



การศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการสรรหาบุคลากรเข้าทำงาน
กรณีศึกษา บริษัท เอแอลเอส แล็บอราทอรี กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด

STUDY IN THE PROCESS OF HUMAN RESOURCE RECRUITMENT
CASE STUDY: ALS LABORATORY GROUP (THAILAND) Co., Ltd.

นางสาว พัชรพร เกียวประเสริฐ

โครงการฝึกงานศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

พ.ศ.2557

การศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการสรรหาบุคลากรเข้าทำงาน
กรณีศึกษา บริษัท เอแอลเอส แล็บอราทอรี กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด

STUDY IN THE PROCESS OF HUMAN RESOURCE RECRUITMENT
CASE STUDY: ALS LABORATORY GROUP (THAILAND) Co., Ltd.

นางสาว พัชรพร เกียวประเสริฐ

โครงการฝึกงานศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

พ.ศ.2557

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการสอบ

(อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

..... กรรมการ

(อาจารย์ดร. ขนิษฐา ทองจักร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ผศ. อนุวัต เจริญสุข)

ลิขสิทธิ์สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ชื่อรายงาน	การศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการสรรหาบุคลากรเข้าทำงาน (STUDY IN THE PROCESS OF HUMAN RESOURCE RECRUITMENT)
ผู้เขียน	นางสาวพัชรพร เกียวประเสริฐ
คณะวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อานูต เจริญสุข
พนักงานที่ปรึกษา	นางสาว ศตกรณ จันทร์ศรี
ชื่อบริษัท	บริษัท เอแอลเอส แลบอราทอรี กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด
ประเภทธุรกิจ/บริการ	บริการห้องแล็ปทดลอง

บทคัดย่อ

ALS ประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นในปี 1984 สำนักงานใหญ่อยู่ในกรุงเทพและมีสาขาในจังหวัดระยอง จากการขยายตัวของธุรกิจอย่างรวดเร็วในปี 2011 จึงได้ย้ายสำนักงานใหญ่ไปยังห้องปฏิบัติการที่ก่อสร้างขึ้นใหม่ ด้วยพื้นที่ใช้สอยกว่า 5,000 ตารางเมตร ห้องปฏิบัติการแห่งใหม่นี้เป็นห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยระดับโลกออกแบบเพื่อรองรับบริการทุกด้านที่เป็นความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม อาหาร ยา และเวชภัณฑ์ ในการปฏิบัติงานฝึกงานครั้งนี้ ได้เข้าไปฝึกงานในส่วนของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เป็นฝ่ายที่มีการดูแลในเรื่องบุคลากรภายในบริษัท รวมถึงได้มีการศึกษากระบวนการสรรหาบุคลากรเข้าทำงานของบริษัท โดยมีการศึกษาตั้งแต่ขั้นตอนแรกของการสรรหาบุคลากร จนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้ายในการสรรหาบุคลากร การฝึกงานในตำแหน่งนี้ทำให้ได้รู้ระบบขั้นตอนการทำงานต่างๆ รวมถึงกระบวนการการทำงานที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในภายภาคหน้าได้ ตลอดเวลาระยะ 2 เดือนที่ฝึกงานนั้นได้รับความรู้ใหม่ๆ ที่ไม่เคยได้ทราบมาก่อนโดยเฉพาะในด้านการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ ทำให้มีประสบการณ์ใหม่มากมาย

กิตติกรรมประกาศ

การฝึกงานครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความอนุเคราะห์จาก สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่นและบริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด และยังได้รับความกรุณารวมถึงความช่วยเหลือ จากท่าน อาจารย์ย่อนูต เจริญสุข ที่ให้คำปรึกษาการฝึกงานโดยมีนางสาวศตวรรษ จันทรศรี ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ที่ได้ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา รวมถึงการช่วยเหลือในการแก้ไขจุดบกพร่องต่างๆแก่นักศึกษากราบขอ พระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ บริษัท เอแอลเอส แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้ให้การอุปการะ สถานที่ในการฝึกงานของนักศึกษา และได้ให้ข้อมูลต่างแก่นักศึกษา ในการฝึกงานครั้งนี้

นักศึกษาฝึกงานศึกษา
นางสาวพัชรพร เกียวประเสริฐ
คณะ บริหารธุรกิจ สาขา บริหารธุรกิจญี่ปุ่น
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

TNI

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 สัญลักษณ์ของ ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.....	1
1.2 สถานที่ตั้งของบริษัท ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.....	1
1.3 แผนที่ตั้งบริษัท ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.....	2
1.4 แผนผังองค์กรบริษัท ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.....	5
2.1 การเรียงลำดับแรงจูงใจ.....	21
4.1 กระบวนการขั้นตอนการสรรหา.....	27
4.2 กระบวนการและขั้นตอนการขอจ้าง/ขอเพิ่มตำแหน่งงานของผู้จัดการ.....	28
4.3 แบบขออัตราค่าจ้าง.....	29
4.5 แบบคำบรรยายลักษณะงาน.....	30
4.5 ตัวอย่างการประกาศรับสมัครงานทางเว็บไซต์.....	33
4.6 ตัวอย่างการประกาศรับสมัครงานทางเว็บไซต์.....	34

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทที่ 1

บทนำ

บริษัท ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.

1.1 ชื่อและที่ตั้งสถานที่ประกอบการ

1.1.1 สัญลักษณ์ของบริษัท



ภาพที่ 1.1 สัญลักษณ์ของบริษัท ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.

1.1.2 ชื่อและสถานที่ตั้ง



ภาพที่ 1.2 สถานที่ตั้งของบริษัท ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.

