการทำงานทั้งหมดกระบวนการเปลี่ยนงานอาจเกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวหรือหลายครั้งในชีวิตได้ บุคคลเปลี่ยนงานเนื่องจากต้องการเปลี่ยนแหล่งสภาพการณ์ในการทำงานที่ตนทำอยู่เพื่อสนองความต้องการส่วนบุคคล (Black & Loughhead, 1990)

ประเภทของการเปลี่ยนงาน

การเปลี่ยนงานสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทตามแนวคิดที่แตกต่างกันออกไปดังนี้คือ

1. แนวคิดของ Rynes and Rosen (1983) แบ่งการเปลี่ยนงานเป็นสามประเภทคือ

- 1.1 การเปลี่ยนหน้าที่ เป็นการขยายความรับผิดชอบทักษะและหน้าที่ในการทำงาน
- 1.2 การเปลี่ยนนายจ้าง ผู้เปลี่ยนงานจะโยกย้ายจากองค์การเดิมที่ตนทำงานอยู่

ไปสู่องค์การใหม่

1.3 การเปลี่ยนที่ทำงาน (Geographical location) เป็นการเปลี่ยนที่ทำงานใหม่ซึ่งอาจอยู่ในองค์การเดิมหรือต่างองค์การเดิมก็ได้

2. แนวคิดของ West and Nicholson (1989) แบ่งการเปลี่ยนงานเป็นสามประเภทคือ

2.1 การเปลี่ยนแปลงงานแบบเปลี่ยนหน้าที่ เป็นการเปลี่ยนหน้าที่ที่บุคคลกระทำหรือรับผิดชอบไปจากเดิม เช่น เปลี่ยนจากผู้จัดการฝ่ายผลิตไปเป็นที่ปรึกษาอาวุโสฝ่ายวางแผนการผลิต เป็นต้น

2.2 การเปลี่ยนงานแบบเปลี่ยนนายจ้าง เทียบได้กับข้อ 1.2 ของ Rynes and Rosen (1983)

2.3 การเปลี่ยนงานแบบเปลี่ยนสถานภาพ (Status) เป็นการเปลี่ยนสถานภาพหรือตำแหน่งในการทำงาน ซึ่งอาจเป็นการเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นหรือลดตำแหน่งลงมา โดยอาจอยู่ในองค์การเดิมหรือเปลี่ยนองค์การใหม่ก็ได้ เช่น ผู้เปลี่ยนงานได้รับการเลื่อนตำแหน่งจากผู้จัดการไปเป็นกรรมการผู้จัดการ เป็นต้น

3. แนวคิดของ Loughhead and Black (1990) แบ่งประเภทของการเปลี่ยนงานเป็นสองประเภทคือ

3.1 การเปลี่ยนงานภายใน การเปลี่ยนงานประเภทนี้รวมถึงการเปลี่ยนสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนภาระงาน ความรับผิดชอบ เป็นต้น อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงตัวเอง เช่น บุคคลอาจ ทบทวนพิจารณาหรือปรับเปลี่ยนค่านิยมในชีวิตของตน เป็นต้น หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ กับบุคคลอื่น เช่น การเพิ่มหรือลดเวลา ความสนใจและการเสริมแรงแก่บุคคลแวดล้อมในที่ทำงาน เป็นต้น

3.2 การเปลี่ยนแปลงระหว่างงาน เป็นการเปลี่ยนหรือโยกย้ายตำแหน่งการทำงาน เช่น การเปลี่ยนไปทำงานที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างจากงานเดิม อาจเป็นภายในองค์การเดิม หรือต่าง องค์การ

อย่างไรก็ตามสำหรับการศึกษาวิจัยส่วนใหญ่ที่ผ่านมา มักจัดแบ่งการเปลี่ยนงานเป็นสองประเภท ดังที่ Newton and Keenan (1983) ได้ระบุไว้คือ

1. การเปลี่ยนงานภายในองค์การ (Intraorganization) ได้แก่การเปลี่ยนตำแหน่งงาน สถานภาพ หน้าที่ภายในองค์การ ซึ่งมักเป็นการเลื่อนตำแหน่ง เช่น การศึกษาของ Keller and Holland (1981) Werbel (1983)

2. การเปลี่ยนงานภายนอกองค์การ (Interorganization) ได้แก่การเปลี่ยนนายจ้าง เช่น การศึกษาของ Rynes and Rosen (1983)

กลุ่มของผู้เปลี่ยนงาน

นอกจากการจัดประเภทการเปลี่ยนงานแล้ว West and Nicholson (1988 cited in Pearson, 1991) ยังได้จัดกลุ่มผู้เปลี่ยนงานออกเป็นสามกลุ่มด้วยกัน คือ

1. กลุ่มผู้มีโอกาส (Opportunists) กลุ่มนี้เป็นผู้ที่ทำงานอยู่แล้ว แต่มักเปลี่ยนงานแบบ ไม่ได้คาดคิดมาก่อน เป็นบุคคลที่ต้องการเปลี่ยนนายจ้าง หน้าที่ หรือทั้งสองประการ เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้และความสามารถของตนเอง ดังนั้นกลุ่มคนเหล่านี้จึงมักเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในงานของตน เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ปรับตัวได้ดี ชอบความท้าทาย ต้องการความยอมรับนับถือ และ ต้องการโอกาสในการเรียนรู้และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ประการสำคัญคือ บุคคลเหล่านี้มักเปลี่ยนงานที่มี ลักษณะเป็นการเปลี่ยนหน้าที่และเพิ่มความรับผิดชอบแก่ตัวเอง

2. กลุ่มผู้แสวงหา (Seeker) บุคคลกลุ่มนี้ไม่พึงพอใจบางสิ่งบางอย่างในงานที่ตนเองทำ อยู่ในปัจจุบัน และปรารถนาที่จะเปลี่ยนแปลง พวกเขาอาจรับรู้ว่าคุณลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อการ

หาทางเลือกใหม่ๆ หรือทำให้ตนเองไม่มีทางเลือก กลุ่มผู้แสวงหาจะแตกต่างไปจากกลุ่มผู้มีโอกาสคือ พวกเขาเห็นว่างานที่ตนทำอยู่ทำให้ขาดการพัฒนาตนเอง

3. กลุ่มผู้ว่างงาน (Unemployed) เป็นกลุ่มคนที่ไม่มีย่างงานทำ บุคคลกลุ่มนี้จะหางานใหม่ เหมือนกับกลุ่มผู้แสวงหา แต่ได้รับการช่วยเหลือทางการเงินและทางสังคมน้อยกว่า กลุ่มผู้ว่างงานมักรู้สึกว่า ตนมีทักษะและความสามารถน้อยจนทำให้ไม่ได้รับการจ้างงาน แม้จะยังเชื่อว่า ตนยังมีโอกาสก้าวหน้าในงาน แต่การที่มีความเชื่อมั่นในตนเองน้อยลงจึงทำให้บุคคลกลุ่มนี้รับรู้ถึงโอกาสเหล่านั้นน้อยลงไปกว่าเดิม

ผลกระทบจากการเปลี่ยนงาน

การศึกษาวิจัยต่างๆ ที่ผ่านมามีพบว่า การเปลี่ยนงานสามารถส่งผลกระทบต่อทั้งในแง่บวกและลบต่อตัวบุคคล และต่อองค์การ (Black & Loughhead, 1990) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลกระทบทางบวก การเปลี่ยนงานสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เปลี่ยนงานได้ ทั้งต่อชีวิตและต่อครอบครัวของผู้ที่เปลี่ยนงาน (Brett, 1989) เนื่องจากการเปลี่ยนงานสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้า สร้างความแปลกใหม่ในชีวิต ทำให้ได้ทำงานที่มีความหลากหลาย มีอิสระในการทำงาน มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมถึงการได้รับผลประโยชน์ตอบแทนมากขึ้น (Keller & Hulland, 1981; West & Nicholson, 1989) นอกจากนั้นยังช่วยลดความไม่ชัดเจนในบทบาท (Keller & Hulland, 1981) และลดความเครียดจากงานที่ทำด้วย (Kanchier & Unruh, 1989 cited in Black & Loughhead, 1990)

2. ผลกระทบทางลบ การเปลี่ยนงานทำให้เกิดผลเสียหลายประการ กล่าวคือ บุคคลต้องเสียค่าใช้จ่าย เสียเวลาในการโยกย้ายที่ทำงาน ทั้งยังสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสภาวะอารมณ์อย่างมาก โดยบุคคลจะเกิดความเครียดจากการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ๆ รู้สึกโดดเดี่ยว อ่อนล้า (Brenner, 1975; Werbel, 1983) การเปลี่ยนงานอาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในสังคม ความสัมพันธ์ในครอบครัว สร้างปัญหาแก่บุตรของผู้เปลี่ยนงาน (Black & Loughhead, 1990 Brett, 1982)

นอกจากการเปลี่ยนงานจะส่งผลกระทบต่อตัวผู้เปลี่ยนงานแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อองค์การด้วย คือ องค์การต้องเสียค่าใช้จ่าย เวลา รวมถึงการลงทุนอื่นๆ ในการสรรหา คัดเลือกและพัฒนาบุคลากรใหม่แทนที่บุคคลเดิม (Jarvis, 1989 cited in Black & Loughhead, 1990) การดำเนินโครงการต่างๆ ขององค์การต้องหยุดชะงัก (“ธนายวีเอ็นจีเนียริง” 2537; Judge et al 1994) งานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย องค์การขาดคนสร้างความแข็งแกร่ง บุคลากรไม่มีเวลาที่จะพัฒนาฝีมือของตนเองอย่างเต็มที่

เนื่องจากการเปลี่ยนงานเป็นการขัดขวางการสร้างทักษะในการทำงาน (Skill formation) ซึ่งเป็นตัวกำหนดสมรรถนะในการแข่งขันระหว่างประเทศขององค์การในระยะยาว ("แฟชันย้ายงาน," 2537; สุวินัย ภรณวลัย, 2537) ทั้งหมดนี้ทำให้การเปลี่ยนงานสามารถส่งผลกระทบทางลบไปถึงระดับประเทศได้ คือ ทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจไม่เป็นไปตามที่วางไว้ รวมถึงกระทบต่อการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติได้ ("แฟชันย้ายงาน," 2537)

กรอบความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนงาน (Conceptual framework of job change)

นักวิชาการได้เสนอกรอบความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนงานไว้หลายรูปแบบทั้งในแง่ของการเปลี่ยนอาชีพ (Doering & Rhodes, 1989) การพัฒนาอาชีพ (Loughead Black &, 1990) หรือการจัดการต่อความเครียด (Nicholson & West, 1988 cited in Newton & Black, 1990) แต่จากการศึกษาวิจัยพบว่า การเปลี่ยนงานของบุคคลนั้นมีความเหมาะสมกับกรอบความคิดด้านการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าแก่ตนเองมากกว่า (Newton & Keenan, 1990) ซึ่งตรงกับกรอบความคิดในแง่การพัฒนาอาชีพที่ Loughead & Black (1990) ได้เสนอไว้

กรอบความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนงานนี้ คำนึงถึงการรับรู้เฉพาะบุคคลและความเป็นจริงที่ซับซ้อนในโลก (Multiple realities) ซึ่งความเป็นจริงที่ซับซ้อนในโลกหมายถึง บุคคลและการรับรู้สถานการณ์ของเขา บุคคลจะไม่แสดงพฤติกรรมที่เหมือนกันทั้งหมด แต่กระทำการต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไปตามการรับรู้เท็จจริงของตนเอง

การเปลี่ยนภายในงานเป็นการปรับเปลี่ยนสถานการณ์การจ้างงานในปัจจุบัน อาจรวมไปถึงการปรับปรุงภาพใจตนเอง สิ่งแวดล้อม หรือความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เช่น การปรับภาระงาน ความรับผิดชอบ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อาจมีการทบทวนหรือปรับค่านิยมในชีวิต ส่วนการปรับเปลี่ยนสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลอาจเป็นไปในแง่ของการเพิ่มหรือลดเวลา และความสนใจที่ให้กับบุคคลแต่ละคน

การเปลี่ยนแปลงแบบสุดท้ายคือ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ เช่น บางคนอาจมีความสุขเพียงพออยู่แล้วกับงานที่ทำอยู่จึงไม่คิดเปลี่ยนแปลง ในทางตรงข้าม บางคนอาจไม่พึงพอใจในงาน แต่ยังไม่พร้อมหรือยังไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนแปลงด้วยเหตุผลต่างๆ มากมาย เช่น ความสะดวกสบาย สภาวะเศรษฐกิจ ความกลัว ความไม่รู้ ไม่เต็มใจที่จะเสี่ยง เป็นต้น ความไม่เต็มใจในการเปลี่ยนแปลงนี้จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยควบคุมดังต่อไปนี้

1. ค่านิยมส่วนบุคคลและค่านิยมในอาชีพ (Personal and occupational values)

2. สถานภาพในชีวิต (Life status)
3. ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง (Readiness to change)
4. โอกาส (Opportunities)

ปัจจัยควบคุมทั้งสี่ปัจจัยอาจมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน สิ่งเหล่านี้จะช่วยลำดับความสำคัญและตัดสินใจว่า บุคคลต้องการสิ่งใดจากงาน นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนการรับรู้และปฏิกิริยาทางอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อสภาพการว่างงานในปัจจุบันด้วย

ปัจจัยควบคุมปัจจัยแรกคือ ค่านิยมส่วนบุคคลและค่านิยมในอาชีพ ค่านิยมส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงสิ่งที่คุณค่าให้ความสำคัญในชีวิต และเป็นสิ่งชี้นำพฤติกรรมและการตัดสินใจในชีวิตประจำวันของคุณ ส่วนค่านิยมในอาชีพจะบอกถึงสิ่งที่คุณค่าให้ความสำคัญในการทำงานของคุณ และมีอิทธิพลต่อคุณในด้านพฤติกรรมและการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ค่านิยมทั้งสองประการนี้อาจมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และมีผลกระทบต่ระดับความพึงพอใจในงานของคุณ สถานภาพในชีวิตเป็นปัจจัยควบคุมที่รวมไปถึงเหตุการณ์ในชีวิต สิ่งรบกวนเล็กๆ น้อยๆ ในชีวิตประจำวันหรือปัจจัยส่วนบุคคลที่อาจก่อให้เกิดความเครียดได้ เช่น สิ่งรบกวนในที่ทำงาน โรคภัยไข้เจ็บ ความเครียด ความขัดแย้งในครอบครัวหรือเพื่อน เป็นต้น ความเครียดที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ต่างๆ อาจมีอิทธิพลในทางบวกหรือลบต่อการรับรู้ของคุณต่องานที่ทำอยู่ในทางบวกหรือทางลบก็ได้ จึงส่งผลถึงระดับความพึงพอใจในงานได้

ความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง เป็นความเต็มใจหรือการเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น Prochaska and Diclemente (1986 cited in Loughhead & Black, 1990) ได้เสนอขั้นตอนของความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงซึ่งมีความสอดคล้องกับขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงของ Brenner (1975) โดยสามารถแบ่งเป็นห้าขั้น คือ

1. ขั้นก่อนพิจารณา (Precontemplation stage) ในขั้นนี้บุคคลยังคงต่อต้านและไม่เต็มใจรับรู้ถึงความยุ่งยากหรือปัญหาส่วนตัวและปัญหาสิ่งแวดล้อมของตนเอง
2. ขั้นคิดพิจารณา (Contemplation stage) บุคคลเริ่มรับรู้ต่อปัญหาที่มีอยู่ในขั้นนี้และเริ่มมีอิสระที่จะคิดทบทวนตนเองใหม่
3. ขั้นลงมือกระทำ (Action stage) บุคคลยังรู้สึกมีอิสระมากขึ้นกว่าขั้นที่ 2
4. ขั้นดำรงรักษา (Maintenance stage) เป็นขั้นที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ได้กระทำไป และบุคคลจะรู้สึกเป็นตัวของตัวเอง

ในแต่ละชั้นของความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานแตกต่างกันออกไป เช่น บุคคลที่อยู่ในขั้นลงมือกระทำอาจมีความเต็มใจที่จะเปลี่ยนแปลง ทำให้มีความพึงพอใจในงานน้อยกว่าขั้นก่อนพิจารณาซึ่งมีความพึงพอใจในงานมากกว่า

ปัจจัยควบคุมปัจจัยสุดท้ายคือ โอกาส อาจเป็นโอกาสที่บุคคลหามาได้หรือได้มาโดยบังเอิญ สำหรับโอกาสที่บุคคลหามาได้เกิดจากความสมัครที่จะค้นหาโอกาสในการจ้างงานที่มีอยู่ของตน เช่น การสมัครงานที่ประกาศในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ส่วนโอกาสที่ได้มาโดยบังเอิญเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพราะโชค และมีผลต่อการเปลี่ยนงาน เช่น การได้พบกับผู้บริหารของบริษัทอื่น บนเครื่องบินซึ่งได้เสนองานที่น่าสนใจให้ เป็นต้น การรับรู้ของบุคคลต่อความยากหรือง่ายสำหรับโอกาสได้งานอาจมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน เช่น ถ้าบุคคลรับรู้ว่ามีโอกาสได้รับงานใหม่แน่นอน เขาย่อมมีความพึงพอใจในงานที่ทำในปัจจุบันลดลง

จากกรอบความคิดนี้แสดงให้เห็นว่าบุคคลสามารถปรับเปลี่ยนระดับความพึงพอใจในงานของตนได้สองทาง คือ การปรับเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมภายนอกซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนภายในหรือระหว่างงานที่ทำ และการปรับเปลี่ยนภายในตัวบุคคลโดยปรับเปลี่ยนการให้ความสำคัญต่อสิ่งต่างๆ หรือปรับเปลี่ยนการรับรู้และปฏิกิริยาทางอารมณ์ต่องานที่ทำในปัจจุบัน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนงาน

จากกรอบความคิดที่กล่าวถึงข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจในงานเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนงานของบุคคล ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากผลการศึกษาวิจัยหลายครั้งที่ยืนยันว่าความพึงพอใจในงานหรือความไม่พึงพอใจในงาน (Job dissatisfaction) เป็นตัวทำนายที่ดีถึงการลาออก การเปลี่ยนงานหรือการย้ายงานของบุคลากร (Judge et al 1993; Klenke – Hamel & Mathieu, 1990; Williams & Hazer, 1986 cited in Fsrkas & Tetricks, 1993) ดังนั้น จึงขอเสนอทฤษฎีความพึงพอใจในงานดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีความต้องการ (Need Theory) ทฤษฎีนี้ได้เสนอรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่บุคคลต้องการจากชีวิตและการทำงาน (Schneider & Schmitt, 1986) ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนต้องมีความต้องการเป็นสภาวะภายในของบุคคลที่ขาดความสมดุลหรือขาดแคลน โดยที่ความขาดแคลนนี้อาจเกิดจากสัญชาตญาณของมนุษย์ หรือเกิดจากการเรียนรู้ก็ได้ (Cherrington, 1989 cited in Steers & Porter, 1991; Salanick & Pfeffer, 1977) และสามารถเป็นได้ทั้งความต้องการทางกายภาพหรือทางจิตใจ (Steers & Porter, 1991) เช่น ความต้องการเกียรติยศ ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ตามแนวคิดนี้ เมื่อบุคคลเกิดความต้องการหรือความขาดแคลนขึ้น สภาวะนี้สามารถกระตุ้นให้

เกิดพฤติกรรมตอบสนองเพื่อลดหรือขจัดความขาดแคลนนั่น เขาจะแสดงพฤติกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของตน การทำงานจัดเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งที่บุคคลกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการ ทั้งนี้ถ้าสิ่งที่ได้รับจากการทำงานเป็นสิ่งที่สนองความต้องการได้ บุคคลก็จะทำงานต่อไป แต่หากสิ่งที่ได้รับจากการทำงานไม่สามารถสนองความต้องการได้ บุคคลก็จะทำงานต่อไป แต่หากสิ่งที่ได้รับจากการทำงานไม่สามารถสนองความต้องการได้แล้วบุคคลก็จะค้นหาวิธีที่สามารถสนองความต้องการ ซึ่งอาจเป็นการเปลี่ยนงานได้

ทฤษฎีที่สามารถจัดอยู่ ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการมีอยู่หลายทฤษฎี เช่น ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ของอัลเดอร์เฟอร์ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Need Hierarchy) ของมาสโลว์ ทฤษฎีความต้องการของแมคเคลแลนด์ เป็นต้น โดยแต่ละทฤษฎีแม้จะแล่งความต้องการของมนุษย์แตกต่างกันไป แต่ยังมีความคาบเกี่ยวกันอยู่

2. ทฤษฎีการปรับตัวต่องาน (Theory of Work Adjustment) (Dawis & Lofquist, 1984 cited in Doering & Rhodes, 1989; Rounds, Dawis & Lofquist, 1987)

