

ข้อเสนอแนวความคิด/วิธีการเพื่อพัฒนางานหรือปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพ

ปลิดา ร่วมคำ

นักวิชาการแรงงานชำนาญการ

กรมการจัดหางาน

ความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการอบรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

1. ความเป็น Smart Nation /Smart city ที่มีเป้าหมายที่จะจัดหาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน และการเข้าถึงบริการสาธารณะจากชุมชน โดยมีการพัฒนาภายใต้แนวคิดของการผสมผสานระหว่างข้อมูล และการใช้เทคโนโลยีภายใต้บริบทของความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

2. ความเป็น Smart Communities ที่ไม่ได้มุ่งเน้นแค่การพัฒนาและการใช้เทคโนโลยี แต่เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เกิดพลังอำนาจแก่ประชาชนในชุมชนที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตความเป็นอยู่และการทำงาน

3. การเกิด Smart Business ที่เทคโนโลยี ไม่ได้เป็นเพียงแค่การเพิ่มประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังช่วยให้เกิดการสร้างนวัตกรรมและโอกาสในการลงทุนอีกด้วย ซึ่ง Smart Business ในอนาคตจะเกิดการเปลี่ยนแปลงภายใต้แนวคิด “ถูก เร็ว

และดี” รวมทั้งจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบธุรกิจและด้านแรงงาน

4. Smart Government ที่ต้องให้ประชาชนเป็นศูนย์กลาง การบริการสาธารณะบางอย่างจะได้รับการจัดส่งจากสาธารณะ

5. Smart Citizens ที่จะประสบความสำเร็จเป็นผลมาจากการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนภายในองค์กร

6. รูปแบบงานที่มีค่าจ้างที่เหมาะสม และดีรวมทั้งมีความปลอดภัยในชีวิต โดยมีการส่งเสริมการออม การทำงานหลังเกษียณอายุและการได้รับบำเหน็จ บำนาญที่เหมาะสม

7. การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเกิดการจ้างงานอย่างยั่งยืน เน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีรูปแบบการจ้างงานเต็มรูปแบบ (Full Employment) และปลอดภัย

8. การจูงใจเพื่อให้ต่างชาติมาลงทุนในประเทศ พร้อมทั้งส่งเสริมการลงทุนจากคนในท้องถิ่น มีการจูงใจแรงงานต่างชาติที่มี

ศักยภาพสูงเข้ามาทำงานในประเทศ เน้น
แรงงานที่มีความสามารถหลักและทักษะ
ที่หลากหลาย

9. เน้นการวางแผนการเตรียมการ
เพื่อให้แรงงานที่จะเข้าสู่ผู้สูงอายุ โดยเน้น
การออมผ่านกองทุน

บทวิเคราะห์/แนวความคิด/ข้อเสนอ
การเปลี่ยนแปลง ข้อเสนอการเปลี่ยนแปลง
เรื่อง การสร้างเสริมพลังอำนาจ (Empowerment)
ให้กับประชาชนในชุมชน ให้เป็น Smart
Communities ใน การใช้ สื่อ ดิจิทัล
เพื่อป้องกันการถูกหลอกลวงไปทำงาน
ต่างประเทศ

แรงงานไทยเริ่มเดินทางไปทำงาน
ต่างประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 เป็นต้นมา
โดยเริ่มตื่นตัวไปทำงานต่างประเทศตั้งแต่ปี
พ.ศ. 2518 และเริ่มเกิดธุรกิจจัดหางานขึ้น
เมื่อตำแหน่งงานน้อยกว่าความต้องการ
ไปทำงาน จึงทำให้เกิดปัญหาการหลอกลวง
คนหางานไปทำงานในต่างประเทศขึ้น แม้ว่า
จะมีพระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครอง
คนหางาน พ.ศ. 2528 และแก้ไขเพิ่มเติม
(ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2537 เพื่อควบคุมบริษัท
จัดหางานและพฤติกรรมของผู้ที่หลอกลวง
ก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถขจัดปัญหาการ
หลอกลวงไปทำงานต่างประเทศหมดสิ้นไป
การหลอกลวงแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ การ
หลอกลวงคนหางานโดยบริษัทจัดหางานซึ่ง

ได้จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย และการ
หลอกลวงคนหางานโดยบุคคลหรือกลุ่ม
บุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตให้จัดหางาน (สาย/
นายหน้าเถื่อน) ซึ่งจะดำเนินการในลักษณะ
ต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบที่แตกต่างกันไป
สถิติ การ รับ เรื่อง ร้อง ทุก ช ่ ข อง ก ร ม
การจัดหางานตามพระราชบัญญัติจัดหางาน
และคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2528 และที่
แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2537 ในปี
2555 จำนวน 843 คน ปี 2556 จำนวน
816 คน ปี 2557 จำนวน 593 คน ปี 2558
จำนวน 1,020 คน ปี 2559 จำนวน 502 คน
ช่วงมกราคม - กรกฎาคม 2560 มากกว่า
300 คน พบส่วนใหญ่กว่าครึ่งหนึ่งถูกหลอก
ทางสื่อสังคมออนไลน์จากสาย/นายหน้า
หลอกลวงให้เสียค่าบริการรวมถึงการเสีย
ค่าใช้จ่ายในการไปทำงานต่างประเทศ
จำนวนมากไม่สามารถติดตามขอเงินคืนได้
สร้างความเดือดร้อนและซ้ำเติมแก่คนหางาน
เพราะส่วนใหญ่คนหางานจะมีฐานะยากจน