104 ซอย พัฒนาการ 40 ถนน พัฒนาการ แขวง สวนหลวง เขต สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

โทรศัพท์ : + (66) 2 - 715 - 8700 โทรสาร : + (66) 2 - 715 - 8799

E-mail: Mktdept_th@global.com Website: Alsglobal.com

1.1.3 ประวัติของบริษัท

ALS ประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นในปี 1984 สำนักงานใหญ่อยู่ในกรุงเทพและมีสาขาในจังหวัด
ระยองจากการขยายตัวของธุรกิจอย่างรวดเร็วในปี2011จึงได้มีการทำการย้ายสำนักงานใหญ่ไปยัง
ห้องปฏิบัติการที่ก่อสร้างขึ้นใหม่ด้วยพื้นที่ใช้สอยกว่า5,000ตารางเมตร ห้องปฏิบัติการแห่งใหม่นี้
เป็นห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยระดับโลกออกแบบเพื่อรองรับบริการทุกด้านที่เป็นความต้องการ
ของลูกค้าทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม อาหาร ยา และเวชภัณฑ์สำหรับปฏิบัติการสาขาระยะของได้ย้ายที่
ทำการไปยังสถานที่แห่งใหม่ในปี2012 โดยเข้าไปอยู่ในศูนย์กลางของอุตสาหกรรมในนิคม
อุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด เพื่อขยายขีดความสามารถในการรับตัวอย่างวิเคราะห์ทดสอบและ
ให้บริการผู้ประกอบอย่างทั่วถึง

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ

ALS เป็นผู้ในระดับโลกในการวิเคราะห์ทดสอบ การตรวจสอบสินค้าและการตรวจรับอง เราเป็นห้องปฏิบัติการที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลกในแต่ละปี ALS ทั่วโลกตรวจวิเคราะห์สินค้ามากกว่า 10 ล้านตัวอย่างด้วยบุคลากรกว่า 12,000 คนใน 300 สาขาทั่วโลกในกว่า 50 ประเทศทั้งในเอเชีย ออสเตรเลีย อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ แอฟริกา ยุโรป และตะวันออกกลาง

ALS ให้บริการอย่างมืออาชีพครอบคลุมหลายด้านใน 10 อุตสาหกรรมหลักต่อไปนี้

- Environmental (อากาศ , น้ำ , ดิน , ตะกอน และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์)
- Food & Pharmaceutical (ความปลอดภัยของอาหาร , คุณภาพอาหาร , วัตถุติด และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป)
- Geochemistry (ตรวจวิเคราะห์ธรณีเคมีของการสำรวจ และคัดเกรด ตัวอย่าง)
- Metallurgy (การตรวจเฉพาะทางด้านการแยกโลหะออกจากแร่)
- Mine Site (การออกแบบห้องปฏิบัติการและการจัดวางกำลังคนการคัดเลือกเครื่องมือ , การติดตั้งและเดินเครื่องจักร การควบคุม การคัดเกรดและ mill assay , /metallurgical Balance, การตรวจติดตามด้านสิ่งแวดล้อมและ Asset care)
- Inspection (บริการทางห้องปฏิบัติการ, ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ, ตรวจสอบโลหะ ล้ำค่าและแพลทินัม , ตรวจสอบสินค้าก่อนการขนส่ง , การสุ่มเก็บตัวอย่าง และบริการขนส่งทางทะเล)
- Coal (การสำรวจ , การผลิต , ควบคุม , ด้านประโยชน์การใช้งานและการฝึกอบรม)
- Oil & Gas (การเก็บตัวอย่าง , พิสูจน์เอกลักษณ์ , ประเมินมูลค่า , ตรวจสอบและการตรวจติดตาม)
- Asset Care การทดสอบแบบไม่ทำลาย , วิเคราะห์ทางเครื่องกล
- Tribology ตรวจวิเคราะห์น้ำมันหล่อลื่นและตรวจติดตามสถานะอื่นๆ

1.2.1 บริการของบริษัท ALS Laboratory Group (Thailand)

แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

ให้บริการเก็บตัวอย่าง , ตรวจวิเคราะห์ และให้บริการจัดการงานโครงการประเภทต่างๆ งานบริการตรวจวิเคราะห์ทดสอบประกอบด้วยการวิเคราะห์คุณภาพอากาศ น้ำของเสียหรือสิ่งปฏิกูลที่ไม่ใช่แล้ว คุณภาพดิน โดยครอบคลุมทั้งการตรวจโลหะหนัก, สารอินทรีย์, สารอินทรีย์, ด้านกายภาพ เคมี และด้านจุลชีววิทยา ห้องปฏิบัติการยังครอบคลุมความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษในเรื่องของการเก็บและวิเคราะห์คุณภาพอากาศจากปล่อยระบายคุณภาพอากาศในบรรยากาศทั่วไป คุณภาพอากาศภายในอาคาร และชีวอนามัยในการทำงาน

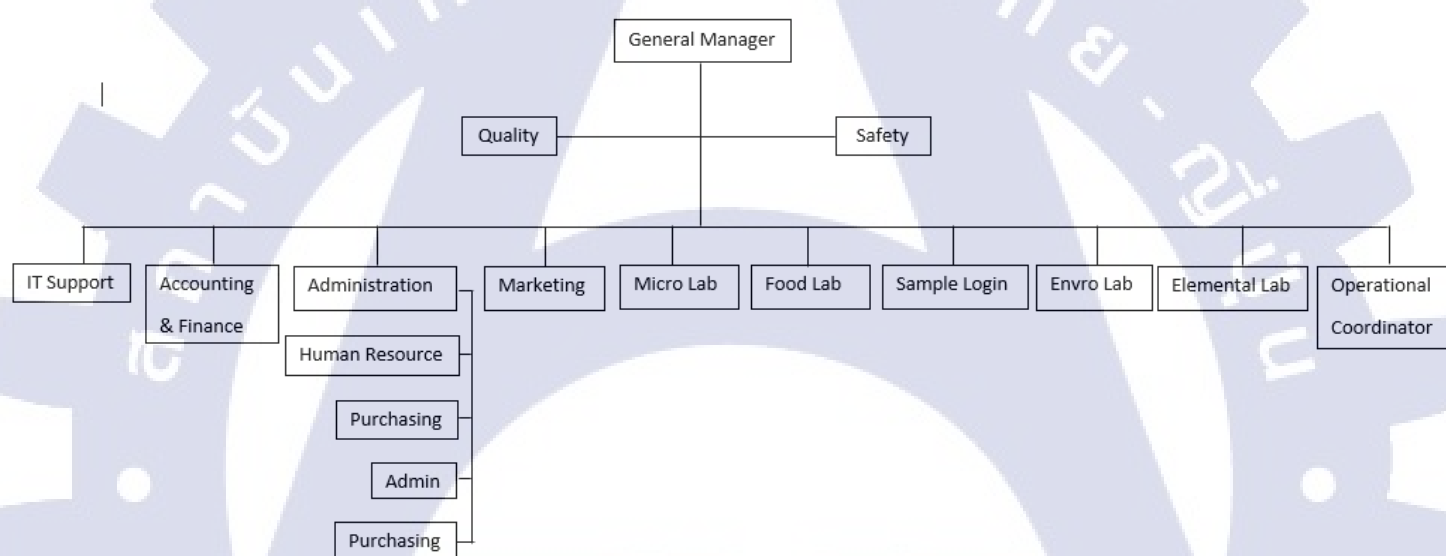
2. ด้านอาหาร (Food)