ทฤษฎีนี้กล่าวถึง ความสอดคล้องระหว่างความต้องการของบุคคลและสิ่งทำงานหรือสิ่งแวดล้อมของงาน มีให้แก่บุคคลซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจในงาน ความสอดคล้องนี้เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของงาน (Work personality) กับสิ่งแวดล้อมของงาน(Work environment) ปัจจัยทั้งสองนี้มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยบุคคลมีการตอบสนองความต้องการของงานและงานตอบสนองความต้องการของบุคคล กระบวนการนี้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดนิ่งเพราะบุคคลจะต้องงาน (Work adjustment) ผลลัพธ์ของการปรับตัวต่องานนี้จึงเป็นผลจากความสอดคล้องระหว่างงานต่อลักษณะของคน และงานต่อสิ่งแวดล้อม ตามทฤษฎีนี้ความพึงพอใจในงานเกิดจากความสอดคล้องระหว่างรูปแบบผลตอบแทนจากงานและความต้องการของบุคคล การเพิ่มความสอดคล้องนี้จึงเป็นการเพิ่มความพึงพอใจในงาน และการลดความสอดคล้องย่อมลดความพึงพอใจในงาน หรือก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในงานขึ้นได้

9. แนวความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติบุคลากรในการทำงาน

คุณสมบัติของบุคลากรในการทำงาน แยกเป็น 2 ประเภท คือ

1. คุณสมบัติที่ต้องการสำหรับงานโดยทั่วไป

คุณสมบัติที่ต้องการสำหรับงาน ประกอบด้วย (สุภาพร พิศาลบุตร, 2541 : 110 - 111)

1.1 คุณสมบัติทางการศึกษา (Educational Requirement) ผู้สมัครต้องมีความรู้หรือการศึกษาระดับต่างๆ เช่น อนุปริญญา ปวช. ปวส.ปริญญาตรี ปริญญาโท เป็นต้น

1.2 ความสามารถพิเศษ (Abilities) เช่น สามารถพูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษ ได้ดี มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ พิมพ์ดีดได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษหรือมีความสามารถในการแปล เป็นต้น

1.3 ทักษะหรือความชำนาญ (Skills) เช่น พิมพ์ดีดได้เร็ว 40 – 45 คำต่อนาที

1.4 ประสบการณ์ในการทำงาน (Experiences) เป็นประสบการณ์ในการทำงานของแต่ละบุคคล โดยมีการระบุชนิดและระยะเวลาของประสบการณ์ไว้ด้วย เช่น มีประสบการณ์ทางด้านบัญชีไม่น้อยกว่า 3 – 5 ปีหรือไม่มีประสบการณ์ก็ได้ ทั้งนี้แล้วแต่ลักษณะงานแต่ละตำแหน่งที่ระบุไว้

1.5 คุณสมบัติส่วนตัว (Personal) เช่น

1.5.1 อายุ งานบางอย่างจะมีการกำหนดอายุกำกับไว้ด้วยเช่น อายุต่ำกว่า 35 ปีหรืออยู่ระหว่าง 25-30 ปี เป็นต้น

1.5.2 เพศ งานบางอย่างก็เหมาะสมกับเพศใดเพศหนึ่ง โดยเฉพาะ

1.5.3 สัญชาติ ส่วนมางานที่ประกาศรับสมัครก็ต้องการคนไทยเกือบทั้งนั้น นอกเหนือจากนั้นก็จะมีการระบุให้ทราบในประกาศรับสมัคร

2. คุณสมบัติผู้ให้บริการ การที่จะให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผู้ให้บริการควรต้องเข้าใจ ผู้ให้บริการควรต้องเข้าใจถึงคุณสมบัติของผู้ให้บริการดังนี้ (สมชาติ กิจยรรยง, 2543 : 42 - 43)

2.1 รักงานบริการ คือ มีชีวิตจิตใจที่ชอบให้บริการ ชอบช่วยเหลือ ดูแลปกป้องคุ้มครองให้ผู้ให้บริการอบอุ่นใจ

2.2 รู้งานรู้หน้าที่ คือ มีความรอบรู้ในรายละเอียดวิธีการปฏิบัติงาน และรอบรู้ในเรื่องธุรกิจใกล้เคียงด้วย

2.3 มีความกระตือรือร้น คือ มีความคล่องตัวในการให้บริการช่วยเหลือ ดูแลหรือเอาใจใส่ด้วยความทะมัดทะแมงและกระตือรือร้น

2.4 อุดหนุน สนใจ คือ เป็นผู้ให้บริการด้วยความอดทนต่อสภาพหรือสถานการณ์ต่างๆ ได้ เช่น อดทนต่อการตำหนิ ต่อว่า ร้องเรียน หรือคำบ่น เป็นต้น

2.5 มีอัธยาศัยไมตรี คือเป็นผู้ที่มีหัวใจในการบริการ เพื่อให้บริการด้วยมิตรภาพที่ดี ซึ่งเราจะต้องรู้จักสังเกต หรือสอบถามปัญหาหรือความต้องการของผู้ใช้บริการ

2.6 มีความยิ้มแย้มแจ่มใส คือ เป็นผู้ที่มีความร่าเริงสดใสในการที่จะให้บริการด้วยบรรยากาศที่ดีและมีความราบรื่น

2.7 มีไหวพริบปฏิภาณ คือ ต้องรู้จักแก้ไขปัญหาและปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ จากผู้ให้บริการ ที่เราไม่คาดว่าจะเป็น

2.8 ประสานงานเป็นเลิศ คือ ความสัมฤทธิ์ผลในการบริการ เกิดจากทีมงานที่มีการประสานให้เป็นเลิศจากตัวบุคคล จากแผนก หรือฝ่ายที่เกี่ยวข้องซึ่งต้องสัมพันธ์กัน

2.9 มีความทรงจำที่ดี โดยส่วนใหญ่เราใช้ข้อมูลจากการบันทึกเอกสารหรือคอมพิวเตอร์รวบรวมข้อมูลหรือช่วยจำแทนเรา

2.10 น้ำใจงดงาม ซึ่งบางองค์กรตั้งเป็นวัฒนธรรมหรือคำขวัญในการบริการทำร้าน้ำใจให้กับผู้ให้บริการ เช่น "ยิ้มงาม ถามได้ ธุระสิ่งใดเต็มใจ" เป็นต้น

10. แนวคิดด้านลูกค้าสัมพันธ์

ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าหรือผู้ให้บริการกับผู้ขายหรือผู้ให้บริการมาเป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในการบริการที่ได้รับนับว่าจะเป็นผลดี ซึ่งแนวความคิดต่อไปนี้เป็นแนวความคิดที่พัฒนามาจากทศวรรษ 1960 หรือประมาณ 35 ปีมาแล้ว แนวความคิดนี้ได้รับการพัฒนาไปบ้างจากกฎเกณฑ์ในการสร้างความพึงพอใจ โดยผ่านความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างฝ่ายผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ (Fremantle, 1993 อ้างถึงใน ธีระศักดิ์ วาระสุข, 2537)

11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิสิฐ กาญจนาคพันธุ์ (2541 : 100) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานบริษัทเดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลนั้นประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว รายได้ของพนักงาน ที่เหมาะสมกับการดำรงชีพ ระยะเวลาการปฏิบัติงานกับบริษัท และปัจจัยด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่มีต่อบริษัทฯ อันได้แก่ ลักษณะงาน สภาพแวดล้อม ผู้บังคับบัญชา นโยบาย/ระเบียบในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ บุคคล หรือเพื่อร่วมงาน และค่าจ้างที่ได้รับจากบริษัท

นิภาพรรณ เวียงพระปรก (2539:81) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัญหาและความต้องการบริการแนะแนวของนักศึกษามหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นภาคปกติการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการบริการแนะแนวของนักศึกษา และเพื่อเปรียบเทียบความต้องการแนะแนวของนักศึกษามหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ภาคปกติ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดบริการแนะแนวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นภาคปกติ

ประดิษฐ์ ชาสมบัติ (2533) : รายงานการวิจัยเรื่อง “ตลาดแรงงานอุตสาหกรรมภูมิภาค” สรุปผลรายงานวิจัยได้ว่า ในเขตภูมิภาคเป็นผู้มีอายุระหว่าง 18 – 35 ปี แรงงานที่อยู่ในวัยนี้ถือว่าเป็นวัยที่มีความเข้มแข็ง แรงงานที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี พบเพียงเล็กน้อยในเขตภูมิภาค ลูกจ้างส่วนใหญ่ในทุกประเภทอุตสาหกรรมมีการศึกษาในระดับประถมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย ซึ่งแสดงว่าผู้คนวุฒิการศึกษาภาคบังคับก็สามารถทำงานในอุตสาหกรรมได้ในระดับหนึ่ง สัดส่วนของผู้มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา พบมากขึ้นในอุตสาหกรรมผลิตและซ่อมเครื่องยนต์และเครื่องไฟฟ้าและสัดส่วนของผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบมากขึ้นในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เคมีพลาสติกและปิโตรเลียม และอุตสาหกรรมเบ็ดเตล็ด อุตสาหกรรมดังกล่าวเหล่านี้มีระดับการศึกษาเฉลี่ยของลูกจ้างสูงกว่าในอุตสาหกรรมอื่นๆ ในลักษณะเช่นนี้อาจเป็นไปได้ว่า เมื่ออุตสาหกรรมประเภทเหล่านี้ขยายตัวมากขึ้น ความต้องการแรงงานที่มีคุณสมบัติสูงกว่าระดับประถมศึกษาน่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่แจ้งว่าลูกจ้างไร้ฝีมือในกิจการของตน มีวุฒิการศึกษาในระดับประถมศึกษาและต่ำกว่าแม้แต่ลูกจ้างในระดับหัวหน้างานและผู้ช่วยหัวหน้างานก็ยังมีการศึกษาเฉลี่ยในระดับค่อนข้างต่ำ ลูกจ้างในประเภทพนักงานประจำสำนักงาน มากกว่าครึ่งมีการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาในสาขาพาณิชยกรรม การศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่ามีสัดส่วนสูงในอุตสาหกรรมสิ่งทอและผลิตเครื่องแต่งกาย อุตสาหกรรมเคมีพลาสติกและปิโตรเลียม ซึ่งเป็นเครื่องชี้ได้ว่าอุตสาหกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องใช้ผู้บริหารและพนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้น ส่วนพนักงานฝ่ายผลิตระดับหัวหน้างาน ซึ่งถือว่าเป็นแรงงานมีฝีมือมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาเพียงประถมศึกษา ซึ่งแสดงว่าลูกจ้างระดับหัวหน้างานนั้นส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่พัฒนาฝีมือของตนเองมาจากการปฏิบัติงานมากกว่าจะได้รับการศึกษาที่เป็นทางการมีคุณสมบัติในระดับอาชีวศึกษาเพียงหนึ่งในเจ็ด และในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนกรรมการฝ่ายผลิตลูกจ้างประเภทนี้ ถือว่าเป็นแรงงานไร้ฝีมือ (Unskilled Worker) เกือบทั้งหมดมีการศึกษาไม่เกินประถมศึกษา ในบางอุตสาหกรรมก็มีลูกจ้างระดับลูกมือที่มีคุณสมบัติระดับอาชีวศึกษาด้วย ซึ่งแสดงว่าผู้จบอาชีวศึกษาและมัธยมศึกษาส่วนหนึ่งเข้าทำงานอุตสาหกรรมภูมิภาคในฐานะแรงงานไร้ฝีมือ ซึ่งเป็นไปได้ว่าในสภาวะที่อัตราการว่างงานอยู่ในระดับสูงงานหายาก

สุภาภรณ์ มุสิกะโสภณ (2536) ได้ทำการศึกษาการบริหารงานบุคคลของโรงแรมในจังหวัด เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า การวางแผนกำลังคนส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยในด้านของจำนวนห้องพักผลการ ดำเนินงานของโรงแรม จำนวนพนักงานปัจจุบัน เป็นต้น การสรรหาพนักงานระดับบริหารใช้วิธีชักชวนมา จากโรงแรมอื่น พนักงานระดับปฏิบัติการใช้หลายวิธี เช่นการประกาศรับสมัคร โดยทั่วไป หรือการให้ พนักงานโรงแรมปัจจุบันเป็นผู้แนะนำ การคัดเลือกพนักงานส่วนใหญ่ใช้วิธีดูจากใบสมัครงานและการ สัมภาษณ์ สำหรับคุณสมบัติของพนักงานระดับบริหารที่โรงแรมต้องการมากที่สุดคือ มีประสบการณ์ใน การทำงานโรงแรม และมีความรับผิดชอบ แบบคุณสมบัติของพนักงานระดับปฏิบัติการที่โรงแรมต้องการ มากที่สุดคือ มีระดับการศึกษาตรงกับงานที่ปฏิบัติและมีบุคลิกภาพดี การประเมินผลการปฏิบัติงาน จะ นำมาเปรียบเทียบกับมาตรฐานโรงแรมที่ตั้งไว้

ชูชัย สมิทธิไกร (2539) ได้ทำการศึกษาการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรขององค์กรธุรกิจใ นประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า องค์กรธุรกิจโดยส่วนใหญ่ในประเทศไทยมีการสรรหาบุคคลจากภายใน องค์กร สำหรับตำแหน่งระดับพนักงานปฏิบัติการ จะใช้วิธีการประกาศรับสมัครจากพนักงานปัจจุบัน ส่วนตำแหน่งระดับหัวหน้าหน่วยงานและผู้บริหารชั้นสูง องค์กรส่วนใหญ่จะไม่ประกาศรับสมัครอย่างเป็นทางการ แต่จะใช้วิธีอื่น ๆ เช่น การให้ผู้บริหารของตำแหน่งงานที่ว่างเป็นผู้คัดเลือก สำหรับวิธีการที่ใช้ใน การคัดเลือกบุคลากรที่องค์กรธุรกิจในประเทศไทยนิยมใช้มากที่สุด สำหรับตำแหน่งงานทุกระดับคือ การ สัมภาษณ์ ส่วนวิธีการที่ได้รับความนิยมรองลงมาได้แก่ การทดสอบความรู้เฉพาะตำแหน่งงาน สำหรับ การคัดเลือกพนักงานปฏิบัติการ และการตรวจสอบประวัติและภูมิหลัง สำหรับการคัดเลือกหัวหน้า หน่วยงานและผู้บริหารชั้นสูง ส่วนวิธีการที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุด คือ การทำ Assessment Center ซึ่งเป็นวิธีการประเมินบุคคลที่ประกอบด้วยชุดของกิจกรรมต่างๆ และมีผู้ประเมินหลายคน โดยมี จุดประสงค์หลัก คือ การประเมินบุคคลทั่วทุกส่วน โดยจะมีการดำเนินการ 6 อย่าง ดังนี้ คือ การ วิเคราะห์งาน การมีหลายวิธีร่วมกันในการประเมินบุคคล หลายผู้ประเมินการฝึกอบรมผู้ประเมิน สถานการณ์จำลอง และการประเมินโดยภาพรวมของกลุ่มผู้ประเมิน

จงพิศ ศิริรัตน์ (2539) ได้ทำการศึกษา การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมโรงแรม ของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างพนักงานโรงแรมชั้นนำในประเทศไทยจะมีการจ้าง พนักงานในท้องถิ่น โดยมีประสบการณ์การทำงานโรงแรมมาก่อน โรงแรมส่วนใหญ่จะมีจำนวนพนักงาน ในช่วง 200 - 400 คน ซึ่งแบ่งได้เป็นแผนกบริหาร แผนกครัว แผนกแม่บ้าน แผนกบริการและแผนก ด้านอาหาร โดยจำนวนพนักงานจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับประเภทของโรงแรมขนาดโรงแรม และระดับ คุณภาพของโรงแรมสำหรับวิธีการคัดเลือกที่นิยมใช้มากที่สุดคือ การสัมภาษณ์ การตรวจสอบการ

ปฏิบัติงานระหว่างช่วงทดลองงาน และการทดสอบตามลำดับโดยส่วนใหญ่นิยมใช้วิธีการคัดเลือกร่วมกันทุกวิธี คือ มีการสัมภาษณ์ร่วมกับการทดสอบ เพื่อน ญาติ ของพนักงาน การตรวจร่างกายและการตรวจสอบระหว่างช่วงทดลองงาน

จินตนา สุนทรธรรมและคณะ (2524) ได้ศึกษาว่า ตลาดแรงงานภาครัฐบาลธุรกิจเอกชน และภาครัฐวิสาหกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีแนวโน้มต้องการบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาทางการบัญชี และบริหารธุรกิจจากสถาบันอุดมศึกษาโดยเฉพาะในระดับปริญญาตรีเพิ่มมากขึ้น และต้องการบัณฑิตที่สำเร็จจากหลายสาขาวิชา โดยเฉพาะบัณฑิตที่มีภูมิสำเนาในจังหวัดเชียงใหม่ และในภาคเหนือเป็นสำคัญ และมีความต้องการผู้ที่ผ่านางสน หรือมีความรู้พิเศษเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ และพิมพ์ดีดภาษาไทย และภาษาอังกฤษได้

จิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ (2530) ได้ศึกษาพบว่า ความต้องการแรงงานภาครัฐได้ชะลอการรับผู้มีความรู้ระดับอุดมศึกษาลง จึงเหลือเพียงภาคเอกชนที่จะรองรับแรงงานเหล่านี้ได้การที่ภาคเอกชนจะมีความต้องการแรงงานที่มีความรู้ความสามารถเพียงใด ย่อมหมายถึงว่า กิจกรรมนั้นน่าจะเป็นกิจกรรมที่มีรูปแบบที่มีความยุ่งยากซับซ้อน จนต้องใช้ผู้มีความรู้ความสามารถระดับสูงเข้ามาบริหารด้วย โดยสถานบันการเงินในเชียงใหม่ เป็นแหล่งรองรับบัณฑิตสาขาพาณิชยศาสตร์มากที่สุด และถือเป็นตลาดแรงงานใหญ่ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยต้องการแรงงานที่มีความรู้ความสามารถทางด้านบัญชี และมีประสบการณ์ หรือความรู้ความสามารถพิเศษอย่างอื่นประกอบด้วย ได้แก่ความสามารถในการพิมพ์ดีด ความสามารถในการใช้เครื่องมือสำนักงานสมัยใหม่ได้ ความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ ความรู้ทางด้านภาษาต่างประเทศ มีมนุษยสัมพันธ์ มีจิตวิทยาดีมีความขยันซื่อสัตย์ สามารถขบถยนต์ได้ และที่สำคัญคือต้องมีบุคลิกดีด้วย

ชำนาญ แอ่อ่วม (2534) ได้ศึกษาวิเคราะห์การสรรหาและการเลือกสรรบุคคลากรขององค์การขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า องค์การขนาดใหญ่ในเชียงใหม่ มีหลักการสรรหาบุคคลแตกต่างกัน แต่แหล่งในการสรรหาและเกณฑ์การเลือกสรรบุคคลไม่แตกต่างกัน และพบว่า การสรรหาบุคคลในทางปฏิบัติ คือ การสรรหาผู้บริหารและพนักงานที่มีทักษะเฉพาะด้านที่กำลังขาดแคลน วิธีการที่สะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการสรรหาบุคคลก็โดยวิธีการผ่านสำนักงานของเอกชนหรือศูนย์การเลือกสรร

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2533) ได้ให้ศึกษาว่า ระบบธนาคารในประเทศไทยเป็นระบบธนาคารสาขา (Branch Banking System) ธนาคารสาขาจะจัดตั้งขึ้นตามภูมิภาคต่าง ๆ ที่ธนาคารสำนักงานใหญ่ของธนาคารพิจารณาตั้งขึ้น โดยธนาคารจะบริหารงานภายใต้นโยบายของสำนักงานใหญ่ทุกประการ โดยมีข้อที่สามารถให้บริการความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการและเกิดการประหยัดอันเนื่องมาจากขนาด โดยเฉพาะใน

ด้านการดำเนินงานภายในของธนาคารเองแต่ก็มีข้อเสียทำให้การทำงานของสาขาไม่มีอิสระ ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจที่เท่าควร เกิดการล่าช้าในการรายงาน และจะต้องขออนุมัติสำนักงานใหญ่อยู่ตลอดเวลา

Mr. Donald P. Crane (1979) ได้ศึกษาแหล่งที่จะสรรหาบุคลากร โดยจะมาได้จากการแต่งตั้งจากบุคคลภายในองค์กร จากการแนะนำของบุคคลในองค์กร จากประวัติการทำงานของบุคลากรในองค์กรอื่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากสถานศึกษา สำนักงานจัดหางานอิสระ สำนักงานจัดหางานของรัฐ จากการแนะนำขององค์กรแรงงาน เช่น สหภาพแรงงาน และศึกษาขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากรว่าทำได้จาก การทดสอบเบื้องต้น การกรอกใบสมัคร การสัมภาษณ์ การสอบคุณสมบัติพื้นฐาน การตัดสินใจเลือก การตรวจร่างกาย และการบรรจุให้เข้าทำงาน