จากการเข้ามาของเทคโนโลยีและการ
สื่อสารในยุคดิจิทัล ทำให้รูปแบบของการ
หลอกลวงคนหางานเพื่อไปทำงานต่างประเทศ
เปลี่ยนแปลงไป จากมีการที่มีคนหรือกลุ่มคน
เข้าไปหลอกลวงในหมู่บ้าน กลับกลายเป็น
การหลอกลวงบนสื่อออนไลน์ ในวันที่โลก
เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารและความรู้ รัฐควร
มีการปรับกระบวนการทัศนในการทำงานโดยใช้

เทคโนโลยีสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นเครื่องมือรวมทั้งแก้ไขกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องในการป้องกันการหลอกลวงการไปทำงานต่างประเทศ เพื่อดำเนินคดีตามกฎหมายของสาย/นายหน้าเถื่อน รวมทั้งให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขปัญหาในพื้นที่โดยการสร้างเสริมพลังอำนาจ (Empowerment) ให้กับประชาชนในชุมชนให้เป็น Smart Communities ดังนี้

1. ด้านกฎหมาย

1.1 กรมการจัดหางาน ควรแก้ไขกฎหมายตามพระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2528 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2537 ในการกำหนดโทษของการโฆษณาจัดหางานในสื่อต่าง ๆ และสื่อออนไลน์ให้ครอบคลุม ไม่ระบุเฉพาะการโฆษณาจัดหางานเท่านั้น โดยเฉพาะการแก้ไขระเบียบกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมว่าด้วยการโฆษณาจัดหางาน พ.ศ. 2545 ออกความตามพระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน พ.ศ. 2528 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2537 มาตรา 66 บัญญัติว่าการโฆษณาการจัดหางานให้เป็นไปตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด ที่ยังล้าสมัยและไม่ครอบคลุม

1.2 ปรับปรุงบทลงโทษการกระทำผิดหากมีการโฆษณาจัดหางานทางสื่อออนไลน์ให้สูงขึ้น

1.3 กรมการจัดหางานควรประสานกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้บุคคลที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 อีกความผิดหนึ่ง

2. ด้านการสร้างเสริมพลังอำนาจ (Empowerment) ให้กับประชาชนในชุมชนให้เป็น Smart Communities เพื่อป้องกันการหลอกลวงการไปทำงานต่างประเทศ

2.1 การสร้าง Application เกี่ยวกับการทำงานต่างประเทศให้ครอบคลุมให้ประชาชนได้ใช้และเป็นที่ยอมรับ สามารถตรวจสอบตำแหน่งงานว่างต่างประเทศได้อย่างละเอียดและครบถ้วน การแจ้งเตือนภัยและเป็น Overseas Digital communities สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มี Admin สอบถามใน Application ได้เกี่ยวกับการไปทำงานต่างประเทศ

2.2 การสร้างเครือข่ายหมู่บ้าน/ชุมชน ที่มีคนไปทำงานต่างประเทศจำนวนมาก ให้เป็นชุมชนที่ไปทำงานต่างประเทศ มีผู้นำ มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างคนในชุมชน ระหว่างชุมชน และกับเจ้าหน้าที่สำนักงานจัดหางานสร้างให้อ่องค์กร ชุมชน /

เครือข่ายมีความเข้มแข็ง โดยการเสริมสร้างพลังอำนาจของชุมชน (Empowerment) เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนของชุมชนแห่งการเรียนรู้ เสริมสร้างพลังอำนาจของชุมชนกับการไปทำงานต่างประเทศ กำหนดเป้าหมายและวางแผน การวิเคราะห์ความต้องการการไปทำงานต่างประเทศการทำประชาคมเพื่อหาสาเหตุของปัญหาการหลอกลวงไปทำงานต่างประเทศ การจัดเวทีชาวบ้านให้ความรู้ความเข้าใจ การบันทึกการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงของชุมชนในการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ คณะกรรมการ/คณะบุคคลหรือแกนนำในการสร้างชุมชนให้เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืน การติดตามผลการดำเนินงาน และการสร้างความสัมพันธ์เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสมาชิก หรือกลุ่มชุมชนอื่น ๆ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การถูกหลอกลวงเพื่อไปทำงานต่างประเทศมีจำนวนน้อยลง
2. รัฐโดยกรมการจัดหางานมีชุมชนเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งในการป้องกันการหลอกลวงไปทำงานต่างประเทศตามบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลง
3. ชุมชนมีความเป็น Smart Communities จากการสร้างเสริมพลังอำนาจ (Empowerment) โดยใช้สื่อดิจิทัล