ให้บริการแก่ผู้ประกอบการอาหารในด้านการวิเคราะห์ทดสอบ ตรวจสอบ สินค้า ให้คำปรึกษา และฝึกอบรม การตรวจคุณภาพอาหารและความปลอดภัยของ อาหารซึ่งครอบคลุมด้านจุลชีววิทยา เชื้อก่อโรค จีเอ็มโอ นวัตกรรมโภชนาการ แร่ธาตุและโลหะหนัก วิตามิน สารกันบูด สารเติมแต่ง ยาตกค้าง สารฆ่าแมลง และสิ่งเจือปน นอกจากนี้ยังสามารถตรวจบรรจุภัณฑ์อาหารได้อีกด้วย

3. ด้านเวชภัณฑ์ (Pharmaceutical & Cosmetic)

ให้บริการครอบคลุมทั้ง วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ โดยให้บริการวิเคราะห์ทั้งด้านจุลชีววิทยา และด้านเคมี การตรวจประสิทธิภาพการฆ่าเชื้อ และ Shelf life ของผลิตภัณฑ์อีกด้วย

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรแบบการบริหารองค์กร



ภาพที่ 1.3 แผนผังองค์กรบริษัท ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

1.4.1 ตำแหน่งงาน

นักศึกษาฝึกงานแผนกสายงานฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

1.4.2 หน้าที่งานที่ได้รับมอบหมาย

- 1.ศึกษากระบวนการประสานงานระหว่างฝ่ายภายในองค์กร
- 2.ศึกษากระบวนการในการประกาศรับสมัครงานของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์
- 3.จัดทำเอกสารข้อมูล E-mail ของลูกค้า
- 4.จัดเอกสารในการออกบัตรประชาสัมพันธ์
- 5.สอบถามความคิดเห็นของลูกค้าในการใช้บริการ
- 6.ตรวจสอบฐานข้อมูลของลูกค้าที่ใช้บริการ

1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา : นางสาว ศตภรณ์ จันทศรี
 ตำแหน่ง : Human Resource
 หมายเลขโทรศัพท์ : 089-948-0876
 E-mail : Sataporn.chansri@alsglobal.com

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

เริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2557 ถึงวันเสาร์ที่ 17 พฤษภาคม 2557 รวมระยะเวลาในการปฏิบัติฝึกงานทั้งสิ้นเป็นเวลา 2 เดือน

1.7 ที่มาและสภาพของปัญหา

จากการฝึกการปฏิบัติงานที่ บริษัท ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd. ทางบริษัทได้มีการมอบหมายให้ฝึกงานตามแผนงานที่วางไว้โดยทำการศึกษาถึง กระบวนการสรรหาบุคลากรเข้าทำงานของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงการ

เพื่อศึกษากระบวนการประกาศรับสมัครงานของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงาน

1. ทราบถึงรายละเอียดหรือข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของการสรรหาบุคลากรเข้าทำงาน
2. สามารถนำความรู้จากการศึกษากระบวนการและขั้นตอนการสรรหาบุคลากรไปใช้ได้จริงในการทำงาน

TNI

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ใน Project ของการฝึกงานศึกษาครั้งนี้จะกล่าวถึงทฤษฎีต่างๆจาก เอกสาร ตำราเรียน ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสรรหาบุคลากรเข้าทำงาน โดยนำมาปรับให้มีความเหมาะสมกับ Project นี้ โดยมีทฤษฎีที่สำคัญดังนี้

2.1 ทฤษฎีการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ (ที่มา: <http://www.teacher.ssru.ac.th/>)

2.2 ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ (ที่มา: <http://www.stou.ac.th/>)

2.3 ทฤษฎีแรงจูงใจ (ที่มา : <http://humanrevod.wordpress.com/>)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงกระบวนการทำงาน

2.1 การสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ (ที่มา: <http://www.teacher.ssru.ac.th/>)

การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร เป็นหน้าที่พื้นฐานที่สำคัญของหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านทรัพยากรบุคคล เนื่องจากการสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานเป็นงานที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นขั้นตอนและวิธีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรจึงต้องดำเนินการอย่างจริงจัง มีหลักเกณฑ์และยุติธรรม เพื่อให้ได้บุคลากร ที่มีความเหมาะสมกับงานที่องค์กรต้องการมากที่สุดเข้ามาร่วมงาน

2.1.1 การสรรหา (Recruitment)

การสรรหา (Recruitment) หมายถึง กระบวนการในการแสวงหาและจูงใจผู้สมัครงานที่มีความสามารถเข้ามาทำงานในองค์กร เริ่มต้นตั้งแต่การแสวงหาคนเข้าทำงานและสิ้นสุดเมื่อบุคคลได้มาสมัครงานในองค์กร กระบวนการที่ควรนำมาพิจารณาในการสรรหา คือ

1. การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning)
2. ความต้องการหรือการร้องขอของผู้จัดการ (Specific requests of managers)
3. การระบุตำแหน่งงานที่จะรับบุคลากรใหม่ (Job opening identified)
4. รวบรวมสารสนเทศที่ได้จากการวิเคราะห์งาน (Job analysis information)
5. ข้อคิดเห็นของผู้จัดการ (Manager's comments) ข้อคิดเห็นของผู้จัดการจะเป็นตัวตรวจสอบให้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความรอบคอบและลึกซึ้งมากขึ้น
6. กำหนดคุณสมบัติบุคลากรตรงกับงาน (Job requirement)
7. กำหนดวิธีการสรรหา (Methods of recruitment) ผู้สรรหาจะศึกษาแนวทางและแหล่งที่จะดำเนินการสรรหาพนักงาน

8. ความพึงพอใจที่ได้ผู้สมัคร (Satisfactory pool of recruits)

การวางแผนในการสรรหา (Recruitment Planning)