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน (2537) ได้ศึกษาว่า บุคลากรเป็นกำลังสำคัญเพราะเป็นพลังขับเคลื่อนเดียวที่ทำให้การเติบโตของธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมายที่ฝ่ายบริหารกำหนดได้ ประเด็นหลักของการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงองค์กรธนาคารพาณิชย์ เพื่อการแข่งขันปัจจุบัน จึงเน้นมาที่ตัวพนักงานเป็นหลัก จะเห็นได้จากแต่ละธนาคารเปิดศูนย์ฝึกอบรมขึ้น เพื่อเป็นการอบรมสำหรับการทำงานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ถูกนำเข้ามาช่วยให้งานบริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว และนับจากนี้ไปธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ใช้นโยบายจำกัดจำนวนพนักงานเพราะต้องการให้พนักงานที่มีอยู่แสดงศักยภาพออกมาให้มากที่สุด

วารสารการเงินธนาคาร (2532) รายงานว่า การที่กระทรวงการคลังอนุญาตให้ธนาคารต่างประเทศให้มาเปิดสาขาในประเทศไทยได้ โดยไม่มีเงื่อนไข ผลกระทบที่เกิดขึ้นประการหนึ่งคือ การดึงบุคลากรในระหว่างวงการธนาคาร คนจากธนาคารไทยจะต้องไปอยู่กับธนาคารต่างประเทศ และมักเป็นคนที่มีฝีมือ จะทำให้เกิดปัญหาต่อการเจริญเติบโตของธนาคาร และต่อการดำเนินงาน ซึ่งการสร้างคนขึ้นมาที่สามารถทำงานจะต้องใช้เวลานานพอสมควร

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ สถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยบริษัทข้ามชาติรวมทั้งสิ้น 200 บริษัท ซึ่งแบ่งตามประเภทธุรกิจดังต่อไปนี้

1. การเงินการธนาคาร (Finance and Banking)
2. บริษัทโฆษณา (Advertising)
3. ห้างสรรพสินค้า (Trading and Retail)
4. บริษัทเคมีภัณฑ์ (Chemical)
5. บริษัทสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products)
6. บริษัทวิศวกรรมและก่อสร้าง (Engineering and Construction)
7. บริษัทผลิตอาหารและ เครื่องดื่ม (Food and Beverage)
8. บริษัทประกันภัย (Insurance)
9. บริษัทคอมพิวเตอร์ (IT and Software)
10. บริษัทกฎหมาย (Legal)
11. บริษัทเพื่อการบันเทิง (Entertainment)
12. บริษัทขนส่งและตัวแทนจำหน่าย (Logistic and Distribution)
13. บริษัทที่ปรึกษาและการจัดการ (Management Consulting)
14. บริษัทวิจัยตลาด (Market Research)
15. บริษัทผลิตเครื่องมือแพทย์และยา (Medical Equipment and Pharmaceutical)

16. บริษัทน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ (Oil, Gas and Petrochemical)
17. บริษัทการผลิตขนาดใหญ่ (Manufacturing)
18. บริษัทท่องเที่ยวและการโรงแรม (Travel and Hotels)
19. บริษัทโทรคมนาคม (Telecommunication)
20. บริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอะไหล่ (Electronics and Electronics Part)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ปัจจัยที่กำหนดสภาพการใช้บริการจัดหางานของสถานประกอบการ
 - 1.1 บุคลากรที่รับผิดชอบในการติดต่อกับบริษัทจัดหางาน
 - 1.2 ตำแหน่งว่างที่สถานประกอบการต้องการ
 - 1.3 ความถี่ในการใช้บริการ
 - 1.4 วิธีที่ใช้สำหรับการสรรหา
 - 1.5 การตัดสินใจใช้บริการจากบริษัทจัดหางานเอกชน
 - 1.6 งบประมาณของบริษัทที่จัดตั้งไว้สำหรับการสรรหาบุคลากร
2. ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดหางานเอกชน
 - 2.1 การตอบสนองต่อความต้องการ
 - 2.2 สถานที่
 - 2.3 ค่าบริการ
 - 2.4 โฆษณา
 - 2.5 บุคลากรของบริษัทจัดหางาน
 - 2.6 การบริการ
 - 2.7 ภาพลักษณ์ของบริษัท
 - 2.8 เทคโนโลยีสมัยใหม่
 - 2.9 ความรวดเร็วในการทำงาน (ระยะเวลา)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะทำการสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยข้างต้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้บริหารหรือผู้รับผิดชอบของสถานประกอบการ ในเรื่องของการติดต่อประสานงานกับบริษัทจัดหางานเอกชน รวมทั้งมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดหางานจากบริษัทจัดหางานอีกด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างจะเป็นการสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งรวมทั้งสิ้น 200 บริษัท

การสร้างเครื่องมือทางการวิจัย

ผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้รับผิดชอบของสถานประกอบการ ในเรื่องของการติดต่อประสานงานกับบริษัทจัดหางานเอกชน รวมทั้งมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดหางานจากบริษัทจัดหางาน เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้นในการทำแบบสอบถาม และผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามที่ได้ทำการทดสอบ (Pretest) สำหรับการศึกษาภาคสนามโดยการใช้แบบสอบถามประกอบด้วย โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลของผู้ใช้บริการบริษัทจัดหางานเอกชน ได้แก่ บุคลากรที่รับผิดชอบการสรรหา ตำแหน่งที่ต้องการ ความถี่ในการใช้บริการ และวิธีที่ต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับการสรรหา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อตัวแปรทั้งด้านที่ให้บริการ 9 ตัวแปร คือ สถานที่ ค่าบริการ การโฆษณา บุคลากร บริการ การตอบสนองความต้องการ ภาพลักษณ์ของบริษัท เทคโนโลยี และความเร็วในการติดต่อประสานงาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการบริษัทจัดหางานเอกชน สาเหตุที่ไม่ใช้บริการของสำนักงานจัดหางานเอกชน การตัดสินใจว่าในอนาคตที่จะใช้บริการจัดหางานของสำนักงานจัดหางานเอกชนหรือไม่ ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทำโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ และ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จัดส่งไปยังผู้บริหารหรือผู้รับผิดชอบของสถานประกอบการ ในเรื่องของการติดต่อกับบริษัทจัดหางาน ซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดหางานเพื่อทำการตอบแบบสอบถาม แล้ว

ส่งคืนมายังผู้วิจัยภายในเวลาที่กำหนด กรณีที่ไม่มีการตอบกลับและส่งคืน ผู้วิจัยจะใช้วิธีสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ ซึ่งบริษัทที่ตอบแบบสอบถามกลับมาได้แสดงผลตามตารางที่ 3.1

ตาราง 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามประเภทธุรกิจ

กลุ่มบริษัทที่ทำการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	จำนวน (แห่ง)	บริษัทที่ตอบ กลับ(แห่ง)
1. การเงินการธนาคาร (Finance and Banking)	10	10
2. บริษัทโฆษณา (Advertising)	10	8
3. ห้างสรรพสินค้า (Trading and Retail)	10	3
4. บริษัทเคมีภัณฑ์ (Chemical)	10	7
5. บริษัทสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products)	10	5
6. บริษัทวิศวกรรมและก่อสร้าง (Engineering and Construction)	10	4
7. บริษัทผลิตอาหารและ เครื่องดื่ม (Food and Beverage)	10	10
8. บริษัทประกันภัย (Insurance)	10	9
9. บริษัทคอมพิวเตอร์ (IT and Software)	10	5
10. บริษัทกฎหมาย (Legal)	10	5
11. บริษัทเพื่อการบันเทิง (Entertainment)	10	4
12. บริษัทขนส่งและตัวแทนจำหน่าย (Logistic and Distribution)	10	7
13. บริษัทที่ปรึกษาและการจัดการ (Management Consulting)	10	5
14. บริษัทวิจัยตลาด (Market Research)	10	6
15. บริษัทผลิตเครื่องมือแพทย์และยา (Medical Equipment and Pharma)	10	7
16. บริษัทน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ (Oil, Gas and Petrochemical)	10	5
17. บริษัทการผลิตขนาดใหญ่ (Manufacturing)	10	5
18. บริษัทท่องเที่ยวและการโรงแรม (Travel and Hotels)	10	7
19. บริษัทโทรคมนาคม (Telecommunication)	10	5
20. บริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอะไหล่ (Electronics and Electronics Part)	10	10
รวม	200	127

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์
ประกอบด้วย การพรรณาประกอบตาราง ด้วยคำร้อยละ

โดยใช้สถิติเชิงพรรณาซึ่ง

บทที่ 4

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการสาธารณะที่ดำเนินการโดยเอกชน: กรณีศึกษาการให้บริการจัดหางานโดยบริษัทจัดหางานในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้เก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจากสถานประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 ตัวอย่าง ซึ่งผลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและวิธีต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับการสรรหา

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
1. การเงินการธนาคาร	10	7.874
2. บริษัทโฆษณา	8	6.299
3. ห้างสรรพสินค้า	3	2.362
4. บริษัทเคมีภัณฑ์	7	5.512
5. บริษัทสินค้าอุปโภคบริโภค	5	3.937
6. บริษัทวิศวกรรมและก่อสร้าง	4	3.149
7. บริษัทผลิตอาหารและ เครื่องดื่ม	10	7.874
8. บริษัทประกันภัย	9	7.087
9. บริษัทคอมพิวเตอร์	5	3.937
10. บริษัทกฎหมาย	5	3.937
11. บริษัทเพื่อการบันเทิง	4	3.149
12. บริษัทขนส่งและตัวแทนจำหน่าย	7	5.512
13. บริษัทที่ปรึกษาและการจัดการ	5	3.937
14. บริษัทวิจัยตลาด	6	4.724
15. บริษัทผลิตเครื่องมือแพทย์และยา	7	5.512
16. บริษัทน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ	5	3.937

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
17. บริษัทการผลิตขนาดใหญ่	5	3
18. บริษัทท่องเที่ยวและการโรงแรม	7	5.512
19. บริษัทโทรคมนาคม	5	3.937
20. บริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอะไหล่	10	7.874
รวม	127	100.0

จากการศึกษาพบว่าสถานประกอบการที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม 127 ตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 63.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และบริษัทที่ไม่ตอบกลับเป็นจำนวน 73 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 37.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

จากตาราง 2 จะเห็นได้ว่าจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งแบ่งออกตามประเภทธุรกิจนั้น ได้ให้ความร่วมมือในแต่ละประเภทธุรกิจไม่เท่ากัน ซึ่งได้แสดงผลไว้ตามตารางดังกล่าวข้างต้น

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของบุคลากรที่รับผิดชอบในการสรรหา

บุคลากรฝ่ายที่รับผิดชอบ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์	106	83.464
ฝ่ายบัญชีและการเงิน	7	5.512
ฝ่ายธุรการ	4	3.149
ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย	5	3.937
ฝ่ายวิศวกรรม	3	2.362
ฝ่ายเทคโนโลยีและสารสนเทศ	1	0.787
ฝ่ายตรวจสอบภายใน	1	0.787
รวม	127	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีมากที่สุดคือ บุคลากรฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 106 คน หรือร้อยละ 83.464 รองลงมาคือบุคลากรฝ่ายบัญชีและการเงิน จำนวน 7 คน หรือ ร้อยละ 5.512 โดย

ที่มีฝ่ายธุรการ ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายเทคโนโลยีและสารสนเทศ และฝ่ายตรวจสอบภายใน เรียงลงมาเป็นลำดับ

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของวิธีการที่ใช้ในการสรรหาพนักงาน

วิธีการสรรหา	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
จากการลงโฆษณา	96	25.876
จากบริษัทจัดหางานเอกชน	85	22.911
สมัครงานด้วยตนเอง (ในกรณีไม่ลงโฆษณา)	65	17.520
จากจดหมายสมัครงานในกรณีไม่ลงโฆษณา	45	12.129
จากสถาบันการศึกษา	39	10.512
จากการแนะนำของพนักงานในองค์กร	34	9.164
จากกรมการจัดหางาน	7	1.886
รวม	371	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีมากที่สุดที่สถานประกอบการใช้วิธีการสรรหาคือการลงโฆษณา จำนวน 96 แห่ง หรือร้อยละ 25.876 รองลงมาคือจากการใช้บริษัทจัดหางานเอกชน 85 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 22.911 และสถานยังมีการสรรหาบุคลากรโดยคัดเลือกจากบุคคลที่มาสมัครงานด้วยตนเอง (ในกรณีไม่ลงโฆษณา) 65 แห่ง ร้อยละ 17.520 จากจดหมายสมัครงาน 45 แห่ง ร้อยละ 12.129 จากสถาบันการศึกษา 39 แห่ง ร้อยละ 10.5212 และการแนะนำของพนักงานในองค์กรซึ่งมีจำนวน 34 แห่ง ร้อยละ 9.164 วิธีที่ใช้น้อยที่สุดคือ การใช้บริการจากกรมการจัดหางาน จำนวน 7 แห่ง หรือร้อยละ 1.886

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของการใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน

สถานะการใช้บริการ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
เคยใช้บริการ	85	66.929
ไม่เคยใช้บริการ	42	33.070
รวม	127	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าสถานประกอบการจำนวน 85 แห่ง เคยใช้บริการจัดหางานของบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 66.929 และสถานประกอบการจำนวน 42 แห่ง ไม่เคยใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.070

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของการใช้บริการสรรหาพนักงาน

ความต้องการพนักงาน	ผู้บริหารระดับสูง		ผู้บริหารระดับกลาง		ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้	25	29.412			80	94.118
1-3 ครั้ง ต่อปี	47	55.295	55	64.703	5	5.882
4-6 ครั้ง ต่อปี	10	11.764	22	25.882		
มากกว่า 6 ครั้งต่อปี	3	3.529	8	9.412		
รวม	85	100	85	100	85	100

จากตารางที่ 6 จากการศึกษาการใช้บริการสรรหาพนักงานให้กับบริษัทจะพบว่า มีบริษัทที่ไม่ใช้บริการจัดหางานในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงถึง 25 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 29.412 โดยบริษัทที่ใช้บริษัทจัดหางานในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง 1-3 ครั้งต่อปีนั้น มีจำนวนมากที่สุดถึง 47 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 55.295 ใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อปี 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 11.764 และมากกว่า 6 ครั้งต่อปี เพียง 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 3.529

ในกรณีการสรรหาพนักงานให้กับสถานประกอบการในตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง จะพบว่า การใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อปีมากที่สุดถึง 55 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 64.703 ใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อปี มีจำนวน 22 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25.882 และใช้มากกว่า 6 ครั้งต่อปีนั้นมี 8 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 9.412

นอกเหนือจากบริการจัดหางานในระดับผู้บริหารในระดับสูง และระดับกลางนั้น ยังมีการใช้บริการบริษัทจัดหางานให้สรรหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านอีกด้วย ซึ่งทั้งหมด 5 แห่งด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 5.882

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของการระดับการศึกษาที่สถานประกอบการต้องการสรรหา

ระดับการศึกษา	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
ระดับปริญญาตรี	85	62.963
ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	47	34.815
ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	3	2.222
รวม	135	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าสถานประกอบการต้องการสรรหาพนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนมากที่สุด จำนวน 85 แห่ง หรือร้อยละ 62.963 รองลงมาคือ สถานประกอบการต้องการสรรหาพนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 47 แห่ง หรือร้อยละ 34.815 และจำนวนน้อยที่สุด สถานประกอบการต้องการสรรหาพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 แห่ง หรือร้อยละ 2.222

สรุปผลการศึกษาในส่วนที่ 1 พบว่า สภาพการให้บริการในปัจจุบันสถานประกอบการให้บริการจากบริษัทจัดหางานเอกชนมากกว่าที่ไม่เคยให้บริการ และวิธีการที่ใช้ในการสรรหามากที่สุดคือ การลงโฆษณา วิธีที่ใช้น้อยที่สุดคือ การใช้บริการจากกรมการจัดหางาน (ตารางที่ 5) ผู้รับผิดชอบในการสรรหาส่วนใหญ่คือ เจ้าหน้าที่ในฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ (ตารางที่ 3) สถานประกอบการที่เคยให้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน จะใช้บริการจัดหาผู้บริหารระดับกลาง ระดับสูง และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (ตารางที่ 6) โดยต้องการพนักงานที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ตารางที่ 7)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบริษัทจัดหางานเอกชน

ลักษณะของปัจจัยทั้ง 9 ประการคือ สถานที่ ค่าบริการ การโฆษณา บุคลากร บริการ การตอบสนองความต้องการ ภาพลักษณ์ของบริษัท และความเร็วในการทำงาน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการจัดหางาน ของบริษัทจัดหางานเอกชน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สถานที่ หมายถึง สถานที่ตั้งของบริษัทจัดหางานเอกชน และสภาพโดยทั่วไปภายใน และบริเวณรอบข้าง ดังผลตารางที่ 8

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละลักษณะของสถานที่ของบริษัทจัดหางานเอกชน

สถานที่	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
สะดวกในการติดต่อ	70	42.424
สะอาด	45	27.273
ภาพในสำนักงานโปร่งสบาย	32	19.393
ตกแต่งสวยงาม	8	4.848
รวม	165	100.0

เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 8 พบว่าบริษัทจัดหางานเอกชนตั้งอยู่ในบริเวณที่สะดวกในการติดต่อมีจำนวนมากที่สุด 70 แห่งหรือ ร้อยละ 42.424 รองลงมาคือมีความสะอาด 45 แห่งหรือร้อยละ 27.273 สำนักงานโปร่งสบาย 32 แห่ง หรือร้อยละ 19.393 และน้อยที่สุดคือ บริษัทตกแต่งสวยงาม 8 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 4.848

ค่าบริการ หมายถึง เงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่นซึ่งเป็นค่าตอบแทนการจัดหางาน ดังผลการศึกษาตารางที่ 9 และ 10

ตาราง 9 ค่าบริการจัดหางานสำหรับพนักงานประจำ

ระดับชั้นของตำแหน่ง งาน	ค่าบริการ (บาท)	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
ผู้บริหารในระดับสูง	มากกว่า 300,000 – 1,000,000	50	37.313
ผู้บริหารในระดับกลาง	100,000 – 300,000	79	5.3955
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	300,000 – 1,000,000	5	3.732
รวม		134	100.0

จากตารางที่ 9 ได้ทำการศึกษาในเรื่องของอัตราค่าบริการจัดหางานสำหรับพนักงานประจำ ซึ่งจะเห็นว่า ผู้บริหารในระดับกลางนั้น มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 100,000 – 300,000 บาท ถึง 79 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5.3955 รองลงมาจะเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดหาผู้บริหารในระดับสูง มีค่าใช้จ่ายระหว่างมากกว่า 300,000 – 1,000,000 ถึง 50 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 37.313 และน้อยที่สุดก็คือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 300,000 – 1,000,000 เพียง 5 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 3.732

ตาราง 10 อัตราค่าบริการจัดหางาน

อัตราค่าบริการจัดหางาน	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
อัตราค่าบริการสูง	60	70.588
อัตราค่าบริการเหมาะสม	23	27.059
อัตราค่าบริการถูก	2	2.353
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าอัตราค่าบริการจัดหางานราคาสูงเกินไป จำนวน 60 แห่ง หรือร้อยละ 70.588 และราคาเหมาะสม จำนวน 23 แห่ง หรือร้อยละ 27.059 ส่วนอัตราค่าบริการถูกนั้นมีเพียง 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.353

การโฆษณา หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลที่ทำให้บุคคลทั่วไปทราบ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน ซึ่งมีหลายวิธีที่นิยมใช้กัน อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ อินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณา หรือว่าการประชาสัมพันธ์ของบริษัทจัดหางานเอง ไม่ว่าจะเป็นการออกไปตามงานนัดพบแรงงาน เป็นต้น ดังผลการศึกษาตารางที่ 11

ตาราง 11 ประเภทแหล่งข้อมูลของบริษัทจัดหางานเอกชน

แหล่งข้อมูล	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
หนังสือพิมพ์	70	41.176
แผ่นพับ	35	20.588

ตาราง 11 (ต่อ)

หนังสือพิมพ์	70	41.176
แผ่นพับ	35	20.588
อินเตอร์เน็ต	34	20.00
เจ้าหน้าที่ของบริษัทจัดหางาน	24	14.117
ป้ายโฆษณา	4	2.352
ทราบข่าวจากเพื่อน	3	1.764
รวม	170	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าสถานประกอบได้รับทราบข้อมูลจากหนังสือพิมพ์มากที่สุดจำนวน 70 แห่ง หรือร้อยละ 41.176 รองลงมาคือ แผ่นพับ จำนวน 35 แห่ง หรือร้อยละ 20.588 จากอินเตอร์เน็ต 34 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20 จากเจ้าหน้าที่บริษัทจัดหางาน 24 แห่ง หรือร้อยละ 2.352 จากป้ายโฆษณา 4 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 2.385 และทราบจากข้อมูลจากเพื่อน จำนวน 3 แห่ง หรือร้อยละ 1.764

บุคลากร หมายถึง เจ้าหน้าที่หรือพนักงานของบริษัทจัดหางานเอกชน ที่ให้บริการกับสถานประกอบการ ดังผลการศึกษາัตราวง ที่ 12

ตาราง 12 ลักษณะของเจ้าหน้าที่สำนักงานจัดหางานเอกชน

ความคิดเห็น	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
มีประสบการณ์ในการทำงานสูง	80	26.578
มีความเต็มใจในการให้บริการ	64	21.262
มีกิริยามารยาทดี	55	18.272
เป็นผู้มีความชำนาญเฉพาะด้าน	49	16.279
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี	46	15.282
แต่งกายเรียบร้อย	7	2.325
รวม	301	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าบริษัทจัดหางานเอกชนมีประสบการณ์ในการทำงานสูงถึง 80 แห่ง หรือ ร้อยละ 26.578 ความเต็มใจในการให้บริการมี 64 แห่งหรือร้อยละ 21.262 รองลงมาได้แก่ การที่พนักงาน มีกิริยามารยาทดี จำนวน 55 แห่งหรือ ร้อยละ 18.272 เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ความมาเชี่ยวชาญ ความชำนาญเฉพาะด้าน 49 แห่ง หรือร้อยละ 16.279 เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ รับผิดชอบเป็นอย่างดี 46 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 15.282 และน้อยที่สุดคือ แต่งกายเรียบร้อย จำนวน 7 แห่งหรือ ร้อยละ 2.325

ตารางที่ 13 ลักษณะบริการของบริษัทจัดหางานเอกชน

บริการของบริษัทจัดหางานเอกชน	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน	77	48.427
เวลาที่เปิดให้บริการเป็นเวลาติดต่อได้สะดวก	42	26.416
สามารถสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติตามต้องการได้	40	25.157
รวม	159	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าบริษัทจัดหางานเอกชนมีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน มากที่สุดสุด จำนวน 77 แห่ง หรือร้อยละ 48.427 รองลงมาคือเวลาที่เปิดให้บริการเป็นเวลาติดต่อได้ สะดวก จำนวน 42 แห่ง หรือร้อยละ 26.416

การตอบสนองความต้องการ หมายถึง ความสามารถของบริษัทจัดหางานเอกชนในการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังผลการศึกษารางที่ 14 - 15

ตาราง 14 การตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ

ความคิดเห็น	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
สามารถจัดหาพนักงานได้ทันทีที่ให้บริการ	12	7.058
สามารถจัดหาพนักงานได้ทันในเวลาที่กำหนด	64	34.647

ตาราง 14 (ต่อ)

บริการที่จัดให้สามารถสนองความต้องการของท่าน		
ได้อย่างครบถ้วนทุกด้าน	44	25.882
บริษัทจัดหางานเอกชนสามารถเก็บรักษาความลับของท่านได้เป็นอย่างดี		
	50	29.411
รวม	170	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าบริษัทจัดหางานเอกชนสามารถจัดหาพนักงานได้ทันเวลาที่กำหนดเป็นอันดับที่หนึ่ง จำนวน 64 แห่ง หรือร้อยละ 34.670 อันดับที่สองคือ บริษัทจัดหางานเอกชนสามารถเก็บรักษาความลับของท่านได้เป็นอย่างดี จำนวน 50 แห่ง หรือร้อยละ 29.411 อันดับที่สามคือ บริการที่จัดให้สามารถสนองความต้องการของท่านได้อย่างครบถ้วน จำนวน 44 แห่ง หรือร้อยละ 25.882 และที่สี่คือจัดหาพนักงานได้ก่อนเวลาที่กำหนด จำนวน 12 แห่ง หรือร้อยละ 7.058

ตาราง 15 คุณสมบัติของพนักงานของบริษัทจัดหางานเอกชนจัดหาให้

พนักงานที่จัดหาโดยบริษัทจัดหางานเอกชน	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
บุคลากรมีคุณสมบัติที่สูงกว่าเกณฑ์ที่ต้องการ	15	15
บุคลากรมีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ	62	62
บุคลากรมีคุณสมบัติที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่ต้องการ	14	14
บุคลากรที่ได้มักอยู่ไม่เกินช่วงเวลาทดลองงาน	9	9
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าบริษัทจัดหางานเอกชนสามารถจัดหาพนักงานมีคุณสมบัติตรงตามความต้องการมากที่สุด จำนวน 62 แห่ง หรือร้อยละ 62 รองลงมาคือบุคลากรที่มีคุณสมบัติสูงกว่าความต้องการ 15 แห่ง หรือร้อยละ 15 บุคลากรที่มีคุณสมบัติต่ำกว่าเกณฑ์ที่ต้องการ 14 แห่ง หรือร้อยละ 14 และน้อยที่สุดคือ กรณีที่บริษัทจัดหางานจัดหาพนักงานให้กับสถานประกอบการซึ่งบุคลากรที่ได้มักอยู่ไม่เกินช่วงเวลาทดลองงาน จำนวน 9 แห่ง หรือร้อยละ 9

ภาพลักษณ์ของบริษัท หมายถึง ความน่าเชื่อถือในชื่อเสียงหรือคุณภาพของงานบริการที่มีความเที่ยงตรงดังผลการศึกษาดารงที่ 16

ตาราง 16 ภาพลักษณ์ของบริษัทจัดหางานเอกชน

ภาพลักษณ์	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
เป็นบริษัทจัดหางานที่ดำเนินการมานานหลายปี	46	33.093
เป็นบริษัทจัดหางานที่มีชื่อเสียง	44	31.654
เป็นบริษัทจัดหางานเปิดใหม่	25	17.985
เป็นบริษัทต่างประเทศที่มีสำนักงานในประเทศไทย	19	13.669
เป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะตำแหน่ง	5	3.597
รวม	139	100.0

เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 16 พบว่าสถานประกอบการเลือกใช้บริการจัดหางานจากบริษัทจัดหางานที่ดำเนินการมานานหลายปีมากที่สุด จำนวน 46 แห่ง หรือร้อยละ 33.093 รองลงมาคือ เป็นบริษัทจัดหางานที่มีชื่อเสียง จำนวน 44 แห่ง หรือร้อยละ 31.654 เป็นบริษัทจัดหางานเปิดใหม่ 25 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 17.985 เป็นบริษัทต่างชาติที่มีสำนักงานในประเทศไทย 19 แห่ง หรือร้อยละ 13.669 ส่วนน้อยที่สุดก็คือ บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะตำแหน่ง เพียง 5 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 3.597

เทคโนโลยีทันสมัยใหม่ หมายถึง อุปกรณ์หรือเครื่องใช้ในสำนักงานที่อำนวยความสะดวกในการให้บริการมีความทันสมัย ดังผลการศึกษาดารงที่ 17

ตาราง 17 การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยอำนวยความสะดวก

เทคโนโลยี	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
คอมพิวเตอร์	77	24.444
อินเทอร์เน็ต	56	17.778

ตาราง 17 (ต่อ)

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	50	15.873
แบบทดสอบบุคลิกภาพ	35	11.111
การประชุมทางโทรศัพท์	35	11.111
การประชุมทางวิดีโอ	24	7.619
โทรสาร	3	0.952
รวม	315	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่าสถานประกอบการมีความคิดเห็นว่าบริษัทจัดหางานเอกชนมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยด้านคอมพิวเตอร์มาช่วยอำนวยความสะดวกมากที่สุด จำนวน 77 แห่ง หรือร้อยละ 24.444 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต 56 แห่ง หรือร้อยละ 17.778 ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ 50 แห่ง หรือร้อยละ 15.873 แบบทดสอบบุคลิกภาพ และการประชุมทางโทรศัพท์ มีจำนวน 35 แห่งเท่ากัน หรือร้อยละ 11.111 การประชุมทางวิดีโอ 24 แห่ง หรือร้อยละ 7.619 ส่วนอันดับสุดท้ายคือการใช้โทรสาร มีเพียง 3 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 0.952

ตาราง 18 ความรวดเร็วในการทำงานของบริษัทจัดหางาน

ระยะเวลาในการให้บริการ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
ใช้เวลาในการสรรหาบุคลากรภายใน 1 เดือน	4	4
ใช้เวลาในการสรรหาบุคลากรภายใน 2-3 เดือน	35	35
ใช้เวลาในการสรรหาบุคลากรภายใน 4-6 เดือน	45	45
ใช้เวลาในการสรรหาบุคลากรมากกว่า 6 เดือน	14	14
ไม่สามารถสรรหาบุคลากรให้กับบริษัทได้	2	2
รวม	100	100.0

เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 18 จะเห็นได้ว่าบริษัทจัดหางานใช้ระยะเวลาในการสรรหาบุคลากรภายใน 4-6 เดือน ร้อยละ 45 และรองลงมาคือ 2-3 เดือน ร้อยละ 35 ส่วนการที่บริษัทไม่สามารถสรรหาบุคลากรให้กับบริษัทได้นั้นมีเพียงร้อยละ 2

ตาราง 19 การเรียงลำดับปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางาน เอกชน

ปัจจัย	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)	เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย
การตอบสนองความต้องการ	67	17.585	1
บริการ	60	15.748	2
ค่าบริการ	57	14.960	3
บุคลากร	54	14.173	4
ภาพลักษณ์ของบริษัท	33	8.610	5
การโฆษณา	32	8.398	6
เทคโนโลยี	29	7.612	7
สถานที่	25	6.562	8
ความรวดเร็วในการทำงาน	24	6.299	9
รวม	381	100.0	-

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยที่สถานประกอบการใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการกับบริษัทจัดหางานเอกชนมากที่สุดคือ การสนองตอบความต้องการ มีจำนวน 67 แห่ง หรือร้อยละ 17.585 อันดับสอง คือ บริการ มีจำนวน 60 แห่ง หรือร้อยละ 15.748 อันดับสามคือ ค่าบริการมีจำนวน 57 หรือร้อยละ 14.960 และสองอันดับสุดท้ายคือ สถานที่ของบริษัทจัดหางานเอกชน มีจำนวน 25แห่งหรือร้อยละ 6.562 กับความรวดเร็วในการทำงาน 24 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 6.299

สรุปผลการศึกษาในส่วนที่ 2 พบว่า สถานที่ตั้งของบริษัทจัดหางานเอกชนอยู่ในบริเวณที่ติดต่อสะดวกมากที่สุด (ตารางที่ 8) อัตราค่าบริการสูงเกินไปควรต่ำกว่านี้ (ตารางที่ 9) สถานประกอบการได้รับทราบข้อมูลจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด (ตารางที่ 10) เจ้าหน้าที่ของบริษัทจัดหางานเอกชนมีความเต็มใจให้บริการมากที่สุด (ตารางที่ 11) บริษัทจัดหางานเอกชนมีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน (ตารางที่ 15) บริษัทจัดหางานเอกชนมีความสามารถในการจัดหาพนักงานได้ทันเวลาที่กำหนดมากที่สุด (ตารางที่ 16) สถานประกอบการเลือกใช้บริการจากบริษัทจัดหางานเอกชนที่ดำเนินการมานานมากที่สุด (ตารางที่ 17) สถานประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดหางานจากบริษัทจัดหางานที่มี

การนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการมากที่สุด (ตารางที่ 18) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการให้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนมากที่สุดคือ การสนองตอบความต้องการ และปัจจัยด้านบริการ ค่าบริการ บุคลากร ภาพลักษณ์ของบริษัท การโฆษณา เทคโนโลยีสถานที่ และความรวดเร็วในการทำงานรองลงมาตามลำดับ (ตารางที่ 19)

ตาราง 20 การคาดการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการต่อการตัดสินใจใช้บริการในอนาคต

การตัดสินใจ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
ใช่	80	94.117
ไม่ใช่	5	5.883
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่าสถานประกอบการที่เคยใช้บริการในขณะนี้คาดว่าจะใช้บริการจัดหางานต่อไปอีกในอนาคตจำนวน 80 ราย หรือร้อยละ 94.117 และสถานประกอบการที่คิดจะไม่ใช้บริการ จำนวน 5 ราย หรือร้อยละ 5.883

ตาราง 21 การคาดการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการต่อการตัดสินใจใช้บริการในอนาคต

การตัดสินใจ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
ใช่	52	71.232
ไม่ใช่	21	28.768
รวม	73	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าสถานประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการในขณะนี้คาดว่าจะใช้บริการจัดหางานในอนาคตจำนวน 52 ราย หรือร้อยละ 71.232 และสถานประกอบการที่ยังคงจะไม่ใช้บริการ จำนวน 21 ราย หรือร้อยละ 28.768

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการบริษัทจัดหางานเอกชน

สถานประกอบการที่เคยใช้บริการจัดหางานได้พบปัญหาจากปัจจัย 9 ประการเมื่อใช้บริการจากบริษัทจัดหางานเอกชนดังตาราง 22

ตาราง 22 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน

ปัญหาที่พบ	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
ค่าบริการ	66	27.049
การตอบสนองความต้องการ	44	18.032
บุคลากร	35	14.344
บริการ	32	13.114
การโฆษณา	22	9.016
สถานที่	15	6.147
ภาพลักษณ์ของบริษัท	10	4.098
เทคโนโลยี	10	4.098
ความรวดเร็วในการทำงาน	10	4.098
รวม	244	100.0

จากตารางที่ 22 ปัญหาที่พบมากที่สุดในการใช้บริการคือ ปัญหาอัตราค่าบริการจำนวน 66 แห่ง หรือร้อยละ 27.049 รองลงมาคือ การสนองตอบความต้องการจำนวน 44 แห่ง หรือร้อยละ 18.032 และการโฆษณา 22 แห่ง หรือร้อยละ 9.016 สถานที่ 15 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 6.147 และน้อยที่สุดคือ ภาพลักษณ์ของบริษัท เทคโนโลยี และความรวดเร็วในการทำงาน ซึ่งมีจำนวนเท่ากันคือ 10 แห่ง หรือร้อยละ 4.098

เหตุผลที่ตัดสินใจไม่ใช้บริการ

เหตุผลที่ทำให้สถานประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการจัดหางานของสำนักงานจัดหางานเอกชน มาก่อน ตัดสินใจไม่ใช้บริการอันเนื่องมาจากปัจจัย 9 ประการ

ตาราง 23 เหตุผลที่ตัดสินใจไม่ใช้บริการจัดหางานของสำนักงานจัดหางานเอกชน

เหตุผล	จำนวน (แห่ง)	ร้อยละ (%)
ค่าบริการ	73	100
การตอบสนองความต้องการ บริการ		
บุคลากร		
การโฆษณา		
ภาพลักษณ์ของบริษัท		
ความเร็วในการทำงาน		
รวม	73	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่าเหตุผลแรกที่ตัดสินใจไม่ใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนมากที่สุดคือ อัตราค่าบริการเป็นจำนวน 73 แห่ง ซึ่งหมายความว่าสิ่งแรกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทจัดหางานก็คือราคา เมื่อปัจจัยแรกซึ่งคืออัตราค่าบริการไม่ผ่านการพิจารณา ดังนั้นปัจจัยอื่น จึงไม่เป็นผลในการตัดสินใจ จะเห็นได้ว่า ร้อยละ 100 มีปัญหาเกี่ยวกับเรื่องของอัตราค่าบริการทั้งสิ้น

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

นอกจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็น นอกเหนือจากคำตอบที่มีในแบบสอบถาม คือการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการ โดยมีการสรุปออกมาเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะด้านการปรับปรุงสถานที่ให้บริการ

1. ขยายพื้นที่ที่มาติดต่อให้กว้างขวางกว่าเดิม
2. ควรจะอยู่ในทำเลที่เดินทางไปมาสะดวก (ใกล้รถไฟฟ้า หรือรถใต้ดิน)
3. ควรจะมีป้ายบริษัทติดให้เห็นเด่นชัดจากภายนอก
4. สถานที่ควรจัดแต่งให้สะอาด สวยงาม
5. ควรทำให้ถูกต้องตามลักษณะของบริษัทจัดหางานที่กรมการจัดหางานกำหนด

ข้อเสนอแนะด้านการปรับปรุงค่าบริการ

1. ควรจะลดอัตราค่าบริการลงให้เหมาะสม
2. ควรจะมีช่วงระยะเวลาที่รับรองการเปลี่ยนแปลงพนักงาน ให้เท่ากับระยะเวลาทดลองงานอย่างน้อย 4 เดือน
3. ควรจะมีอัตราค่าบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นตำแหน่งสูง หรือตำแหน่งระดับกลาง หรือตำแหน่งที่เงินเดือนเยอะหรือน้อยก็ตาม
4. ควรจะมีการเรียกเก็บเงินในกรณีที่สามารถหาบุคลากรให้กับบริษัทได้ ไม่ใช่เรียกเก็บค่าบริการตั้งแต่แรกเริ่ม

ข้อเสนอแนะด้านการปรับปรุงบุคลากร

1. ควรจะเพิ่มปริมาณเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอ
2. ควรเพิ่มทักษะในการสัมภาษณ์ให้กับพนักงานจัดหางาน
3. ควรจะมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความสามารถในแต่ละตำแหน่ง

ข้อเสนอแนะด้านการปรับปรุงบริการ

1. ควรจะเพิ่มความรวดเร็วในการให้ข้อมูล
2. ควรมีการติดตามผลการปฏิบัติงานหลังจากจัดหาพนักงานให้กับสถานประกอบการ
3. ควรจะมีการทดแทนพนักงานให้ โดยไม่คิดค่าบริการในกรณีที่พนักงานลาออกก่อนช่วงทดลองงาน

ข้อเสนอแนะด้านการตอบสนองความต้องการ

1. ควรให้บริการที่รวดเร็ว และตอบคำถามของผู้ใช้บริการได้ในกรณีที่มีข้อสงสัย
2. ควรมีความเข้าใจในตำแหน่งที่จัดหาอย่างต้องแท้ เสมือนเป็นตัวแทนของลูกค้า
3. ควรมีความรู้ความเข้าใจในประเภทธุรกิจของลูกค้ามากกว่าที่เป็นในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะด้านการปรับปรุงเทคโนโลยี

1. ควรมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ เพื่อช่วยในการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น
2. ควรนำโปรแกรมการทดสอบบุคลิกภาพ หรือการปรับตัวของพนักงานมาใช้

ข้อเสนอแนะด้านการปรับปรุงในเรื่องความรวดเร็วของการทำงาน

1. ควรหาพนักงานให้ได้ในช่วงเวลาที่กำหนด
2. พนักงานที่จัดหาให้กับสถานประกอบการควรเป็นพนักงานที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม ไม่ใช่ว่าจัดหาให้กับสถานประกอบการโดยคำนึงถึงความรวดเร็วเพียงอย่างเดียว
3. ในกรณีที่มีการต้องการพนักงานด่วน ทางบริษัทจัดหางานควรมีพนักงานซึ่งเหมาะสมให้กับทางบริษัทผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที

อภิปรายผล

สภาพการณ์ในการใช้บริการจัดหางาน

การสรรหาพนักงานของสถานประกอบการอยู่หลายวิธี รวมทั้งการใช้บริการจัดหางานทั้งของสำนักงานจัดหางานเอกชนและกรมการจัดหางาน การเลือกใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนมีจำนวนมากกว่าการใช้บริการจากกรมการจัดหางาน

จากการศึกษาจะพบว่าสถานประกอบการส่วนมากสนใจที่จะใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานของเอกชน เพราะบริษัทจัดหางานเอกชนให้บริการดีและดีมาก นอกจากวิธีการดังกล่าวข้างต้น สถานประกอบการยังมีวิธีการสรรหาพนักงานอีกหลายวิธี โดยเฉพาะใช้วิธีการลงโฆษณามากที่สุด เนื่องจากการลงโฆษณาเป็นสื่อกลางที่แพร่หลายที่ให้ผู้มาสมัครงานจำนวนมากและอีกทั้งยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการโฆษณาให้กับสถานประกอบการได้ทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพะยอม วงษ์สารศรี (2537, น. 120) ที่พบว่าการโฆษณานับว่ามีอิทธิพลสำคัญและใช้กันมากในปัจจุบันเพราะจะมีความกว้างขวางมากกว่าโดยวิธีการอื่น บุคลากรที่มีหน้าที่ดูแลในการสรรหาพนักงานส่วนมากจะเป็นบุคลากรในฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นฝ่ายที่ดูแลเรื่องการบริหารงานบุคคลโดยตรง แต่ในกรณีที่สถานประกอบการไม่มีบุคลากรในฝ่ายดังกล่าว จะให้บุคลากรในฝ่ายบัญชีและการเงิน และรองลงมาคือบุคลากรฝ่ายธุรการดูแลการสรรหาบุคลากร และยังไปกว่านั้นสถานประกอบการบางแห่ง ผู้ที่ทำหน้าที่สรรหาคือฝ่ายที่ต้องการบุคลากรเองจะทำหน้าที่ในการสรรหาโดยตรงเช่น บุคลากรฝ่ายวิศวกรรม เป็นต้น สถานประกอบการที่ใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนจะใช้บริการสรรหาพนักงานประจำในตำแหน่งงานตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ ซึ่งต่างจากการใช้บริการสรรหาพนักงานชั่วคราวที่ใช้เพียงการสรรหาพนักงานตำแหน่งระดับหัวหน้าและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการเท่านั้น และระดับการศึกษาของพนักงานที่ต้องการมากที่สุดจะอยู่ในระดับปริญญาตรี

ปัจจัยที่เป็นอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการใช้บริการจัดหางาน ของบริษัทจัดหางานเอกชน

ในการสอบถามความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรทั้ง 9 ประการ คือ สถานที่ ค่าบริการ การโฆษณา บุคลากร การตอบสนองความต้องการ ภาพลักษณ์ของบริษัท ความรวดเร็วในการทำงาน และเทคโนโลยี ผลปรากฏว่าการตอบสนองความต้องการ การบริการ ค่าบริการและบุคลากร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเป็นอันดับต้นๆ ในการตัดสินใจใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าบริษัทจัดหางานสามารถ

จัดหาพนักงานได้ทันเวลาที่กำหนด บริการที่จัดให้สนองความต้องการได้อย่างครบถ้วนบริการมีหลากหลายทั้งจัดหาพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน พนักงานที่ให้มีความสมบัติตรงตามที่ต้องการ เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจให้บริการมีกิริยามารยาทดี และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี ถือได้ว่าบริษัทจัดหางานเอกชน ได้ตระหนักความสำคัญของปัจจัยดังกล่าวข้างต้นที่จะนำมาดำเนินงานในงานบริการของตนให้เป็นที่พึงพอใจของสถานประกอบการ คงจะมีแต่ราคาค่าบริการซึ่งสถานประกอบการมีความเห็นว่าราคาแพงควรจะต่ำกว่าที่เป็นอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับ ฟรีแมนเทิล (Fremantle อ้างถึงใน ธีระศักดิ์ วาระสุข 2537, น. 50) ที่ค้นพบว่าการบริการจะประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีและรวดเร็ว การเข้าถึงง่าย การให้บริการอย่างไม่ยุ่งยาก งานบริการต้องประกอบด้วยคุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดี มีความสามารถมีสมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม และเชี่ยวชาญงานจริง มีกิริยามารยาทดี ยิ้มแย้มเอาใจเขามาใส่ใจเรา แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติลูกค้า กริยาอาการอ่อนโยน กระตือรือร้นขณะให้บริการ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอันดับสองลงมาตามลำดับคือ ภาพลักษณ์ของบริษัทการโฆษณา เทคโนโลยี และสถานที่ ซึ่งสถานประกอบการมีความพอใจที่จะใช้บริการบริษัทจัดหางานเอกชนที่ดำเนินการมานานหลายปี เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยด้านคอมพิวเตอร์ การประชุมทางโทรศัพท์ การประชุมผ่านทางวิดีโอ การใช้อินเทอร์เน็ต ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และโทรสารที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่ติดต่อสะดวก โดยสรุปปัจจัยทั้ง 9 ประการ ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนทั้งสิ้น

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน

จากการศึกษา พบว่าสถานประกอบการที่เคยใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน โดยมากจะพบปัญหาเรื่องอัตราค่าบริการสูงเกินไป แต่ยังคงใช้บริการต่อไป เนื่องจากความสะดวกและประหยัดเวลาที่ต้องสรรหาพนักงานเอง หรือสถานประกอบการอาจจะไม่มีเจ้าหน้าที่ที่เชี่ยวชาญรับผิดชอบในหน้าที่นี้โดยตรง การสนองความต้องการคือ ไม่สามารถจัดส่งพนักงานได้ตามคุณสมบัติที่ต้องการ เพราะในบางครั้งบริษัทจัดหางานเอกชนเองก็ไม่สามารถสรรหาพนักงานที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการได้ ซึ่งเป็นผลให้สถานประกอบการต้องสรรหาพนักงานด้วยตนเอง ปัญหามูลค่าการที่ให้บริการขาดความรู้และ

ความชำนาญในงาน ท้ายสุดคือการบริการที่ค่อนข้างช้า เนื่องจากเจ้าหน้าที่ของสถานบริษัทจัดหางานมีไม่เพียงพอหรือในบางครั้งปริมาณงานมีมากจนไม่สามารถทำได้ทัน จนส่งผลให้การบริการล่าช้าตามลำดับ ในขณะที่สถานที่ ภาพลักษณ์และเทคโนโลยีไม่ใช่ปัญหาสำคัญ

ผลที่ทำให้สถานประกอบการตัดสินใจไม่ใช้บริการจัดหางานของสำนักงานจัดหางานเอกชน

จากการศึกษา พบว่าสถานประกอบการจำนวนมากที่ไม่เคยใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนจำนวนมากให้เหตุผลถึงสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจไม่ใช้บริการเนื่องมาจากคิดว่าอัตราค่าบริการแพงเกินไป และมีความคิดเห็นว่าบริษัทจัดหางานเอกชนไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการจัดหาพนักงานได้ตามคุณสมบัติที่ต้องการและเหมือนกับที่บริษัทจัดหางานเอกชนได้โฆษณาไว้

การคาดการณ์ในอนาคตของสถานประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัทจัดหางานเอกชน

จากการศึกษา พบว่าสถานประกอบการที่ไม่เคยใช้บริการมาก่อนจำนวนมากมีความต้องการที่จะใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนในอนาคต และพนักงานที่สถานประกอบการต้องการมากที่สุด ต้องสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีรองลงมาเป็น ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงสภาพการใช้บริการจัดหางานของสถานประกอบการ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการจัดหางานเอกชน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 200 แห่ง ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติ ในแต่ละประเภทธุรกิจ ซึ่งได้รับการตอบแบบสอบถามกลับมาเป็นจำนวน 127 แห่ง และได้แปรผลทางสถิติโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ผลการศึกษาปรากฏสาระสำคัญดังนี้

สภาพการใช้บริการจัดหางานในปัจจุบันจำนวนของสถานประกอบการใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนมีจำนวนมากกว่าที่ไม่เคยใช้บริการ และวิธีการสรรหาที่ใช้มากที่สุดคือการลงโฆษณา และที่ใช้น้อยที่สุดคือ การใช้บริการจัดหางานจากกรมการจัดหางาน โดยผู้ที่รับผิดชอบในการสรรหาส่วนใหญ่ คือเจ้าหน้าที่ในฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และรองลงมาคือเจ้าหน้าที่ในฝ่ายที่ต้องการพนักงานโดยตรงสรรหาพนักงานในแผนกด้วยตนเอง เช่น แผนกวิศวกรรม แผนกเทคโนโลยีและสารสนเทศ เป็นต้น

สถานประกอบการที่เคยใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน จะใช้บริการในการสรรหาพนักงานตำแหน่งต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

พนักงานประจำ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ส่วนใหญ่จะใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อปี ในการใช้บริการมากกว่า 6 ครั้งต่อปี ซึ่งมีจำนวนน้อยมาก สถานประกอบการมีความต้องการพนักงานที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด และรองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ปัจจัยที่เป็นอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนในการสอบถามความคิดเห็นต่อตัวแปรทั้ง 9 ประการที่ให้บริการใน 9 ประเด็นคือ สถานที่ ค่าบริการ การโฆษณา บุคลากร การตอบสนองความต้องการ ภาพลักษณ์ของบริษัท เทคโนโลยี พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การสนองตอบความต้องการ และปัจจัยด้านบริการ ค่าบริการ บุคลากร ภาพลักษณ์ของบริษัท การโฆษณา เทคโนโลยี สถานที่ และความรวดเร็วในการทำงาน รองลงมาตามลำดับ

ปัญหาที่พบเมื่อใช้บริการจัดงาน จากการศึกษา พบว่าเป็นปัญหาเรื่องอัตราค่าบริการที่สูงเกินไป การตอบสนองความต้องการโดยไม่สามารถจัดส่งพนักงานได้ตามคุณสมบัติที่ต้องการได้ ปัญหาบุคลากรที่ให้บริการขาดความรู้ความชำนาญ และการบริการที่ค่อนข้างช้า ตามลำดับ ในขณะที่สถานที่ภาพลักษณ์ และเทคโนโลยีไม่ใช่ปัญหาสำคัญนักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

เหตุผลที่ตัดสินใจไม่ใช้บริการจัดงานของบริษัทจัดงานเอกชนจากการศึกษาพบว่า สถานประกอบการจำนวนมากที่ไม่เคยใช้บริการจัดงานของบริษัทจัดงานเอกชนให้เหตุผลว่าอัตราค่าบริการมีราคาสูงเกินไป และคิดว่าบริษัทจัดงานนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ เป็นอันดับรองลงมาและอันดับสุดท้ายคือ ปัญหาด้านการให้บริการ

การคาดการณ์ในอนาคตต่อการตัดสินใจใช้บริการ จากการศึกษา พบว่าสถานประกอบการมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง (73 แห่ง) ที่ไม่เคยใช้บริการจัดงานของบริษัทจัดงานเอกชน มีความต้องการที่จะใช้บริการจัดงานในอนาคต

สถานประกอบการที่เคยใช้บริการจัดงานของบริษัทจัดงานเอกชน จะใช้บริการในการสรรหาพนักงานระดับต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ส่วนใหญ่จะใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อปี

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ส่วนใหญ่จะใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อปีเช่นกัน

สถานประกอบการมีความต้องการพนักงานที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด และรองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

จากการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการสาธารณะที่ดำเนินการโดยเอกชน: กรณีศึกษาการให้บริการจัดงานโดยบริษัทจัดงานในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร" ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะต่อบริษัทจัดงานเอกชน

1. ควรปรับปรุงในเรื่องของอัตราค่าบริการ ให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เนื่องจากอัตราค่าบริการปัจจุบันค่อนข้างสูง ซึ่งจะทำให้สถานประกอบการบางแห่งเลือกใช้วิธีการสรรหาวิธีอื่น หรือผู้ให้บริการรายอื่นแทน ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการลดลงได้

2. ควรปรับปรุงด้านคุณภาพในการให้บริการ อาทิเช่น การสรรหาพนักงานให้ได้คุณสมบัติตรงตามต้องการของสถานประกอบการ การให้บริการที่รวดเร็วกว่าปัจจุบัน การให้บริการหลังการขาย และสามารถให้คำปรึกษาด้านกฎหมายแรงงานได้
3. จัดให้มีโทรศัพท์ Internet และโทรสารเพิ่มขึ้น หรือในกรณีที่มีการสัมภาษณ์ทางไกล อาจจะใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หรือประชุมทางวิดีโอแทน เพื่อสะดวกในการติดต่อ
4. ควรจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงาน อาทิเช่น กฎหมายแรงงาน เทคนิคการสัมภาษณ์งาน และการฝึกอบรมทางด้าน IT เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะต่อสถานประกอบการ (ผู้ให้บริการ)

1. ควรตรวจสอบว่าบริษัทจัดหางาน ที่ท่านใช้บริการอยู่นั้นเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ เนื่องจากท่านจะได้รับบริการดีและมาตรฐาน เนื่องจากสำนักงานจัดหางานเหล่านี้จะอยู่ในความดูแลของกรมการจัดหางาน
2. ควรมีการสัมภาษณ์พนักงานที่ถูกส่งมายังสถานประกอบการของท่านก่อนทุกครั้งก่อนที่จะมีการรับเข้าทำงาน เนื่องจากบริษัทจัดหางานเอกชนอาจจะมีวิธีในการสรรหาพนักงานให้ท่านได้ไม่ตรงกับความต้องการทั้งความสามารถในการปฏิบัติงานและคุณสมบัติอื่น เช่น อุปนิสัย ทักษะ เป็นต้น
3. ควรตรวจสอบสัญญาการจัดหางานทุกครั้ง เนื่องจากท่านอาจจะถูกเอาเปรียบได้จากการทำสัญญา เช่น ระยะเวลาที่สามารถเปลี่ยนพนักงานได้หากท่านไม่พอใจในผลการปฏิบัติงานหรือพนักงานลาออกในเวลาที่ยาวนาน ทางบริษัทจัดหางานจะมีการหาคนใหม่มาให้ ภายในระยะเวลาเท่าไร เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในปัจจุบันนี้มีบริษัทจัดหางานเปิดขึ้นมากมาย ทั้งบริษัทข้ามชาติ และบริษัทของคนไทย จึงทำให้มีการแข่งขันในตลาดของการให้บริการจัดหางานกันสูงขึ้น การแข่งขันนี้กลายมาเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการเนื่องจากค่าบริการจะถูกลงจากบริษัทที่มีการผูกขาดในเรื่องของการจัดหางาน เพราะบริษัทที่มีการคิดค่าบริการที่มีอัตราสูง ก็ไม่สามารถจะอยู่ในตลาดได้ เพราะผู้ให้บริการจะไปเลือกใช้บริษัทที่มีอัตราค่าบริการที่ถูกลง ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะในเรื่องของสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นของตลาดจัดหางานในปัจจุบัน ว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการหรือไม่ อย่างไร ซึ่งการวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการศึกษาเบื้องต้นได้พอสมควร

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒ์. (2529). *การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัยการศึกษา*. เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรมการจัดหางาน. (2544). *การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
- กรมการจัดหางาน. (2544). *แนะนำกรมการจัดหางาน*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
- กองวิจัยตลาดแรงงาน. (2545). *ความต้องการแรงงานภาคเอกชน ปี 2545*. กรุงเทพมหานคร: กรมการจัดหางาน.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลเวอร์ชัน 7-10*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์หน้าหนังสือพิมพ์จำกัด ซีเค แอนด์ เอส โฟโต้ สตูดิโอ.
- กุลชลี เวชสาร. (2540). *การวิจัยตลาดและการแก้ไขปัญหา*. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลชลี เวชสาร. (2540). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลธณ ธนาพงศ์. (2540). *ประโยชน์และบริการ*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิตนา สุนทรธรรม. (2534). *ศักยภาพความต้องการกำลังคนของตลาดแรงงานในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาทางการบัญชีและบริหารธุรกิจ*. รายงานวิจัย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จินตนา บุญบงการ. (2539). *การสร้างจิตสำนึกการให้บริการ กับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ*.

คณะกรรมการการปฏิรูประบบราชการ. สำนักเลขานุการ คณะกรรมการปฏิรูประบบ ราชการ.
สำนักนายกรัฐมนตรี.

จิระจิตต์ ราคา (2535). *พฤติกรรมในองค์การ*. กรุงเทพมหานคร: ชวนพิมพ์.

จิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ. (2534). *บทบาทของสถาบันการเงินต่อการลงทุนและการจ้างงานภาคธุรกิจ การค้าและอุตสาหกรรมขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่*. รายงานวิจัย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชาติชาย ณ เชียงใหม่. (2538). *ข้อวิพากษ์ทางการเมือง และการบริการของความด้อยประสิทธิภาพของ รัฐ*. พัฒนบริหารศาสตร์.

ชำนาญ แอ่อ่วม. (2534). *การวิเคราะห์การสรรหาและการและการเลือกสรรบุคคลขององค์การขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ด่าย เชียงฉี. (2526). *ทฤษฎีการทดสอบและวัดผลการศึกษา*. เชียงใหม่ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ทิพย์มาศย์ พิมลศักดิ์. (2530). *ผลการใช้ชุดการแนะแนวอาชีพที่มีต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียน นาฏศิลป์ชั้นปีที่ 2*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ธงชัย สันติวงษ์. (2535). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงษ์. (2535). *องค์การและการบริหาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

- ธานี ศิริสกุล. (2538). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย. การค้นคว้าอิสระ. เชียงใหม่: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นราศรี ไวนิชกุล และคณะ. (2543). ระเบียบวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2528). กระบวนการตัดสินใจ. แนวอาชีพเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพฯ: สมาคมแนวแห่งประเทศไทย.
- นิโลบล นิมกังรัตน์. (2533). การวัดผลการศึกษาอิงกลุ่ม อิงเกณฑ์. เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประคอง กรรณสูตร. (2535). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- เปาว์ณรงค์ บัวไชโย. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อินเทอร์เน็ตสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฝ่ายส่งเสริมการมีงานทำ. (2545). วิเคราะห์ความต้องการใช้แรงงานภาคเอกชนประจำปี 2545. กรุงเทพมหานคร: สำนักจัดหางานกรุงเทพ.
- ฝ่ายสารสนเทศ กรมการจัดหางาน. (2544). รายงานสถิติจัดหางานในประเทศ 2544. กรุงเทพมหานคร: กรมการจัดหางาน.
- พรพิมล รื่นศิริ. (2545). รูปแบบการให้บริการจัดหางานของรัฐที่เหมาะสม. รายงานเสนอที่ประชุมองค์การ จ้างงานโลก (WAPES). 4 – 6 ธันวาคม 2545: กรุงเทพฯ.

พะยอม วงศ์สารศรี. (2537). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. คณะวิชาวิทยาการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. (2528). *การวางแผนบุคลากร การกำหนดตำแหน่งการสรรหาและการเลือกสรร*. หน่วย 8 – 15. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2545). *รูปแบบการประกันการว่างงานที่เหมาะสม*. 8 พฤษภาคม 2545. กรุงเทพมหานคร.

ยุดา รักไทย และ ธนิกันต์ มาชะคิรณนธ์. (2546). *เมื่อบริษัทต้องคัดเลือกคน*. ธรรมกมลการพิมพ์.

เย็นใจ เลาหวนิช. (2521). *กระบวนการตัดสินใจในวิชาประชากรศึกษา*. วารสารประชากรศึกษา, 5 (3), 16-25

รศนา อัสชะกิจ. (2537). *กระบวนการแก้ปัญหาและตัดสินใจเชิงวิทยาศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2531). *หลักการวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพมหานคร: ศึกษาพร.

วิลาศ สิงห์วิสัย. (2528). *การสรรหาบุคลากร*. เอกสารสอนชุดวิชาการวางแผนบุคลากร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช กรุงเทพมหานคร.

วีรพงษ์ เจริญจิระรัตน์. (2539). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

วุฒิชัย จำนง. (2523). *พฤติกรรมกรรมการตัดสินใจ*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ชีวฟิล์มและโซเท็กซ์.

สถิติแรงงาน.แหล่งที่มา: [http://www.nso.go.th/lfs/2000/lfssum-Nov 44 htm](http://www.nso.go.th/lfs/2000/lfssum-Nov%2044.htm).สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
วันที่สืบค้น 27 กันยายน 2547.

สถิติแรงงาน.แหล่งที่มา: <http://www.nso.go.th/thai/stat/stat-23/toc-2/2.13-1.xis>. สำนักงานสถิติ
แห่งชาติ. วันที่สืบค้น 27 กันยายน 2546.

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, สุวินัย ต่อศิริสุขและ อุดม สวานายน. (2545). *ยุทธวิธีการแข่งขัน*.
กรุงเทพมหานคร:เม็ดทรายพรินติ้ง.

สมบุญ ชิตพงศ์ และสำเริง บุญเรืองรัตน์. (2544). *การวัดความถนัด*. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซ
เท็กซ์.

Arthur, Diane. (1994). *Workplace Testing: An Employer's Guide to Policies and Practices*. New
York: American Management Association.

Beach, Don M.& Reinhartz. (1989). *Supervision Focus on Instruction*. NewYork : Harper & Row.

Brasington, Frances and Petite, Stephen. (2000). *Principle of Marketing*. 2nd ed. London: Prentice
Hall.

Donald P.Crane. (1979). *The Management of Human Resource*, 2nd ed. California: Wedworth
Publishing.

Easton, Allan. (1976). *Decision Making a Short Course for Professionals*. New york: John Willeg
& Sons, Inc.

Elihu Katz and Brenda Danet, (1979). *Bureaucracy and Public*. New York: Basic Books Inc..

Hoffman, Edward. (1999). *The Right to be Human: A Biography of Abraham Maslow*, second edition. New York: McGraw-Hill.

Kotler, Phillip. (2000). *Marketing Management*, Millennium ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Maggid, Renee and Codkind, Melissa. (1995). *Work and Personal Life: Managing the Issues*. Menlo Park, California: Crisp.

Max Weber. (1996). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York: The Free Press.

Niglo, Felix. (1959). *Public Personnel Administrator*, New York: Henry Holt and Company.

Simon, Herbert A. (1966). *Administrative Behavior*. 2nd ed. The Macmillan Company.

Yoder Dale. (1996). *Personnel Management and Industrial Relation*. London: Sir Isaac Pitman and Son.