หลังจากที่องค์กรมีความต้องการกำลังคน และได้มีการวิเคราะห์ความต้องการกำลังคนแล้ว ในการที่จะสรรหาบุคคลมาแทนในตำแหน่งที่ว่าง หรือมีทดแทนอัตรากำลังคนเนื่องจากการขยายหน่วยงานออกไป หรือปริมาณงานเพิ่มขึ้น หน่วยงานที่รับผิดชอบในการสรรหาบุคคล จะต้องวางแผนการสรรหาบุคคล โดยมีการพิจารณาเกี่ยวกับเทคนิควิธีการสรรหาที่จะเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยให้สามารถสื่อข้อความไปถึงกลุ่มบุคคลที่บริษัทต้องการได้โดยตรงมากที่สุด นอกจากการวางแผนการสรรหาแล้วยังรวมความไปถึงการพิจารณาไปถึงแหล่งที่จะไปทำการสรรหาอีกด้วยโดยทั่วไปการสรรหาบุคลากรมักถูกพิจารณาเพียงด้านเดียวเท่านั้นคือ องค์กรสรรหาบุคลากรที่ต้องการ แต่ในทางปฏิบัติผู้สมัครก็จะสรรหาองค์กรที่ผู้สมัครต้องการด้วยเช่นกัน ซึ่งเงื่อนไขดังกล่าวนี้ต้องอยู่ภายใต้สภาพการณ์, เวลาที่เหมาะสมและตรงกันระหว่างบริษัทและผู้สมัครด้วย

การสรรหาบุคลากรจะต้องมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ

1. ต้องมีการสื่อสาร เช่น การโฆษณารับสมัคร การติดประกาศที่บริษัท และแหล่งต่างๆ การสื่อสารผ่านพนักงานในบริษัท ฯลฯ
2. ผู้หางานต้องมีบุคลิกภาพและทักษะตรงกับความต้องการในตำแหน่งงานนั้น
3. ผู้หางานต้องมีแรงจูงใจที่จะสมัครงาน

การสรรหาบุคคลจะมีประสิทธิภาพได้นั้น ผู้บริหารงานบุคคลควรทราบถึงรายละเอียดของงานในตำแหน่งที่จะสรรหาเสียก่อน โดยทำการวิเคราะห์งานในองค์กร อันเป็นกระบวนการพื้นฐานที่ทำให้ทราบข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับรายละเอียดของงานในตำแหน่งที่จะสรรหา และทราบถึงระดับของทักษะที่ผู้สมัครควรมี ผลจากการวิเคราะห์งานจะนำมาจัดทำคำบรรยายลักษณะงาน ซึ่งเป็นข้อความที่ประกอบด้วยรายละเอียดของงาน สภาพแวดล้อมในการทำงานและเงื่อนไขในการจ้างงาน ในรายละเอียดที่กำหนดหน้าทำงานจะทำให้ทราบว่าควรจะสรรหาบุคคลอย่างไรและจากแหล่งใด จากนั้นจึงระบุคุณสมบัติเฉพาะของงาน ข้อความที่แสดงคุณสมบัติขั้นต่ำที่จะพึงรับได้ของบุคลากรที่จะทำงานนั้นอย่างได้ผลตามที่ต้องการ คุณสมบัติขั้นต่ำดังกล่าวได้แก่ ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ แล้วจึงดำเนินการสรรหาเพื่อให้ได้บุคคลที่มีคุณลักษณะตรงตามเป้าหมาย หรือความต้องการขององค์กรนั้นๆ

กระบวนการสรรหา (werther and davis. 1986) ข้อกำหนดที่ควรนำมาพิจารณาในการสรรหา

1.นโยบายขององค์กร (Organization policies) โดยทั่วไปมุ่งแสวงหาความสำเร็จ

1.1 นโยบายการส่งเสริมบุคคลภายในให้บรรจุในตำแหน่งงานที่ว่างลง (Promote from-within policies) องค์กรต้องการที่จะสนับสนุนให้โอกาสแก่บุคคลที่ทำงานอยู่ในองค์กรของตน ได้มีโอกาสเลื่อนหรือเปลี่ยนไปทำงานในตำแหน่งที่ว่างลง โดยเชื่อว่าจะเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจแก่พนักงานที่ทำงานอยู่

1.2 นโยบายรับบุคคลภายนอกมาบรรจุในตำแหน่งที่ว่างลง (Promote from outside policies) องค์กรต้องการบุคคลที่มีแนวความคิดใหม่ๆ เข้ามาในองค์กรแทนที่จะวนเวียนเฉพาะคนในองค์กรของตน

1.3 นโยบายค่าตอบแทน (Compensation policies) คือ บริษัทที่กำหนดราคาค่าเงินเดือนต่ำกว่าราคาที่ตลาดกำหนดจะได้รับบุคคลที่หมดโอกาสจากที่อื่นๆ แล้วอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานในองค์กร

1.4 นโยบายด้านสถานภาพการจ้างงาน (Employment status policies) บางองค์กรได้กำหนดนโยบายที่จะรับบุคคลเข้าทำงานนอกเวลา (Part-time) และทำงานเป็นลูกจ้างชั่วคราว

1.5 นโยบายการจ้างคนต่างชาติ (International hiring policies) ผู้สรรหาจะต้องทำการศึกษาค้นคว้าความรู้ต่างๆ ด้านกฎหมายเพื่อให้การจ้างงานประเภทนี้เป็นไปอย่างถูกต้อง

2.แผนด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Plans) จะทำให้ผู้สรรหาได้รับรู้รายละเอียดเกี่ยวกับพนักงาน และการเลื่อนขั้นของพนักงาน รู้ว่างานที่กำหนดในแผนนั้นควรหาบุคคลจากแหล่งภายในองค์กรเองหรือจากแหล่งภายนอก

3. สภาพแวดล้อมต่างๆ ไป (Environments Conditions) ผู้สรรหาควรได้มีการตรวจสอบกับมาตรการ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

3.1 ดัชนีชี้แนวทางเศรษฐกิจที่ภาครัฐบาลได้สรุปให้เห็นทิศทางของสภาพเศรษฐกิจนับว่าเป็นสิ่งที่ควรนำมาประกอบการพิจารณาด้วย

3.2 การพิจารณาข้อเปรียบเทียบระหว่างการดำเนินการจริงและที่คาดการณ์ไว้ เพื่อจะได้เห็นความแปรผันในสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะได้รู้แน่ชัดว่าบุคลากรที่มีอยู่นั้นมีลักษณะเช่นไร ต้องการบุคลากรลักษณะใดมาเพิ่มเติม

3.3 การพิจารณาข้อมูลจากการประกาศการหางานทำในหน้าหนังสือพิมพ์ เพราะข้อมูลเหล่านี้จะเป็นดัชนีชี้ให้เห็นถึงการแข่งขันกันด้านแรงงาน เพื่อผู้ทำหน้าที่สรรหาจะได้ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ช่วงชิงให้คนที่มีความสามารถสนใจงานในบริษัทของเราก่อนบริษัทคู่แข่ง