ภาคผนวก

พ.ร.บ. จัดหางานและคุ้มครองคนหางาน และ คุ้มครองคนหางาน พ.ศ.2528 มาตราที่ 1-7

บทนิยาม

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า "พระราชบัญญัติจัดหางานและ คุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2528"

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับ ตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศใน ราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา 3 ให้ยกเลิก พระราชบัญญัติ จัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ.2511

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

"จัดหางาน" หมายความว่า ประกอบธุรกิจจัดหางานให้แก่คนหางานหรือหาลูกจ้างให้แก่ นายจ้างโดยจะเรียกหรือรับค่าบริการตอบแทนหรือไม่ ก็ตาม และให้หมายรวมถึงการเรียกเงินหรือทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่นใดเพื่อ จัดหางานให้คนหางาน

"ค่าบริการ" หมายความว่า เงินหรือประโยชน์อย่างอื่นที่ให้ เป็น ค่าตอบแทนการจัดหางาน

"ค่าใช้จ่าย" หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการจัดหางาน

"ผู้รับอนุญาต" หมายความว่า ผู้รับใบอนุญาตจัดหางานตามพระ ราชบัญญัตินี้

"ตัวแทนจัดหางาน" หมายความว่า ผู้ซึ่งผู้รับอนุญาตจดทะเบียนให้ เป็นตัวแทนจัดหางาน ตามพระราชบัญญัตินี้

"สำนักงาน" หมายความว่า สำนักงานจัดหางานของผู้รับอนุญาต

"คนหางาน" หมายความว่า บุคคลซึ่งประสงค์จะทำงาน โดย เรียกหรือรับค่าจ้างเป็นเงินหรือ ประโยชน์อย่างอื่น

"ทดสอบฝีมือ" หมายความว่า การดำเนินการใดๆ เพื่อให้ทราบ ถึงฝีมือของคนหางานเพื่อ ออกใบรับรองผลการทดสอบให้คนหางาน โดยจะ เรียกหรือรับค่าทดสอบฝีมือหรือไม่ก็ตาม

"ฝึกงาน" หมายความว่า นายจ้างส่งลูกจ้างไปรับการเพิ่มพูน ความรู้ ฝีมือ ภาษา ทักษะคติ หรือทักษะในการทำงานเพื่อให้การทำงานมี ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

"กองทุน" หมายความว่า กองทุนเพื่อช่วยเหลือคนหางานไปทำ งานในต่างประเทศที่จัดตั้งขึ้น ตามพระราชบัญญัตินี้

"คณะกรรมการกองทุน" หมายความว่า คณะกรรมการกองทุนเพื่อ ช่วยเหลือคนหางานไปทำงานในต่างประเทศ

"นายทะเบียน" หมายความว่า นายทะเบียนจัดหางานกลาง หรือ นายทะเบียนจัดหางานจังหวัด แล้วแต่กรณี

"พนักงานเจ้าหน้าที่" หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติ การตามพระราชบัญญัตินี้

"อธิบดี" หมายความว่า อธิบดีกรมการจัดหางาน

"รัฐมนตรี" หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัติ นี้

มาตรา 5 ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม รักษาการตามพระราชบัญญัติ นี้และให้มีอำนาจแต่งตั้งนายทะเบียนและพนักงาน เจ้าหน้าที่กับออกกฎกระทรวง กำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้ายพระราช บัญญัตินี้ ยกเว้นค่าธรรมเนียมและกำหนดกิจการอื่นหรือออกระเบียบเพื่อปฏิบัติ การตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

หมวด 1 สำนักงานทะเบียนจัดหางานกลาง สำนักงานทะเบียนจัดหางานจังหวัดและสำนักงานจัดหางาน

มาตรา 6 ให้จัดตั้งสำนักงานทะเบียนจัดหางานกลางขึ้นในกรมการจัด หางาน กระทรวงแรงงาน และสวัสดิการสังคม โดยมีนายทะเบียนจัดหางาน กลางเป็นผู้มีอำนาจและหน้าที่พระราชบัญญัตินี้

ในจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร จะจัดตั้งสำนักงานทะเบียนจัดหา งานจังหวัดขึ้นตรงต่อสำนักงานทะเบียนจัดหางานกลางก็ได้ โดยมีนาย ทะเบียนจัดหางานจังหวัดเป็นผู้มีอำนาจและหน้าที่ ตามพระราชบัญญัตินี้

การจัดตั้งสำนักงานทะเบียนจัดหางานจังหวัด ให้ประกาศในราช กิจจานุเบกษา

มาตรา 7 ให้จัดตั้งสำนักงานจัดหางานขึ้นในกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการ สังคม เรียกว่า "สำนักจัดหางาน กรมการ จัดหางาน" มีหน้าที่จัดหางานให้แก่ประชาชนโดยไม่คิดค่าบริการ สำนักงานจัดหางาน กรมการจัดหางาน อาจมีสาขาได้ตามที่อธิบดีเห็น สมควร

พ.ร.บ. จัดหางานและคุ้มครองคนหางาน และ คุ้มครองคนหางาน พ.ศ.2528

มาตราที่ 8-29

การจัดหางานภายในประเทศ

มาตรา 8 ห้ามมิให้ผู้ใดจัดหางานให้คนหางานทำงานในประเทศ เว้น แต่จะได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน การขอใบอนุญาตและการออกใบอนุญาต ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธี และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง นายทะเบียนต้องออกใบอนุญาตหรือมีหนังสือแจ้งคำสั่งไม่อนุญาต พร้อม ด้วยเหตุผลให้ผู้ขออนุญาตทราบภายในหกสิบวันนับแต่วันได้รับคำขอซึ่งมีรายละเอียดถูกต้องและครบถ้วนตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นที่นายทะเบียนไม่อาจออกใบอนุญาตหรือยังไม่อาจมี คำสั่งไม่อนุญาตได้ภายในกำหนดเวลาตามวรรคสาม ให้ขยายเวลาออกไปได้ อีกไม่เกินสองครั้ง ครั้งละไม่เกินสามสิบวันแต่ต้องมีหนังสือแจ้ง การขยาย เวลาและเหตุจำเป็นแต่ละครั้ง ให้ผู้ขออนุญาตทราบก่อนสิ้นกำหนดเวลาตามวรรคสามหรือตามที่ได้ขยายเวลาไว้นั้นแล้วแต่กรณี

มาตรา 9 ผู้ขออนุญาตจัดหางานในประเทศต้องมีคุณสมบัติ และไม่มี ลักษณะต้องห้ามดังนี้

- (1) มีสัญชาติไทย
- (2) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (3) ไม่เป็นผู้รับอนุญาตจัดหางาน
- (4) ไม่เป็นผู้อยู่ในระหว่างถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตจัดหางาน
- (5) ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตจัดหางาน
- (6) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (7) ไม่เป็นผู้มีหรือเคยมีความประพฤติเสื่อมเสียหรือบกพร่องในศีล ธรรมอันดี
- (8) ไม่เป็นกรรมการ หุ้นส่วน หรือผู้จัดการของนิติบุคคลซึ่งเป็นผู้รับ อนุญาตจัดหางาน
- (9) ไม่เป็นกรรมการ หุ้นส่วน หรือผู้จัดการของนิติบุคคลซึ่งถูกเพิกถอน ใบอนุญาตจัดหางาน

หรืออยู่ในระหว่างใช้สิทธิอุทธรณ์คำสั่งเพิกถอนใบอนุญาต จัดหางาน

(10) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดหรือคำสั่งที่ชอด้วย กฎหมายให้จำคุกในความผิดที่กฎหมายบัญญัติให้ถือเอาการกระทำโดยทุจริต เป็นองค์ประกอบ หรือในความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(11) มีหลักประกันเป็นจำนวนเงินตามที่กำหนดในกฎกระทรวงแต่ต้องไม่ น้อยกว่าหนึ่งแสน บาทวางไว้กับนายทะเบียน เพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติ ตามพระราชบัญญัตินี้

ในกรณีที่ผู้ขออนุญาตจัดหางานดังกล่าวเป็นนิติบุคคล นิติบุคคลนั้นต้องมี สัญชาติไทยและมี ผู้จัดการซึ่งเป็นผู้มีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้ามตาม วรรคหนึ่งด้วย

มาตรา 10 ใบอนุญาตให้ใช้ได้ภายในเขตจังหวัดที่นายทะเบียนระบุไว้ ในใบอนุญาตมีกำหนด สองปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต ถ้าผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศประสงค์จะขอต่ออายุใบอนุญาต ให้ ยื่นคำขอก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุไม่น้อยกว่าสามสิบวัน เมื่อได้ยื่นคำขอดังกล่าว แล้ว ให้ประกอบกิจการ ต่อไปได้จนกว่านายทะเบียนจะสั่งไม่อนุญาตให้ต่ออายุ ใบอนุญาตนั้น

การขอต่ออายุใบอนุญาตและการอนุญาต ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธี การและเงื่อนไขที่ กำหนดในกฎกระทรวง การอนุญาตหรือไม่อนุญาตจะต้องกระทำให้เสร็จ ภายในสามสิบวันนับแต่ วันที่ได้ รับคำขอซึ่งมีรายละเอียดถูกต้องและครบถ้วน ตามที่กำหนดในกฎ กระทรวง

มาตรา 11 ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศต้องแสดงใบอนุญาตไว้ ณ ที่เปิดเผยและเห็นได้ง่าย ณ สำนักงานตามที่ระบุไว้ในใบอนุญาต ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศจะตั้งสำนักงาน ณ โรงแรม หอพัก สถานบริการ โรงรับจำนำ สถานที่ที่จัดให้มีการเล่นการพนันเป็นปกติธุระ หรือสถานที่อื่นตามที่รัฐมนตรี ประกาศกำหนดมิได้

มาตรา 12 ในกรณีที่ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศประสงค์จะขอย้าย สำนักงานหรือขอตั้ง สำนักงานชั่วคราวนอกเขตท้องที่ที่ได้รับอนุญาตให้ยื่นคำขอ ต่อนายทะเบียน การขออนุญาตและการ อนุญาต ให้เป็นไปตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด และให้นำความใน มาตรา 10 วรรคสี่ มาใช้บังคับโดย อนุโลม

มาตรา 13 ในกรณีที่ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศประสงค์จะเปลี่ยน ผู้จัดการให้ยื่นคำขอต่อ นายทะเบียน การขออนุญาตและการอนุญาต ให้เป็นไปตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด และให้นำความใน มาตรา 10 วรรคสี่ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา 14 ในกรณีที่นายทะเบียนไม่ออกใบอนุญาต ไม่ต่ออายุใบอนุญาต ไม่อนุญาตให้ย้าย สำนักงาน ไม่อนุญาตให้จัดตั้งสำนักงานชั่วคราวหรือไม่ อนุญาตให้เปลี่ยนผู้จัดการ ผู้ขออนุญาตหรือผู้รับ อนุญาตจัดหางานในประเทศมี สิทธอุทธรณ์ต่อรัฐมนตรีได้ภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง การไม่ อนุญาตหรือพ้นกำหนดเวลาตาม มาตรา 8 วรรคสี่ หรือ มาตรา 10 วรรคสี่ แล้วแต่กรณี คำวินิจฉัย ของรัฐมนตรีให้เป็นที่สุด

มาตรา 15 ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศต้องจัดทะเบียนลูกจ้าง และตัวแทนจัดหางานต่อ

นายทะเบียนตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่ กำหนดในกฎกระทรวง และจัดให้มีทะเบียนลูกจ้างและตัวแทนจัดหางานตาม แบบที่อธิบดีกำหนดไว้ ณ สำนักงาน เพื่อให้คนหางานตรวจดูได้ในระหว่าง เวลาทำงาน ลูกจ้างและตัวแทนจัดหางานต้องมีได้เป็นลูกจ้าง หรือตัวแทนจัดหางาน ของผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศผู้อื่นในขณะเดียวกัน และต้องมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้ามตาม มาตรา 9 เว้นแต่คุณสมบัติตาม มาตรา 9 (1) และ (2) มิให้ใช้บังคับแก่ลูกจ้าง

ใบอนุญาตที่ออกให้แก่ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศผู้ใด ให้คุ้มครอง ลูกจ้างหรือตัวแทนจัดหางาน ซึ่งผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศผู้นั้นได้จัด ทะเบียนไว้ด้วย

การกระทำที่เกี่ยวกับการจัดหางานของลูกจ้างหรือตัวแทนจัดหางาน ซึ่ง ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศได้จดทะเบียนไว้ ให้ถือว่าเป็นการกระทำ ของผู้รับอนุญาตด้วย

มาตรา 16 ในการยื่นคำขอจดทะเบียนตัวแทนจัดหางานตาม มาตรา 15 ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศต้องวางหลักประกันสำหรับตัวแทน จัดหางานแต่ละคนที่ขอจดทะเบียนตามจำนวนที่กำหนดในกฎกระทรวง แต่ต้อง ไม่น้อยกว่าคนละห้าหมื่นบาทไว้กับนายทะเบียน โดยจะวางหลักประกันเป็น เงินสด พันธบัตรของรัฐบาลไทย หรือสัญญาค้ำประกันของธนาคารก็ได้

ในกรณีที่ตัวแทนจัดหางานกระทำการฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ และทำให้ เกิดความเสียหายแก่คนหางาน ถ้านายทะเบียนพิจารณาเห็นว่ามีความผิดฐาน อันควรเชื่อว่าเป็นการกระทำของตัวแทนจัดหางานให้นายทะเบียนมีหนังสือ แจ้งเหตุดังกล่าวให้ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศทราบ และถ้าผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศไม่ได้แย้งภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งนาย ทะเบียนมีอำนาจจ่ายเงินชดเชยให้แก่คนหางานเท่าที่พิจารณาเห็นว่าเสียหาย จริงจากหลักประกันที่วางไว้ตามวรรคหนึ่งได้

มาตรา 17 ในกรณีที่หลักประกันที่ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศวาง ไว้ตาม มาตรา 9 (11) และ มาตรา 16 วรรคหนึ่ง ลดลงเพราะถูกใช้จ่าย ไปตามพระราชบัญญัตินี้ให้นายทะเบียนสั่งเป็นหนังสือให้ผู้รับอนุญาตวางหลัก ประกันเพิ่มจนครบจำนวนเงินที่กำหนด ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่รับคำสั่ง

มาตรา 18 หลักประกันที่ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศวางไว้ ตาม มาตรา 9 (11) และ มาตรา 16 วรรคหนึ่ง ไม่อยู่ในความรับผิดชอบแห่งการ บังคับคดีทราบเท่าที่ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศยังมีได้เลิกประกอบธุรกิจ จัดหางาน หรือเลิกประกอบธุรกิจจัดหางานแล้ว แต่ยังไม่พ้นจากความรับผิดชอบตามพระราชบัญญัตินี้

ในกรณีเลิกประกอบธุรกิจจัดหางาน ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศ จะขอรับคืนหลักประกันที่วางไว้ตาม มาตรา 9 (11) ได้ก็ต่อเมื่อได้ชำระหนี้ที่ เกิดขึ้นตามพระราชบัญญัตินี้เสร็จสิ้นแล้ว แต่ถ้าหนี้ที่เหลือมีจำนวนน้อยกว่าหลัก ประกันที่วางไว้ให้นายทะเบียนมีอำนาจสั่งให้ลดหลักประกันที่เหลือเท่ากับ

หนี้ที่จะพึงรับผิดชอบได้

ในกรณีที่ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศไม่ขอรับหลักประกันคืน ภายใน ห้าปีนับแต่แต่วันที่เลิกประกอบธุรกิจจัดหางาน ให้หลักประกันดังกล่าวตกเป็น ของแผ่นดิน

*หมายเหตุ แก้ไขครั้งสุดท้ายโดย พ.ร.บ.จัดหางานและคุ้มครองคนหางาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2537

มาตรา 19 ในกรณีที่ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศประสงค์จะจัดหา คนหางานจากจังหวัดอื่นนอกจากจังหวัดที่ได้รับอนุญาต ให้ยื่นคำขอต่อนาย ทะเบียน

การขออนุญาตและการอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามระเบียบที่ รัฐมนตรีกำหนด

มาตรา 20 เมื่อออกไปปฏิบัติงานนอกสำนักงาน ผู้รับอนุญาตจัดหางาน ในประเทศ ผู้จัดการ ลูกจ้าง หรือตัวแทนจัดหางานต้องแสดงบัตรประจำตัว ต่อผู้ซึ่งเกี่ยวข้อง

บัตรประจำตัวผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศ ผู้จัดการ ลูกจ้างหรือตัว แทนจัดหางาน ให้เป็นไปตามแบบที่อธิบดีกำหนด

บัตรประจำตัวตามวรรคสอง มีอายุหนึ่งปีนับแต่วันออก

มาตรา 21 ผู้จัดการ ลูกจ้าง หรือตัวแทนจัดหางาน ซึ่งพ้นจากความ เป็นผู้จัดการลูกจ้างหรือตัวแทนจัดหางาน ต้องส่งคืนบัตรประจำตัวแก่นาย ทะเบียนหรือผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศ ภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่พ้นจาก ความเป็นผู้จัดการ ลูกจ้าง หรือตัวแทนจัดหางาน

ผู้รับอนุญาตซึ่งได้รับบัตรประจำตัวคืนตามวรรคหนึ่งต้องส่งบัตรประจำตัว นั้นแก่นายทะเบียน ภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับจากผู้จัดการ ลูกจ้าง หรือตัว แทนจัดหางาน

มาตรา 22 ในกรณีที่ใบอนุญาตหรือบัตรประจำตัวสูญหายหรือถูกทำลาย ให้ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศยื่นคำขอใบแทนใบอนุญาต หรือบัตรประจำ ตัว แล้วแต่กรณีภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ทราบการสูญหายหรือถูกทำลาย

การขอและการออกใบแทนใบอนุญาตและบัตรประจำตัว ให้เป็นไปตาม ระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด

มาตรา 23 ในการจัดหางาน ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศต้องทำ สัญญาจัดหางานกับคนหางาน

มาตรา 24 ห้ามมิให้ตัวแทนจัดหางานทำสัญญาจัดหางานกับคนหางาน แทนผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศ เว้นแต่จะได้รับมอบอำนาจเป็นหนังสือ แบบที่อธิบดีกำหนดจากผู้รับอนุญาตดังกล่าว และผู้รับอนุญาตดังกล่าวได้แจ้ง เป็นหนังสือให้นายทะเบียนทราบแล้ว

การที่ตัวแทนจัดหางานมิได้รับมอบอำนาจจากผู้รับอนุญาตดังกล่าว หรือ ได้รับมอบอำนาจแต่

หนังสือมอบอำนาจมิได้เป็นไปตามแบบที่อธิบดีกำหนด ไม่เป็นเหตุให้คนหางานหรือบุคคลภายนอกที่
สุจริตเสื่อมสิทธิเพราะเหตุนั้น

มาตรา 25 ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้

(1) จัดให้มีสมุดทะเบียน บัญชี และเอกสารเกี่ยวกับธุรกิจของตนตาม แบบและรายการที่
อธิบดีกำหนด

(2) จัดทำและส่งรายงานเกี่ยวกับการจัดหางานประจำเดือนตามแบบที่ อธิบดีกำหนดต่อ
นายทะเบียนภายในวันที่สิบของเดือนถัดไป

เมื่อมีเหตุที่จะต้องลงในสมุดทะเบียน บัญชี หรือเอกสารเกี่ยวกับธุรกิจ ของตน ผู้รับอนุญาต
ดังกล่าวต้องลงรายการเกี่ยวกับเหตุนั้นในสมุดทะเบียน บัญชี หรือเอกสารเช่นว่านั้นภายในเจ็ดวันนับแต่
วันที่มีเหตุจะต้องลงรายการ นั้น

มาตรา 26 ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศเรียกหรือรับเงิน หรือทรัพย์สินอื่นใดจาก
คนหางานนอกจากค่าบริการหรือค่าใช้จ่าย

ค่าบริการหรือค่าใช้จ่ายตามวรรคหนึ่ง ให้เรียกหรือรับได้ไม่เกินอัตราที่ รัฐมนตรีกำหนด

มาตรา 27 ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศเรียก หรือรับค่า บริการหรือค่าใช้จ่าย
ก่อนที่นายจ้างรับคนหางานเข้าทำงาน และจ่ายค่าจ้าง เป็นครั้งแรกแล้ว

เมื่อรับค่าบริการและหรือค่าใช้จ่าย ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศ ต้องออกไปรับตามแบบที่
อธิบดีกำหนดให้แก่คนหางาน

มาตรา 28 ในกรณีที่คนหางานไม่ได้งานตามที่กำหนดไว้ในสัญญาจัดหา งานหรือได้ค่าจ้างต่ำ
กว่า หรือได้ตำแหน่งงานไม่ตรงตามที่กำหนดไว้ในสัญญา จัดหางาน ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศ
ต้องจัดการให้คนหางานเดินทาง กลับสำนักงานหรือสำนักงานชั่วคราวที่ตนรับสมัครคนหางานนั้น โดย
ออกค่า พานะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร รวมทั้งคืนค่าบริการและค่าใช้จ่ายที่ได้รับไว้ตาม มาตรา 27 ให้แก่
คนหางานนั้น พร้อมทั้งแจ้งเป็นหนังสือให้นายทะเบียนตาม มาตรา 25 (2) ทราบภายในสิบห้าวันนับแต่
วันที่มีหน้าที่จะต้องจัดการดังกล่าว

ในกรณีที่คนหางานไม่ยอมเดินทางกลับหรือคนหางานประสงค์จะทำงานที่ ได้ค่าจ้างต่ำกว่าหรือ
ที่ตำแหน่งงานไม่ตรงตามที่กำหนด ไว้ในสัญญาจัดหางาน ผู้รับอนุญาตจัดหางานในประเทศไม่ต้อง
รับผิดชอบ ในการจัดการให้คนหางาน ดังกล่าวเดินทางกลับ แต่ต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบตามวรรค
หนึ่ง

อำนาจหน้าที่ของกรมแรงงาน

กรมการจัดหางาน มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีงานทำและคุ้มครองคนหางาน โดยการศึกษา วิเคราะห์สภาวะตลาดแรงงาน และแนวโน้มตลาดแรงงาน เป็นศูนย์ข้อมูลตลาดแรงงาน รวมทั้งพัฒนาและส่งเสริมระบบ การบริหารด้านการส่งเสริมการมีงานทำ เพื่อให้ประชากรมีงานทำที่เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถและความถนัด ไม่ถูกหลอกลวง ตลอดจนได้รับสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมและเป็นธรรม มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการจัดหางานและคุ้มครอง คนหางาน กฎหมายว่าด้วยการทำงานของคนต่างด้าว และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. วิเคราะห์สภาวะตลาดแรงงานและแนวโน้มความต้องการแรงงานและเป็นศูนย์ ทะเบียนข้อมูลตลาดแรงงาน
3. พัฒนาระบบ รูปแบบ มาตรการ และวิธีการด้านการจัดหางาน จัดทำและประสานแผนการปฏิบัติงานของกรมให้สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านแรงงานของกระทรวงรวมทั้งกำหนดมาตรฐานอาชีพและอุตสาหกรรม
4. ให้คำปรึกษา ส่งเสริม และให้บริการแนะแนวอาชีพตามแนวถนัดให้แก่ประชาชน
5. ปฏิบัติอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมหรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

ภารกิจของกรมการจัดหางาน

1. การบริการจัดหางานในประเทศ

เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนวัยทำงานได้มีกรงานทำ มีรายได้ที่เหมาะสม รับรู้ ข่าวสารตลาดแรงงาน ลดปัญหาการว่างงาน และการขาดแคลนแรงงาน

การดำเนินงาน

- 1.1 ให้บริการจัดหางาน รับสมัครงาน บรรจุงาน หาตำแหน่งงานว่าง
- 1.2 บริการจัดหางานเคลื่อนที่ โดยเจ้าหน้าที่จัดเตรียมตำแหน่งงานว่างออกไปรับ สมัครในชุมชนหรือสถานที่จัดงานต่าง ๆ
- 1.3 จัดงานวันนัดพบแรงงาน เพื่อให้คนหางาน และนายจ้างหลาย ๆ ราย ที่ต้องการคนงานได้มาพบกันโดยตรงเพื่อการสัมภาษณ์ และการบรรจุงาน

13. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการแก่ผู้มาใช้บริการ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ สามารถจัดหาพนักงานได้ทันทีที่ให้บริการ
- ☐ สามารถจัดหาพนักงานได้ทันเวลาที่กำหนด
- ☐ บริการที่จัดให้สามารถสนองความต้องการของท่านอย่างครบถ้วนทุกด้าน
- ☐ บริษัทจัดหางานเอกชนสามารถเก็บรักษาความลับของท่านได้เป็นอย่างดี
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. ท่านคิดเห็นอย่างไรต่อบุคลากรที่บริษัทจัดหางานเอกชนจัดหาให้ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ บุคลากรมีคุณสมบัติสูงกว่าเกณฑ์ที่ต้องการ
- ☐ บุคลากรมีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ
- ☐ บุคลากรมีคุณสมบัติต่ำกว่ามาตรฐานที่ต้องการ
- ☐ บุคลากรที่ได้อยู่ไม่เกินช่วงเวลาทดลองงาน
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. บริษัทจัดหางานเอกชนที่ท่านเลือกใช้บริการมีภาพลักษณ์อย่างไร (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง
- ☐ เป็นบริษัทที่ดำเนินการมานานหลายปี
- ☐ เป็นบริษัทเปิดใหม่
- ☐ เป็นบริษัทต่างประเทศที่มีสำนักงานในประเทศไทย
- ☐ เป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดหาตำแหน่งเฉพาะทางเช่น IT หรือ Engineer
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

16. บริษัทจัดหางานเอกชนได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการจัดหา
งานคือ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ คอมพิวเตอร์ (Computer) ☐ อินเทอร์เน็ต (Internet)
- ☐ โทรสาร (Facsimile)
- ☐ แบบทดสอบบุคลิกภาพ (Aptitude Test)
- ☐ การประชุมทางโทรศัพท์ (Conference Call)
- ☐ การประชุมทางวิดีโอ (Video Conference)
- ☐ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.4 ประสานงานการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเป็นระบบ เพื่อเคลื่อนย้ายแรงงานครั้ง ละจำนวนมากจากจังหวัดหนึ่งที่ไม่มีตำแหน่งงานไปให้นายจ้างในอีกจำนวนหนึ่งที่มีตำแหน่งงาน

1.5 จัดหางานพิเศษเป็นการบริการแก่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้แก่ นักเรียน นักศึกษา คนพิการ ชาวเขาผู้พ้นโทษ ผู้ผ่านการฟื้นฟูสมรรถภาพ ภายหลังการบำบัดยาเสพติด ผู้ประสบสาธารณภัย ทหารกองประจำการที่ปลดเป็นกองหนุนเยาวชนในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน ผู้ถูกเลิกจ้าง เป็นต้น

1.6 บริการจัดหางานทาง Internet โดยผู้สมัครสามารถดูตำแหน่งงานของนายจ้างและสถานประกอบการ และสมัครงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของกรมได้ที่ Website <http://www.doe.go.th>

1.7 การให้บริการจัดหางานและคุ้มครองคนหางานตลอด 24 ชั่วโมงเป็นการให้ บริการจัดหางาน ณ สถานที่ที่คนหางานจำเป็นต้องได้รับการบริการตลอดเวลา มีการเปิดบริการ 2 แห่ง คือสำนักจัดหางานกรุงเทพ 2 จุดจักร (หมอชิต) และสำนักจัดหางานกรุงเทพ 3 บางรัก (หัวโพก)

2. การบริหารแรงงานไทยไปต่างประเทศ

เพื่อกำกับ ดูแล การจัดส่งแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ คุ้มครองสิทธิ ประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อให้แรงงานไทยได้รับค่าจ้างที่เป็นธรรมนิยมสภาพความเป็นอยู่และสภาพการทำงานที่เหมาะสม การดำเนินงาน

2.1 พิจารณาคำขออนุญาตรับสมัคร และประกาศรับสมัครคนหางานเป็นการล่วงหน้า

2.2 พิจารณาคำขออนุญาตจัดส่งคนหางานไปทำงานต่างประเทศ

2.3 พิจารณาคำขออนุญาตพาลูกจ้างไปทำงานหรือส่งไปฝึกงานในต่างประเทศ

2.4 รับแจ้งการส่งลูกจ้างไปฝึกงานในต่างประเทศกรณีไม่เกิน 45 วัน

2.5 รับแจ้งการเดินทางไปทำงานต่างประเทศด้วยตนเอง

2.6 รับแจ้งการเดินทางไปทำงานต่างประเทศของคนหางานที่เดินทางกลับประเทศไทย

เป็นการชั่วคราว

2.7 เป็นศูนย์ให้บริการข้อมูลแก่คนหางานที่จะเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ

2.8 รับลงทะเบียนผู้ที่ประสงค์จะไปทำงานต่างประเทศ (ศูนย์ทะเบียนคนหางาน)

2.9 กำหนดมาตรฐานการจ้าง แนวทางการดำเนินการส่งเสริมแรงงานไทย

ไปต่างประเทศให้เป็นนโยบายของรัฐบาล

การเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ โดยถูกต้องตามกฎหมายมี 5 วิธี

1. กรมการจัดหางานเป็นผู้จัดส่ง กล่าวคือ เมื่อนายจ้างในต่างประเทศ ต้องการคนหางานไทยไปทำงานก็สามารถร้องขอให้กรมการจัดหางานประกาศรับสมัครคนหางานให้โดยนายจ้างจะเป็นผู้คัดเลือกในขั้นสุดท้ายพร้อมทั้ง ตกลงทำสัญญาจ้าง
2. บริษัทจัดหางานจัดส่ง (จะต้องเป็นบริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกรมการจัดหางาน) ประสงค์จะจัดส่งคนงานไปให้นายจ้างต่างประเทศจะต้องดำเนินการยื่นคำขอรับสมัครงานเป็นการล่วงหน้า (ต้องได้รับอนุญาตจากกรมการจัดหางานก่อนจึงจะประกาศรับสมัครได้)
3. นายจ้างในประเทศไทยพาลูกจ้างของตนไปทำงานต่างประเทศ (ต้องได้รับอนุญาตจากอธิบดีกรมการจัดหางานหรือผู้ซึ่งอธิบดีมอบหมายก่อน)
4. นายจ้างในประเทศไทยส่งลูกจ้างของตนไปฝึกงานในต่างประเทศ (ต้องได้รับอนุญาตจากอธิบดีกรมการจัดหางานหรือผู้ซึ่งอธิบดีมอบหมายก่อน)
5. คนหางานเดินทางไปทำงานในต่างประเทศด้วยตนเองให้แจ้งอธิบดี หรือผู้ที่อธิบดีมอบหมายทราบก่อนเดินทางไม่น้อยกว่า 15 วัน

3. การควบคุมการทำงานของคนต่างด้าว เพื่อดูแล ตรวจสอบและความคุ้มครองการทำงานของ คนต่างด้าวในประเทศให้เป็นไป ตามกฎหมายและเกิดประโยชน์แก่ประเทศไทยมากที่สุด รวมถึงการ ควบคุมแรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมือง ซึ่งได้รับการผ่อนผันให้ประกอบอาชีพเป็นการชั่วคราว

การดำเนินงาน

- 3.1 พิจารณาออกใบอนุญาตทำงาน ต่ออายุใบอนุญาตทำงานเปลี่ยนแปลงรายการในใบอนุญาตทำงาน รับแจ้งเข้า-ออกจากการทำงาน และการขอเข้ามาดำเนินการขององค์การเอกชน ต่างประเทศในประเทศไทย
- 3.2 จัดประชุมคณะกรรมการพิจารณาการทำงานของคนต่างด้าว
- 3.3 ปรับปรุงพระราชกฤษฎีกากำหนดงานในการห้ามคนต่างด้าวทำ
- 3.4 ศึกษาวิจัยงานในอาชีพและวิชาชีพห้ามคนต่างด้าวทำ
- 3.5 ปรับปรุงระเบียบวิธีการคิดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตทำงาน
- 3.6 วางมาตรการจัดระบบ เพื่อควบคุมการทำงานของแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมายให้ เข้ามาโดยถูกต้องตามกฎหมาย
- 3.7 ควบคุม ดูแล และตรวจสอบการทำงานของคนต่างด้าวให้เป็นไปตาม กฎหมาย

4. การแนะแนวและส่งเสริมการประกอบอาชีพ เพื่อให้นักเรียน นักศึกษา ผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน และผู้กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงานได้มี ความรู้ ความสามารถ และทราบความถนัดในการประกอบอาชีพของแต่ละคน

การดำเนินงาน

4.1 ให้บริการแนะแนวอาชีพแก่นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป เพื่อให้ทราบถึงโลกอาชีพการเตรียมตัวก่อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน ตลอดจนการให้บริการทดสอบความพร้อมทางอาชีพ เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกศึกษาต่อหรือการเลือกประกอบอาชีพให้ตรงกับบุคลิกลักษณะความถนัด ความรู้ ความสามารถและความต้องการของตลาดแรงงาน

4.2 ส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระแก่ผู้ว่างงานที่ต้องการประกอบอาชีพ ส่วนตัว หรือ อาชีพอิสระหรือผู้ที่ไม่สามารถเข้าสู่งานในระบบเกษตรกรรมหรือผู้ที่ไม่สามารถทำงานเต็มเวลาตลอดทั้งปีผู้มีได้น้อยรวมถึงนักโทษที่ได้รับการปลดปล่อย

4.3 จัดแสดงนิทรรศการการส่งเสริมการมีงานทำ / อาชีพ เพื่อ เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการมีงานทำและอาชีพตามสถานศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ

4.4 ผลิตและเผยแพร่สื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการแนะแนวอาชีพในรูปแบบของ แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์วีดีโอเทป

4.5 ให้บริการศูนย์ข้อมูลอาชีพ

5. คัดกรองคนหางาน ทำการคัดกรอง และป้องกันมิให้คนหางานถูกหลอกหลวง ถูกเอารัดเอาเปรียบจาก บริษัทจัดหางานและบุคคล รวมถึงการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อป้องกันและลงโทษผู้หลอกหลวงเอารัดเอาเปรียบคนหางาน

การดำเนินงาน

5.1 รับเรื่องราวร้องทุกข์ของคนหางาน ที่ขอความช่วยเหลือทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศ

5.2 การอนุญาตจัดตั้งบริษัทจัดหางาน / สำนักงานจัดหางานเพื่อดำเนินการ จัดหางานให้คนหางานทำงานในประเทศและต่างประเทศ

5.3 สืบสวน สอบสวน บุคคลที่มีพฤติกรรมหลอกหลวง คัดต้อนคนหางานเพื่อ ดำเนินคดีตามกฎหมายอย่างเฉียบขาด

ประวัติการจัดหางาน

นับตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัย คนไทยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ผู้ทำงานทั้งหมดจึงเป็นผู้ทำงานในกิจการเกษตร การจ้างแรงงานมาทำงานในงานเกษตรกรรมก็มีอยู่เป็นจำนวนน้อย หากมีความต้องการที่จะใช้แรงงานเป็นจำนวนมากหรือโดยเร่งด่วนก็จะมี การ “ วาน ” คือ การร้องขอความช่วยเหลือให้มาช่วยทำงาน แล้วก็มีการทำงานร่วมกันเรียกว่า “ ลงแขก ” การวานและลงแขกนี้เป็นการใช้แรงงานโดยไม่คิดค่าจ้าง เพียงแต่จัดอาหารเลี้ยงกันในระหว่างทำงานนั้นเท่านั้นเอง ครั้นในสมัยรัชกาลที่ 5 การขยายตัวทางด้านการค้าระหว่างประเทศทำให้เกิดงานในอาชีพใหม่ ๆ ขึ้น เช่น การก่อสร้าง การขนส่ง การฝีมืออื่น ๆ ในขณะที่คนไทยยังไม่สนใจที่จะแข่งขันกับคนงานต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนงานจีนที่เข้ามาในประเทศไทยมากขึ้นทุกที ๆ ซึ่งปรากฏว่าในต้นศตวรรษที่ 20 มีคนงานจีนอยู่ถึงประมาณ 70% ของคนงานที่ไม่ทำงานเกษตร กิจกรรมที่ตกอยู่ในมือคนงานจีนจึงได้แก่ งานกุลี การก่อสร้าง สร้างเรือ ช่างไม้ การทำสวนผัก การค้าขาย การเหมืองแร่ นอกจากนั้นมีคนงานต่างชาติที่รองลงไป คือ ญี่ปุ่น ซึ่งส่วนใหญ่ทำสวนผัก พืชไร่ทำไม้แล้ค้าพลอย และพวกชาวอินเดียซึ่งเป็นพ่อค้าปลีก จนกระทั่งในสมัยรัชกาลที่ 7 ภาวะเศรษฐกิจทั้งโลกตกต่ำครั้งใหญ่เป็นเหตุให้รัฐบาลสนใจปัญหาแรงงานเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมเป็นอย่างมาก เพราะทำให้มีคนว่างงานขึ้น กระทรวงมหาดไทยได้สำรวจภาวะการว่างงานในหมู่กรรมกร ปรากฏว่าเฉพาะในเขตพระนครมีกรรมกรว่างงานมากกว่า 4,300 คน เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองมาเป็นระบอบประชาธิปไตยในปี พ.ศ. 2475 คณะราษฎรได้ประกาศนโยบายในการบริหารประเทศไว้ 6 ประการ โดยระบุไว้ว่า “ จะต้องบำรุงความสุขสมบูรณ์ของราษฎรในทางเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลใหม่จะหางานให้ราษฎรทำเต็มความสามารถ จะวางโครงการเศรษฐกิจแห่งชาติไม่ปล่อยให้ราษฎรอพยอก ” ดังนั้น ในปีพ.ศ. 2475 นี้เอง เพื่อรักษาผลประโยชน์ของพวกกรรมกร และเพื่อช่วยเหลือนายจ้างและลูกจ้างในเรื่องผลประโยชน์อันมีอยู่ต่อกันในส่วนการงาน รัฐบาลจึงได้ตรากฎหมายขึ้น 2 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยสำนักงานจัดหางาน พ.ศ. 2475 เพื่อควบคุมผู้ประกอบการหรือจะประกอบกิจการในทางสำนักงานจัดหางาน ซึ่งทำหน้าที่เป็นคนกลางช่วยเหลือให้นายจ้างผู้ต้องการลูกจ้างกับลูกจ้างหรือเสมียน คนใช้ หรือกรรมกรอื่น ๆ ผู้ต้องการงานทำได้ติดต่อกันได้เพื่อทำสัญญาจ้างแรงงาน โดยกำหนดให้สำนักงานจัดหางานซึ่งตั้งอยู่แล้วหรือจะได้ตั้งขึ้นใหม่ ต้องอยู่ในความควบคุมและได้รับอนุญาตจากเสนาบดีกระทรวงมหาดไทย และกำหนดสถานที่ซึ่งห้ามจัดตั้งสำนักงานจัดหางาน การแสดงชื่อของสำนักงานจัดหางานไว้ที่หน้าสำนักงานโดยเปิดเผย อัตราค่าสินจ้างและระยะเวลาที่สำนักงานจัดหางานสามารถเรียกเก็บได้ และพระราชบัญญัติสำนักงานจัดหางานประจำท้องถิ่น พ.ศ. 2475 กำหนดให้จัดตั้งสำนักงานกลางจัดหางานขึ้นใน

กระทรวงมหาดไทย และจัดตั้งสำนักงานจัดหางานประจำท้องถิ่นขึ้นในจังหวัดพระนครและธนบุรี เรียกว่า สำนักงานจัดหางานประจำท้องถิ่น เพื่อจัดทำทะเบียนข้อมูลของลูกจ้างที่ไม่มีงานทำและมีความประสงค์จะรับจ้างทำงาน และนายจ้างที่มีความประสงค์จะจ้างลูกจ้าง และเปิดหรือรักษาไว้ในที่ทำการที่อนุญาตให้บุคคลเข้าออกได้โดยชัดแจ้งโดยไม่คิดมูลค่า และห้ามมิให้ผู้ใดให้บำเหน็จสินจ้างใดแก่พนักงานของสำนักงานนั้นเป็นอันขาด

ต่อมาประชากรมีจำนวนเพิ่มขึ้น และมีผู้อยู่ในวัยทำงานที่กำลังหางานทำมากขึ้น ราษฎรต่างก็ไปทำงานนอกจังหวัดที่ตนมีภูมิลำเนาอยู่ การประกอบอาชีพเกี่ยวกับการจัดหางานก็เพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้น เพื่อให้มีกฎหมายคุ้มครองบุคคลดังกล่าว รัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2511 และยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยสำนักงานจัดหางาน พ.ศ. 2475 และพระราชบัญญัติสำนักงานจัดหางานประจำท้องถิ่น พ.ศ. 2475 เพื่อจัดตั้งสำนักงานจัดหางานขึ้นในกรมแรงงาน กระทรวงมหาดไทย เรียกว่า “ สำนักงานจัดหางาน กรมแรงงาน ” มีหน้าที่จัดหางานให้แก่ประชาชนโดยไม่คิดค่าบริการ และควบคุมการจัดหางานของเอกชน โดยเปิดให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดหางานให้แก่คนหางาน ขณะเดียวกันก็ได้วางหลักการ ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินการของสำนักงานจัดหางานเอกชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดทะเบียนลูกจ้างหรือตัวแทนซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวกับการจัดหางาน การย้ายที่ตั้งสำนักงานจัดหางาน การจัดส่งหรือจัดหาคนหางานจากจังหวัดอื่นนอกเขตท้องที่ จังหวัดที่สำนักงานจัดหางานตั้งอยู่ ความรับผิดชอบต่อคนหางานที่สำนักงานเรียกรับค่าบริการจัดหางาน และการจำกัดจำนวนสำนักงานจัดหางาน เมื่อแรกเริ่มใช้บังคับพระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2511 ไม่มีปัญหาในทางปฏิบัติเท่าใดนัก เพราะการให้บริการของสำนักงานจัดหางานเอกชนเป็นการจัดหางานให้คนหางานทำในประเทศ ต่อมามีการขยายธุรกิจจัดหางาน เนื่องจากมีคนหางานต้องการเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ และมีผู้ประกอบการธุรกิจจัดหางานเพื่อส่งคนหางานไปทำงานต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เช่น มีการโฆษณาหลอกลวงหางานให้ไปสมัครงานโดยไม่มีงานให้ทำ คนหางานที่เดินทางไปต่างประเทศแล้วไม่ได้งานตามที่ตกลงไว้ หรือคนหางานถูกทอดทิ้งในต่างประเทศทำให้ได้รับความทุกข์ยาก เป็นต้น ข้อจำกัดต่าง ๆ ของพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวจึงถูกหยิบยกขึ้นมากล่าวถึง ที่สำคัญ คือ พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2511 จำกัดจำนวนสำนักงานจัดหางานเอกชนไว้ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ไม่กำหนดขั้นตอนปฏิบัติเกี่ยวกับการส่งคนหางานไทยไปทำงานต่างประเทศ ไม่มีหลักประกันว่าคนหางานที่ไปทำงานต่างประเทศจะได้รับความช่วยเหลือจากทางสำนักงานจัดหางานเอกชนหากประสบปัญหาในต่างประเทศ และที่สำคัญที่สุดคือ