4. การกำหนดคุณลักษณะบุคคลที่ตรงกับงาน (Job Requirements) ผู้สรรหาจะต้องศึกษาและเรียนรู้ความต้องการต่างๆ จากสารสนเทศที่ได้จากการวิเคราะห์งาน และคำร้องขอของผู้จัดการฝ่ายต่างๆ ความรู้ด้านคุณลักษณะบุคคลที่ตรงกับงานจะเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุด และสิ่งที่ควรคิดบางประการ คือ "สำหรับคนบางคนในงานบางประเภท การมีประสบการณ์ 10 ปี แต่ทำงานอย่างเดียวกันทุกปีซ้ำกันถึง 10 ปี อาจจะไม่มีความคุ้มค่าทางประสบการณ์ดีกว่าผู้ที่มีประสบการณ์ 1 ปี ก็ได้"

5. คุณสมบัติของผู้สรรหา (Recruiter qualification) นับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้กระบวนการสรรหาเป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม ผู้สรรหาจะทำหน้าที่ได้ดีเพียงไรขึ้นอยู่กับเขามีคุณสมบัติตามที่กำหนดหรือไม่

วิธีการสรรหา (Channels of Recruitment)

1. การให้ผู้สมัครมาสมัครเอง (walk in) ซึ่งเหมาะกับสถานที่ที่มีชื่อเสียงและตั้งอยู่ในที่ผู้สมัครสามารถเข้าถึงได้ง่าย
2. การให้คนงานเดิมแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดมาสมัคร
3. การโฆษณาผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสารวิชาชีพ วิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น
4. การแจ้งผ่านสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรในตำแหน่งที่องค์กรต้องการ
5. การแจ้งผ่านสมาคมวิชาชีพของงานที่ต้องการ เช่น สมาคมการพยาบาล เป็นต้น
6. การแจ้งผ่านศูนย์จัดหางาน ทั้งของรัฐและเอกชน เช่น ที่กรมการจัดหางาน หรือสำนักงานจัดหางานของเอกชน เป็นต้น
7. การทาบทามบุคคลที่เป็นที่รู้จักดีอยู่แล้วและทำงานที่องค์กรหรือหน่วยงานอื่น ซึ่งเป็นผู้มีความสามารถและประสบการณ์ตรงตามที่ต้องการ วิธีนี้เหมาะกับตำแหน่งงานในระดับสูง
8. การให้บริษัทค้นหาผู้บริหาร (Executive Search Firms) เป็นบริษัทที่ทำหน้าที่ค้นหาบุคคลที่มีความสามารถและประสบการณ์สูงในตำแหน่งที่ต้องการรับ ซึ่งมักเป็นตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง เช่น ผู้อำนวยการองค์กร ผู้จัดการการตลาดขององค์กร ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะค้นหาและทาบทามบุคคลดังกล่าว (headhunters) ที่ทำงานอยู่ในองค์กรอื่นให้มาทำงานกับองค์กรที่ต้องการ ซึ่งมักได้คนที่ความสามารถสูงและมาทำงานได้ทันที แต่ต้องเสียค่าบริการในอัตราสูง

แหล่งของการสรรหาบุคลากร (Source of Recruitment)

โดยทั่วไปแหล่งการสรรหาบุคลากรมีอยู่ 2 แหล่ง

- การสรรหาจากภายในองค์กร
- การสรรหาจากภายนอกองค์กร

การสรรหาจากแหล่งภายในองค์กร

การสรรหาจากภายในองค์กร หมายถึง การคัดเลือกจากคนในองค์กรที่มีความรู้ความสามารถ โดยการสับเปลี่ยนโอนย้ายและเลื่อนตำแหน่งขึ้นมา

นโยบายการสรรหาภายในองค์กร (Internal Organization Policies)

นโยบายการส่งเสริมบุคคลจากภายในองค์กรมีผลดีหลายประการ คือ

1. เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กร
2. เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับบุคคลในองค์กร
3. ช่วยกระตุ้นแรงเร้าคนที่ดี ซึ่งต้องการความก้าวหน้าและความทะเยอทะยาน
4. เป็นการพิสูจน์ความน่าจะเป็นของการคัดเลือกที่ดี
5. เป็นการเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการสรรหาจากภายนอก

โดยทั่วไป ในกรณีที่มิได้ตำแหน่งว่าง อาจเกิดจากคนเก่าลาออก หรือคนเก่าได้รับการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น หรือจากสาเหตุใด ๆ ก็ตาม องค์กรอาจเปิดโอกาสให้มีการเลื่อนตำแหน่งให้กับบุคคลที่อยู่ภายในองค์กรก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อบรรจุแทนในตำแหน่งที่ว่างนั้น ซึ่งอาจใช้วิธีการประเมินผลงานที่ผ่านมา หรือการประกาศรับสมัครเพื่อทำการทดสอบแข่งขัน เพราะนอกจากจะได้บุคคลที่มีความสามารถแล้ว ยังจะได้บุคคลที่มีความพร้อมอีกด้วย อย่างไรก็ตาม กระบวนการสรรหา และคัดเลือกบุคลากรจากภายในองค์กรนั้น จึงต้องมีการพิจารณาที่ดี เพราะอาจส่งผลเสียให้กับตัวของบุคลากรเอง และต่อองค์กรด้วย เนื่องจากอาจเกิดลำเอียงในการประเมินผลงานจากหัวหน้า อย่างไรก็ตามการดำเนินนโยบายเช่นนี้ ก็เป็นที่นิยมใช้กันค่อนข้างมาก เพราะเป็นการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้กับคนในองค์กร ถือเป็นการตอบแทนความจงรักภักดี ให้กับบุคลากรขององค์กร ที่ทุ่มเททำงานให้กับองค์กรมาเป็นเวลานาน แต่ในเวลาเดียวกัน การสรรหาโดยการเลื่อนตำแหน่ง หรือการโยกย้ายบุคลากรภายในนั้น ก็มีผลเสียด้วยเช่นกัน กล่าวคือ หากองค์กรมีระบบที่รองรับในเรื่องนี้ไม่ดี หรือขาดความโปร่งใสและยุติธรรม ก็อาจเกิดผลเสียตามมาได้ โดยเฉพาะการยอมรับของบุคลากรแต่ละระดับซึ่งเป็นปัจจัยที่นำไปสู่ความขัดแย้งภายในองค์กรได้

วิธีการสรรหาจากแหล่งภายใน (Internal Recruiting Method)