โทษสูงสุดสำหรับผู้ฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ คือ ระวังโทษจำคุกไม่เกิน 3 เดือน หรือปรับไม่เกิน 3,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องบางส่วนของพระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2511 กระทรวงมหาดไทยจึงได้ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2527) โดยอาศัยอำนาจตามความในพระราชบัญญัตินี้ กำหนดให้ผู้ขอรับใบอนุญาตจัดหางานเพื่อไปทำงานในต่างประเทศวางหลักประกันเป็นเงินสด สัญญาค้ำประกันของธนาคาร หรือพันธบัตรของรัฐบาลไทย เป็นจำนวนเงินไม่น้อยกว่า 500,000 บาท และมีทุนในการดำเนินการไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท กำหนดขั้นตอนการขออนุญาตจัดส่งคนหางานไปทำงานในต่างประเทศ คือ การขออนุญาตรับสมัครหรือประกาศรับสมัครคนหางานเป็นการล่วงหน้า การขออนุญาตจัดส่งคนหางานที่ผ่านการคัดเลือกแล้วไปทำงานในต่างประเทศ การจัดอบรมคนหางานที่คัดเลือกได้ให้ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการจ้างงาน การทำสัญญาจ้างงาน และการแจ้งเป็นหนังสือให้สำนักงานแรงงานไทย สถานทูตไทยหรือสถานกงสุลไทยทราบเมื่อคนหางานเดินทางไปถึง ตลอดจนกำหนดอำนาจนายทะเบียนจัดหางานกลางในการหักหลักประกันและความรับผิดชอบต่อคนหางานที่ผู้รับอนุญาตจัดหางานเพื่อไปทำงานในต่างประเทศจัดส่งไปทำงานในการจัดการให้คนหางานเดินทางกลับประเทศไทย โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ และคืนค่าบริการและค่าพาหนะให้คนหางาน ในกรณีที่คนหางานไม่ได้รับค่าจ้างตามที่กำหนดไว้ในสัญญาหรือไม่ได้อำนาจ

เมื่อมีผู้ประกอบการจัดหางานโดยส่งคนหางานไปทำงานในต่างประเทศเป็นจำนวนมากขึ้น ทำให้ปัญหานานาประการ เช่น มีการโฆษณาหลอกลวงคนหางานให้ไปสมัครงานโดยไม่มีงานให้ทำ เรียกค่าบริการและค่าใช้จ่ายเกินสมควร คนหางานที่เดินทางไปต่างประเทศแล้วไม่ได้งานตามที่ตกลงกันไว้ นายจ้างไม่ปฏิบัติตามสัญญาจ้าง คนงานหญิงถูกนายจ้างหรือญาติของนายจ้างลวนลาม ช่มชู้ ถูกทอดทิ้งในต่างประเทศได้รับความทุกข์ยากนานาประการ คนหางานที่มีปัญหาเหล่านี้มักจะหลบหนีไปอยู่ที่สำนักงานแรงงานไทยหรือสถานทูตไทย ทำให้เกิดปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย อาหาร และค่าพาหนะเดินทางกลับประเทศไทย ผู้จัดหางานส่วนมากก็อ้างว่าไม่มีเงินช่วยเหลือคนหางานดังกล่าว และจะเรียกเงินจากผู้ค้ำประกันคนหางานในการขอหนังสือเดินทางก็กระทำได้ยาก เพราะติดตามหาตัวผู้ค้ำประกันไม่ได้ นอกจากนี้ ยังมีคนหางานบางรายซึ่งไปกระทำความผิดอาญาในต่างประเทศอีก ทำให้ราชการต้องเข้ามาช่วยเหลือและตกเป็นภาระหนักแก่งบประมาณของประเทศ เพราะมาตรการต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2511 ไม่สามารถให้ความคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2528 ขึ้น โดยกำหนดมาตรการควบคุมการจัดหางานให้รัดกุมยิ่งขึ้น แยกการควบคุมการจัดหางานให้

คนหางานไปทำงานในต่างประเทศเป็นส่วนหนึ่งต่างหาก ซึ่งคงหลักการ-แนวทาง-การควบคุมสำนักงาน จัดหางานเอกชนที่จัดหางานให้ผู้สมัครงานในประเทศเช่นเดิม สำหรับการ จัดหางานต่างประเทศนั้น ได้ กำหนดแนวทางการดำเนินการ ขั้นตอนการปฏิบัติรวมทั้งมาตรการคุ้มครองช่วยเหลือคนงานที่ไปทำงาน ต่างประเทศไว้ค่อนข้างละเอียด และกำหนดมาตรการเพิ่มเติมเพื่อเป็นการส่งเสริมการจ้างงานและเพิ่มการ ให้ความคุ้มครองแก่คนหางานที่สำคัญคือ อนุญาตให้คนหางานไปทำงานต่างประเทศด้วยตนเองโดยไม่ต้องผ่าน (ติดต่อ) กับบริษัทจัดหางาน อนุญาตให้นายจ้างไทยพาลูกจ้างของตนไปทำงานต่างประเทศ ห้าม นายจ้างต่างประเทศทำการรับสมัครงานเพื่อไปทำงานในต่างประเทศด้วยตนเอง และกำหนดให้ คนหางานที่ไปทำงานต่างประเทศต้องเดินทางออกไปตามด่านตรวจคนหางาน และเพื่อเป็นการให้ความ ช่วยเหลือแก่คนหางานที่ถูกทอดทิ้งอยู่ในต่างประเทศได้เดินทางกลับประเทศไทย และให้การสงเคราะห์แก่ คนหางานที่ไปทำงานอยู่ในต่างประเทศ พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2528 จึง กำหนดให้มีกองทุนเพื่อช่วยเหลือคนหางานไปทำงานในต่างประเทศขึ้น และกำหนดให้เป็นหน้าที่ของ บริษัทจัดหางานที่จะต้องจัดการให้นายจ้างต่างประเทศที่จ้างคนหางานไทยส่งเงินเข้ากองทุน ตลอดจน กำหนดอัตราโทษให้สูงขึ้น

แม้ว่าพระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2528 จะแก้ไขข้อบกพร่องของ พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2511 และเพิ่มมาตรการคุ้มครองช่วยเหลือ คนหางานมากขึ้น แต่การดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายตามเจตนารมณ์ของกฎหมายยังมีข้อขัดข้องบาง ประการ กล่าวคือ มีบทบัญญัติหลายเรื่องไม่เหมาะสมทำให้มีการหลีกเลี่ยงกฎหมายด้วยวิธีการต่าง ๆ และยังไม่อาจให้ความคุ้มครองคนหางานได้อย่างเพียงพอ รัฐจึงได้ตราพระราชบัญญัติจัดหางานและ คุ้มครองคนหางาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2537 โดยกำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการจัดหางาน และคุ้มครองคนหางานขึ้น เพื่อทำหน้าที่พิจารณาและเสนอแนะทางการพัฒนาระบบจัดหางานและ คุ้มครองคนหางาน และกำหนดมาตรการให้ความคุ้มครองคนหางานเพิ่มขึ้นโดยให้รวมถึงการไม่ได้รับสิทธิ ประโยชน์ต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาจัดหางานด้วย และเพื่อให้เป็นที่เชื่อถือแก่การจ้างงาน จึง กำหนดมาตรการควบคุมสถานทดสอบฝีมือและกำหนดการทดสอบฝีมือไว้เป็นการเฉพาะ นอกจากนี้ เพื่อเป็นการป้องกันการหลีกเลี่ยงกฎหมายโดยการนำลูกจ้างไปทำงานในต่างประเทศ จึงเพิ่มเติมบทบัญญัติ ควบคุมการส่งลูกจ้างไปฝึกงานขึ้นไว้ อีกทั้งปรับปรุงบทบัญญัติเกี่ยวกับการคืนหลักประกัน และการส่งเงิน กับการได้รับประโยชน์จากกองทุนและอัตราโทษให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งมีสาระสำคัญที่ขอแก้ไขคือ แก้ไขคำ นิยาม คำว่า “จัดหางาน” “ทดสอบฝีมือ” “ฝึกงาน” เพื่อสามารถลงโทษนายหน้า ที่รับเงินจาก คนหางานได้ แก้ไขคำว่า “รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย” “อธิบดีกรมแรงงาน” ซึ่งปรากฏอยู่ในมาตรา

ต่าง ๆ จำนวน 6 มาตรา เป็น “รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม” และ “อธิบดีกรมการจัดหางาน” เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดตั้งกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ให้นายทะเบียนมีอำนาจคืนหลักประกันบางส่วนให้แก่ผู้รับอนุญาตจัดหางานที่เลิกประกอบธุรกิจจัดหางานได้ โดยคืนส่วนที่เกินหนี้ที่ผู้รับอนุญาตจัดหางานต้องรับผิดชอบตามพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งเดิมนายทะเบียนจะคืนหลักประกันได้ต้องรอให้พ้นความรับผิดชอบตามพระราชบัญญัตินี้ ทั้งหมด กล่าวคือรอให้คนหางานที่ตนจัดส่งไปทำงานต่างประเทศครบสัญญาหมดทุกคน เพิ่มคำว่า “สิทธิประโยชน์” ในมาตรการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ความสมบูรณ์ตามสัญญาจัดหางาน เพิ่มหมวด 3 ทวิ ว่าด้วยสถานทดสอบฝีมือ จำนวน 8 มาตรา (อยู่ในความรับผิดชอบของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน) เพิ่มเดิมมาตรา 48 ทวิ โดยกำหนดให้คนหางานที่ไปทำงานด้วยตนเอง สมัครเข้าเป็นสมาชิกกองทุนได้โดยความสมัครใจ และให้สมาชิกกองทุนได้รับความคุ้มครองจากกองทุน ตลอดระยะเวลาที่ทำงานกับนายจ้างเดิมไม่ว่าจะต่อสัญญาจ้างกับนายจ้างคนเดิมกี่ครั้งโดยไม่ต้องส่งเงินเข้ากองทุนเพิ่มเติม ซึ่งเดิมสมาชิกกองทุนได้รับความคุ้มครองไม่เกิดสัญญาจ้างฉบับแรก + 30 วัน ให้คนหางานที่ไปเปลี่ยนนายจ้างใหม่ในต่างประเทศ ต่ออายุสมาชิกกองทุนได้โดยสมัครใจ โดยส่งเงินเข้ากองทุนภายใน 60 วัน นับแต่สัญญาจ้างที่ทำกับนายจ้างคนเดิมสิ้นสุดลง ทั้งนี้อาจส่งเงินเข้ากองทุนในต่างประเทศก็ได้ กำหนดหน้าที่ของนายจ้างที่ประสงค์จะส่งลูกจ้างของตนไปฝึกงานในต่างประเทศ ขยายการสงเคราะห์คนหางานมากขึ้นโดยให้การสงเคราะห์แก่ทายาทของสมาชิกกองทุนที่ไปถึงแก่กรรมในต่างประเทศ และให้การสงเคราะห์แก่คนงานที่เตรียมตัวจะไปทำงานต่างประเทศ (ให้กู้ยืมเงินในการเดินทางไปต่างประเทศ) เพิ่มการลงโทษทางทะเบียนโดย “ในระหว่างถูกสั่งพักใบอนุญาต ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับการจัดหางาน เว้นแต่การดำเนินการเพื่อจัดส่งคนหางานไปทำงานในต่างประเทศตามที่ได้รับอนุญาตจากอธิบดีตามมาตรา 36 (1) ก่อนวันที่ถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาต เพิ่มโทษผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งของนายทะเบียน หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 67 (3) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินสองพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และกำหนดโทษผู้หลอกลวงคนหางานไว้สูงเท่ากับจัดหางานโดยไม่ได้รับอนุญาต ต้องระวางโทษจำคุก 3 – 10 ปี ปรับหนักขึ้นถึงสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ กำหนดให้อธิบดีกรมการจัดหางานและอธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สำหรับความผิดที่เกี่ยวกับการทดสอบฝีมือ มีอำนาจเปรียบเทียบปรับแทนการแจ้งความดำเนินคดีได้ ในกรณีความผิดที่มีโทษปรับสถานเดียว หรือมีโทษปรับหรือจำคุกไม่เกิน 6 เดือน โดยปรับไม่เกินอัตราที่บัญญัติไว้ในมาตรานั้น ๆ เมื่อได้ชำระค่าปรับตามจำนวนที่เปรียบเทียบภายในกำหนดไม่เกิน 30 วัน แล้วให้คดีเลิกกัน แต่ถ้าไม่ชำระภายในกำหนดให้ดำเนินคดีต่อไป

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสถานประกอบการในการเลือกใช้บริการสาธารณะที่ดำเนินการโดยเอกชน: กรณีศึกษาการให้บริการจัดหางานโดยบริษัทจัดหางานในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และวิธีที่ต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับการสรรหา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าถูกต้อง และเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. ชื่อบริษัท.....

บริษัทของท่านประกอบธุรกิจประเภท.....

2. ในบริษัทของท่านบุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการสรรหาพนักงานคือ

- | | |
|--|---|
| ☐ บุคลากรฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ | ☐ บุคลากรฝ่ายบัญชีและการเงิน |
| ☐ บุคลากรฝ่ายธุรการ | ☐ บุคลากรฝ่ายขาย |
| ☐ บุคลากรฝ่ายวิศวกรรม | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

3. วิธีที่บริษัทท่านใช้ในการสรรหาพนักงานคือ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|--|--|
| ☐ จากการมาสมัครงานด้วยตนเอง | ☐ จากจดหมายสมัครงาน |
| ☐ จากการแนะนำของพนักงานในองค์กร | ☐ จากการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ |
| ☐ จากการลงโฆษณาในอินเทอร์เน็ต | ☐ จากกรมการจัดหางาน |
| ☐ จากบริษัทจัดหางานเอกชน | ☐ จากสถาบันการศึกษา |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

4. บริษัทของท่านเคยใช้บริการจัดหางานของสำนักงานจัดหางานเอกชน หรือไม่ (ไม่เคยข้ามไปข้อ 20)

- ☐ เคย ☐ ไม่เคย

5. บริษัทของท่านมีความต้องการพนักงานประจำตำแหน่งใดต่อไปนี้ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ผู้บริหารระดับสูง (สูงกว่าระดับผู้จัดการ)

- ☐ 1 - 3 ครั้ง/ปี ☐ 4 - 6 ครั้ง/ปี ☐ มากกว่า 6 ครั้ง/ปี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

ผู้บริหารระดับกลาง (ระดับผู้จัดการ)

- ☐ 1 - 3 ครั้ง/ปี ☐ 4 - 6 ครั้ง/ปี ☐ มากกว่า 6 ครั้ง/ปี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตำแหน่งอื่นๆ (โปรดระบุ)

- ☐ 1 - 3 ครั้ง/ปี ☐ 4 - 6 ครั้ง/ปี ☐ มากกว่า 6 ครั้ง/ปี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. พนักงานที่ท่านสรรหาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ อนุปริญญา ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบริษัทจัดหางานเอกชนที่ท่านใช้บริการ

7. ท่านคิดว่าสถานที่ตั้งของบริษัทจัดหางานเอกชนที่ท่านใช้บริการเป็นอย่างไร (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ สะดวกในการติดต่อ ☐ ภายในสำนักงานโปร่งสบาย
- ☐ สะอาด ☐ ตกแต่งสวยงาม
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. งบประมาณในการจัดหางาน ที่ท่านเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดหาบุคลากรในวงเงินเท่าใด

- ☐ ผู้บริหารในระดับสูง จำนวน.....บาท
- ☐ ผู้บริหารในระดับกลาง จำนวน.....บาท
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... จำนวน.....บาท

9. ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการจัดหางานมีความเหมาะสมเพียงใด

- ☐ อัตราค่าบริการสูง ☐ อัตราค่าบริการเหมาะสม
- ☐ อัตราค่าบริการถูกมาก ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านทราบว่ามีบริการจัดหางานจากแหล่งข้อมูลใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ หนังสือพิมพ์ ☐ อินเทอร์เน็ต
- ☐ แผ่นพับ ☐ ป้ายโฆษณา
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ท่านมีความคิดเห็นต่อเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชนอย่างไร (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ มีประสบการณ์ในการทำงานสูง ☐ มีกิริยามารยาทดี
- ☐ มีความเต็มใจในการให้บริการ ☐ มีความรู้ความเข้าใจในงานที่รับผิดชอบเป็นอย่างดี
- ☐ เป็นผู้มีความชำนาญเฉพาะด้าน ☐ แต่งกายเรียบร้อย
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. ท่านมีคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของบริษัทจัดหางานเอกชนที่ท่านใช้บริการอยู่อย่างไร (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ ขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน
- ☐ เวลาที่เปิดให้บริการเป็นเวลาที่ติดต่อได้สะดวก
- ☐ สามารถสรรหาผู้บริหารที่มีความรู้ ความสามารถได้ตามคุณสมบัติที่ต้องการ
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

17. บริษัทจัดหางานเอกชนที่ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้นมีความรวดเร็วในการทำงานกับท่านอย่างไร

- ☐ ใช้เวลาในการสรรหาบุคลากรภายใน 1 เดือน
- ☐ ใช้เวลาในการสรรหาบุคลากรภายใน 2-3 เดือน
- ☐ ใช้เวลาในการสรรหาบุคลากรภายใน 4-6 เดือน
- ☐ ใช้เวลาในการสรรหาบุคลากรมากกว่า 6 เดือน
- ☐ ไม่สามารถสรรหาบุคลากรให้กับบริษัทได้
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

18. กรุณาจัดอันดับปัจจัยที่ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดหางานของสำนักงานเอกชน

โดยเรียงลำดับความสนใจจากมากไปหาน้อย (1 คือมากที่สุด 9 คือน้อยที่สุด)

- | | |
|--|--|
| ☐ สถานที่ | ☐ ค่าบริการ |
| ☐ การโฆษณา | ☐ บุคลากร |
| ☐ บริการ | ☐ การตอบสนองความต้องการ |
| ☐ ภาพลักษณ์ของบริษัท | ☐ เทคโนโลยีทันสมัย |
| ☐ ความรวดเร็วในการทำงาน | |

19. ในกรณีที่ท่านใช้บริการของบริษัทจัดหางานเอกชน ในอนาคตท่านคิดจะใช้บริการของบริษัทจัดหางานเอกชนอีกหรือไม่

- ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

20. ในกรณีที่ท่านไม่เคยใช้บริการของบริษัทจัดหางานเอกชน ในอนาคตท่านคิดจะใช้บริการของบริษัทจัดหางานเอกชนหรือไม่ (ระบุสาเหตุที่ไม่ใช้บริการจัดหางานในตารางถัดไป)

- ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการใช้บริการบริษัทจัดหางานเอกชน และสาเหตุที่ไม่ใช้บริการของสำนักงานจัดหางานเอกชน ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ

ในกรณีที่ท่านเคยใช้บริการจัดหางานของสำนักงานจัดหางานเอกชน กรุณาตอบคำถามในตารางซึ่งได้ระบุปัญหาที่พบในการใช้บริการบริษัทจัดหางานเอกชน

คำชี้แจง กรุณา X ในช่อง พบหรือไม่พบ และระบุปัญหาที่พบ

ปัญหาที่พบในการใช้บริการบริษัทจัดหางานเอกชน

ปัจจัย	ปัญหา		ปัญหาที่พบ
	พบ	ไม่พบ	
สถานที่			
ค่าบริการ			
การโฆษณา			
บุคลากร			
การบริการ			
การสนองตอบความต้องการ			
ภาพลักษณ์			
เทคโนโลยี			

ในกรณีที่ท่านไม่เคยใช้บริการจัดหางานของบริษัทจัดหางานเอกชน กรุณาตอบคำถามในตารางซึ่งได้ระบุสาเหตุที่ตัดสินใจไม่ใช้บริการของบริษัทจัดหางานเอกชน

คำชี้แจง กรุณา X ในช่อง ใช่หรือไม่ใช่ และระบุข้อเสนอแนะ

สาเหตุที่ตัดสินใจไม่ใช้บริการของบริษัทจัดหางานเอกชน

ปัจจัย	ปัญหา		ข้อเสนอแนะ
	ใช่	ไม่ใช่	
สถานที่			
ค่าบริการ			
การโฆษณา			
บุคลากร			
การบริการ			
การสนองตอบ ความต้องการ			
ภาพลักษณ์			
เทคโนโลยี			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ท่านมีข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นในด้านอื่นๆ เพิ่มเติมที่ท่านเห็นว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นในการให้บริการจัดหางานดังต่อไปนี้

- 1.....
- 2.....
- 3.....

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นาย ธนพรรค ทองคำดี
วันเดือนปีเกิด	9 มิถุนายน 2521
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานครฯ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	115/48 หมู่ 4 ซอยสุขสวัสดิ์ 68/8 ถนนสุขสวัสดิ์ ต. บางพึ่ง อ. พระประแดง สมุทรปราการ 10130
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ที่ปรึกษา
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทจัดหางาน โอเพิส จำกัด
ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2540	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จาก โรงเรียน กรุงเทพมหานครวิทยาลัย
พ.ศ. 2542	บริหารธุรกิจ ภาษาอังกฤษธุรกิจ จาก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ
พ.ศ. 2548	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