การสรรหาภายในมีวิธีการที่สำคัญอยู่ 5 วิธีด้วยกันคือ

1. การแจ้งตำแหน่งงานว่างและการคัดเลือกด้วยตนเอง (Job Posting: Self Selection) เป็นกระบวนการแจ้งข้อมูลให้พนักงานทราบว่ามีการมีตำแหน่งงานใดที่เปิดรับสมัครอยู่
2. การใช้ทักษะ (Skill Inventories)
3. การใช้การอ้างอิงจากบุคคลภายใน (Referrals)
4. หัวหน้าทำหน้าที่คัดเลือกเอง
5. การจัดให้มีแผนงานพัฒนานักบริหาร (Executive Development Plan)

การสรรหาจากแหล่งภายนอกองค์กร (External Organization)

การสรรหาจากแหล่งภายนอกสามารถพิจารณาได้จากแหล่งต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของความต้องการในการจ้างและผลการวิเคราะห์แหล่งต่าง ๆ แหล่งภายนอกนั้นประกอบด้วย

1. สำนักงานจัดหางานของรัฐ (Public Employment Services)

- 1.1 สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.)
- 1.2 กองการจัดหางานของกรมแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

ข้อดี ของสำนักงานจัดหางานของรัฐ คือ

1. เป็นแหล่งที่เชื่อถือได้ เพราะเป็นของรัฐ
2. นายจ้างและผู้สมัครจะไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด

ข้อเสีย ของสำนักงานจัดหางานของรัฐ คือ

1. ลำบากไม่ทันการเพราะจะต้องผ่านขั้นตอนตามระเบียบราชการทั่วไป ถ้าเป็นเรื่องความต้องการแรงงานที่เร่งด่วนก็อาจไม่ทันการ

2. สำนักงานจัดหางานเอกชน (Private Employment Agencies)

ตัวแทนหรือนายหน้าจัดหางานเอกชน ก็คือ สำนักงานจัดหางานต่าง ๆ ที่มีใบอนุญาตประกอบกิจการจัดหางาน ซึ่งได้รับอนุญาตจากกรมแรงงาน กระทรวงแรงงาน ซึ่งส่วนใหญ่เราจะเห็นจากหน้าหนังสือพิมพ์

3. หน่วยจัดหางานของสถาบันการศึกษา (High School, Trade and Vocational Schools, Colleges, Professional Schools and Universities)

โรงเรียนและสถาบันเป็นแหล่งที่สำคัญในการสรรหาบุคลากร ประเภทที่มีความรู้ความสามารถพิเศษ โดยเฉพาะสถาบันที่มีการสอนวิชาเฉพาะบางแขนง ในปัจจุบันนี้สถาบันต่าง ๆ มักจะจัดสถานที่สำหรับอำนวยความสะดวกในการคัดเลือกนักศึกษา บริษัทใหญ่ ๆ จะส่งคณะกรรมการคัดเลือกมาทำการสอบสัมภาษณ์ หรือทดสอบนักเรียน

นักศึกษาที่จะจบการศึกษา บางกรณีบริษัทอาจติดต่อของจ้างตัวผู้กำลังเรียน ซึ่งมีผลการเรียนดีเด่น นอกจากนี้ในกรณีที่บริษัทต้องการคนงานและไม่สามารถติดต่อกับคนงานโดยตรงได้ ก็อาจขอให้สถานศึกษาเป็นคนกลางติดต่อให้ ในแทบทุกมหาวิทยาลัย จะมีหน่วยจัดหางาน ที่สังกัดอยู่ในกองกิจการนิสิตนักศึกษาหรือหน่วยจัดหางานที่สร้างขึ้น เพื่อเป็นตัวกลางหาแหล่งงานให้นิสิต นักศึกษา ทั้งในระหว่างภาคฤดูร้อนและเมื่อสำเร็จการศึกษา ในบางมหาวิทยาลัยที่สร้างขึ้นมานานทางหน่วยจัดหางานจะมีการติดต่อสัมพันธ์อย่างดีกับบริษัท องค์กร และหน่วยงานของรัฐบาลหลายแห่ง เมื่อหน่วยงานเหล่านี้มีตำแหน่งว่างก็จะแจ้งมายังหน่วยจัดหางานของทางมหาวิทยาลัย ซึ่งก็จะพิมพ์เป็นจุลสารแจ้งข่าวตำแหน่งว่างเหล่านี้แจกไปยังคณะต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย ซึ่งก็จะติดไว้ที่บอร์ดให้นักศึกษาที่สนใจทราบ

4. จากผู้มาสมัครงานด้วยตัวเอง (Personal Application) หรือที่เรียกว่า Walk in

โดยผู้สนใจงานทำมาสมัครเองที่หน่วยงาน องค์กรหลายแห่งใช้วิธีรับสมัครไว้ล่วงหน้า ทำการคัดเลือกจากใบสมัครและเก็บรายชื่อไว้ในบัญชี เพื่อรอการคัดเลือกอีกครั้งหนึ่งเมื่อมีตำแหน่งว่าง และบัญชีนี้ต้องแก้ไขปรับปรุงอยู่เสมอ เพราะถ้าเก็บไว้นานเกินไปคนที่มาสมัครงานไว้อาจจะได้งานจากที่อื่นไปก่อนแล้วก็ได้

5. สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานบุคคล หรือสมาคมวิชาชีพต่าง ๆ

สมาคมดังกล่าว ได้แก่ สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (Thailand Management Association) สมาคมจะมีเอกสารหรือวารสารแจกเกี่ยวกับตำแหน่งว่างอื่น ๆ และมักจะให้ความร่วมมือบอกตำแหน่งว่างกับผู้สนใจสอบถาม และบางครั้งก็ช่วยลงเผยแพร่คุณสมบัติของผู้สมัครไว้ด้วยหน่วยงานนี้ก็เช่นเดียวกับหน่วยจัดหางานอื่น ๆ คือทำหน้าที่เป็นเพียงตัวกลางส่งข่าวสารจากผู้ว่าจ้างมายังผู้สมัครงาน และจากผู้สมัครไปสู่ผู้ที่สนใจงาน ซึ่ง ก็เป็นแหล่งที่ผู้ต้องการรับสมัครงานใช้เป็นสื่อกลางในการติดต่อได้อีกทางหนึ่ง

6. ประกาศรับสมัคร

วิธีการนี้องค์กรสามารถสรรหาบุคลากรโดยประกาศผ่านทางสื่อสารมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือทัศน์ หรือปิดประกาศตามแหล่งต่าง ๆ เพื่อดึงดูดบุคคลที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้น ๆ ให้สนใจสมัครเข้ารับการคัดเลือกจากองค์กร

7. วันตลาดนัดแรงงาน (Labor Market Day)

การจัดตลาดแรงงานจะได้รับความร่วมมือจากบริษัทห้างหุ้นส่วนต่าง ๆ งานดังกล่าวนี้มีจุดประสงค์เพื่อแนะนำอาชีพต่าง ๆ และพร้อมที่จะเปิดรับสมัครผู้คนต่าง ๆ ให้เข้ามาทำงานในตำแหน่งว่างต่าง ๆ ของวันเวลาที่ได้จัดขึ้นมาจริงๆ การจัดตลาดนัดแรงงานจะถูกโฆษณาตามหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ หน่วยงานราชการและสถานที่ที่ให้บริการเกี่ยวกับการจัดหางานทำสถานที่ที่จัดมักจะถูกกำหนดขึ้นตาม

เมืองใหญ่ที่มีผู้คนอยู่เป็นจำนวนมาก และจะมีทีมงานที่พร้อมจะให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ที่มีความสนใจ

8. แหล่งอื่นๆ (Other Sources)

จากศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพคนพิการ หรือจากสถานฝึกอาชีพของคนบางประเภท ซึ่งมีการอบรมและฝึกหัดให้ปฏิบัติงานบางอย่าง เป็นต้น

เทคนิควิธีการสรรหาพนักงาน (Recruiting Techniques-How to Get Them In)

ในการจัดหาคนเข้ามาทำงานในองค์กรมีวิธีการต่างๆ ที่อาจนำมาใช้ได้ตามความเหมาะสมกับลักษณะงาน ดังต่อไปนี้

1. วิธีส่งผู้สรรหาเดินทางไปรับสมัคร (Traveling Recruiter) ส่วนมากบริษัทใหญ่ๆ มักจะส่งคณะกรรมการสรรหาคัดเลือกมาทำการสอบสัมภาษณ์หรือทดสอบนักเรียน หรือนักศึกษาในสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัยในช่วงที่นักศึกษากำลังจะจบการศึกษา บางกรณีก็อาจจะจองตัวไว้ก่อน ตามขั้นตอนการสรรหาจากสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ในวันจัดตลาดนัดแรงงานก็จะมีตัวแทนของบริษัทหรือหน่วยงานต่างๆ ไปรับสมัครด้วยตนเอง
2. วิธีโฆษณาตามหนังสือพิมพ์ (Newspapers Advertisement) คำว่าหนังสือพิมพ์ในที่นี้หมายถึง ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ จะมีคอลัมน์รับสมัครงานอยู่เป็นประจำ
3. วิธีการประกาศตามสื่อมวลชนแขนงต่างๆ (Mass Media) เช่น ทางโทรทัศน์ หรือทางสถานีวิทยุ ในรายการต่างๆ
4. ให้พนักงานที่ทำงานในองค์กรเป็นผู้แนะนำให้ (Recommendation) พนักงานที่ทำอยู่แล้วย่อมรู้ถึงสภาพความเป็นไปขององค์กร และลักษณะของงานที่ทำอยู่แล้ว จึงอาจแนะนำบุคคลที่ตนเห็นว่าเหมาะสมกับงานที่ทำ แต่การใช้วิธีการนี้พึงระมัดระวัง เพราะโดยทั่วไปพนักงานมักจะแนะนำพวกญาติมิตรหรือพวกพ้องของตนเท่านั้น วิธีการสรรหาโดยการแนะนำก็ได้รับความนิยมจากผู้บริหารงานจำนวนไม่น้อย โดยมีเหตุผลแสดงว่ากิจการได้รับความไว้วางใจจากพนักงานภายในองค์กรและพนักงานมีความหวังดีต่อองค์กรจึงพยายามเลือกบุคลากรซึ่งพยายามเลือกบุคลากรซึ่งเห็นว่าเป็นคนเหมาะสม เท่ากับเป็นการช่วยลดภาระของฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลในเรื่องของการสรรหาและคัดเลือกลงไปส่วนหนึ่ง
5. การติดต่อผ่านสหภาพแรงงาน (Labor Unions) สหภาพแรงงานจะให้ความสะดวกในแง่ที่ว่าอาชีพแต่ละอาชีพจะรวมกลุ่มต่างๆ เมื่อต้องการแรงงานประเภทใดก็อาจติดต่อผ่านสหภาพแรงงานนั้นได้โดยตรง หากงานประเภทใดมีน้อยทางสหภาพแรงงานก็จะจัดสรรให้ด้วยแรงงานที่ได้จาก

สภาพแรงงานมักจะได้มาตรฐานและเชื่อถือได้เพราะมีข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับแรงงานทุกข้อยกนอกจากนี้สภาพแรงงานยังเป็นผู้ค้าประกันและรับผิดชอบคนงานอีกด้วย

6. การยื่นใบสมัคร (Casual Applicant) เป็นการให้ผู้สมัครมายื่นความจำนงไว้ โดยการมาเขียนใบสมัครไว้ (Walk in) หรือส่งจดหมายสมัครงานทางไปรษณีย์ (Mail) เมื่อองค์กรมีตำแหน่งว่างก็อาจเลือกจากใบสมัครต่างๆ หากคนที่เหมาะสม แล้วเรียกมาสัมภาษณ์หรือคัดเลือกเข้าทำงานได้เลย

7. การจ้างญาติพี่น้องเข้ามาทำงาน (Nepotism) ซึ่งความเป็นจริงไม่ถือว่าเป็นโครงการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานโดยตรง แต่ในทางปฏิบัติสำหรับองค์กรแบบครอบครัวเป็นเจ้าของมักนิยมใช้วิธีนี้ เพราะเกี่ยวกับความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

8. การจ้างแรงงานเป็นครั้งคราว (Leasing) สำหรับงานบางอย่างมีความต้องการในบางเวลาหรือเมื่อมีความจำเป็นเท่านั้น เช่น งานทางด้านบำรุงรักษา (maintenance) งานเก็บกวาดดูแลสถานที่ (janitorial service) และงานเสมียน (clerical operation) เป็นต้น องค์กรอาจจ้างงานคนงานให้ทำงานเป็นรายชั่วโมงหรือรายวันตามความจำเป็น เมื่อเสร็จงานแล้วก็หมดหน้าที่ไป วิธีนี้จะทำให้ลดค่าแรงได้มาก เพราะไม่ได้จ่ายเป็นรูปเงินเดือนประจำ แต่จะจ่ายเมื่อต้องการทำงานเท่านั้น ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บประวัติบันทึกเกี่ยวกับคนงาน ลดค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการและผลประโยชน์เกื้อกูล (fringe benefits) และช่วยลดอัตราการหมุนเวียนของแรงงาน (labor turnover) อย่างไรก็ดีการใช้วิธีนี้เพียงใด องค์กรจะต้องดูความเหมาะสมของลักษณะงาน ความรู้ความชำนาญของคนงานที่จะจ้างและกฎหมายเกี่ยวกับการจ้างแรงงานว่ามีโอกาสให้ทำได้เพียงใด อย่างไรก็ตามองค์กรต่างๆ

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

2.2 การประชาสัมพันธ์ (ที่มา: <http://www.stou.ac.th/>)

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public relation) เป็นหนึ่งในส่วนประสมของการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งมีความสำคัญอย่างหนึ่งขององค์การที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้องค์การอาจอยู่ในรูปของบริษัท ห้างร้าน สมาคมหรือหน่วยงานต่างๆ อันเป็นส่วนหนึ่งในระบบสังคมซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน องค์การจะไม่สามารถอยู่ในสังคมได้ หรืออยู่ได้ยากหากปราศจากการยอมรับและความเข้าใจจากสาธารณชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้องค์การต้องให้ความสนใจต่อการทำความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชนโดยผ่านสื่อต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สาธารณชนมีทัศนคติ ความเชื่อหรือมุมมองที่ดีต่อองค์การอันจะส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างราบรื่นในระยะยาวขององค์การ

การประชาสัมพันธ์จะถูกใช้เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ บุคลากร สถานที่ แนวคิดและกิจกรรม การดำเนินงานต่างๆ ขององค์การ เช่น ธุรกิจการค้าใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการฟื้นความสนใจของลูกค้าสินค้าที่ตกต่ำลง การใช้การประชาสัมพันธ์ของประเทศในการดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือนักลงทุนเพื่อให้เข้ามาท่องเที่ยวหรือลงทุนในประเทศ หรือการที่บริษัทใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการกับวิกฤติที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจผิดในตัวสินค้าของผู้ใช้สินค้า เป็นต้น

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มักจะถูกเข้าใจสับสนกับการโฆษณา คนจำนวนมากมักจะเข้าใจว่าการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความหมายเหมือนกันจนบางทีเราเรียกการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็น “การโฆษณาประชาสัมพันธ์” ซึ่งในความเป็นจริงการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันพอสมควร ดังนี้

การโฆษณา (Advertising) เป็นการกระทำการใดๆ อันเป็นการชักจูงใจต่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาศัยสื่อมวลชน (Mass media) ในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายและมีได้เป็นไปในรูปส่วนตัว

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์การไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้องรวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชมติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์การโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจากความหมายของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว อาจสรุปเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างได้

ตารางที่ 10.1 การเปรียบเทียบการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์		
ปัจจัยที่ใช้เปรียบเทียบ	การโฆษณา	การประชาสัมพันธ์
1. กลุ่มเป้าหมาย	1. กลุ่มเป้าหมายชัดเจนและมักมีเพียงกลุ่มเดียว	1. มีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม
2. วัตถุประสงค์	2. เพื่อเชิญชวนหรือชักจูงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ	2. เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ทัศนคติที่ดี แก่ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
3. เครื่องมือที่ใช้	3. สื่อมวลชน (Mass media) เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น	3. อาจใช้สื่อมวลชนหรือไม่ใช้ก็ได้ เช่น การขอข่าว ให้สัมภาษณ์ จัดแสดงสินค้า สัมมนา แข่งแรลลี่ เป็นต้น
4. การติดต่อสื่อสาร	4. การสื่อสารทางเดียว (One-way communication)	4. การสื่อสารสองทาง (Two-way communication)

ตารางรูปที่ 2.1 การเปรียบเทียบการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ลักษณะของการประชาสัมพันธ์

ลักษณะของการประชาสัมพันธ์มีดังต่อไปนี้

1. การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication) เป็นการสื่อสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับเกี่ยวกับข่าวสารขององค์การที่ต้องการสื่อสารให้สาธารณชนรับทราบ และเข้าใจ และยังเป็น การสื่อสารย้อนกลับจากผู้รับ คือ สาธารณชน ไปยังองค์การเกี่ยวกับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับองค์การ
2. การประชาสัมพันธ์อาจมีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม (Multiple target group) เช่น พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ชุมชน รัฐบาล หรือหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ว่าต้องการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายใดบ้าง
3. การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ต้องตั้งอยู่บนหลักความจริงเพื่อมุ่งให้เกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจ
4. การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยคาดหวังผลต่อเนื่องในระยะยาวเพื่อให้สาธารณชนมีความศรัทธาและมีความไว้วางใจต่อองค์การเพื่อให้องค์การสามารถดำเนินกิจการอยู่ในระยะยาวได้

5. การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างเป็นระบบโดยจะมีการ วางแผน ควบคุม และ ประเมินผลของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

กลุ่มสาธารณชน (Public)

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์ จะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์เป็นความสัมพันธ์ที่ เกี่ยวข้องกับสาธารณชน (Public) สาธารณชนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สาธารณชนภายใน (Internal public) คือ สาธารณชนที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ องค์กรโดยตรง เช่น พนักงาน หรือลูกค้าขององค์กร ซึ่งองค์กรในที่นี้อาจเป็นบริษัท รัฐบาล องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรหรือสถาบันใดๆ กิจกรรมในการประชาสัมพันธ์จะดำเนินไปได้อย่างมี ประสิทธิภาพนั้น จะต้องให้สาธารณชนภายในมีความเข้าใจและสนับสนุนในกิจกรรมเหล่านั้นด้วย ดังนั้นกิจกรรมประชาสัมพันธ์สำหรับสาธารณชนภายใน คือ การให้สาธารณชนเหล่านี้ได้รับรู้ ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ รวมถึงมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกิจกรรม ต่างๆ ขององค์กร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

2. สาธารณชนภายนอก (External public) คือ สาธารณชนที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งไม่มีความ เกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์กร แต่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการดำเนินการต่างๆ ของ องค์กร ดังนั้นกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจกับสาธารณชน เหล่านี้ เพื่อให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรด้วยดี เป็นการส่งเสริม และเผยแพร่ผลงาน ชื่อเสียงขององค์กรให้สาธารณชนเหล่านี้ได้เข้าใจถึงเจตนารมณ์ เป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ขององค์กร รวมถึงการสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ สาธารณชนภายนอกอาจแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มลูกค้า (Customers) กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มสาธารณชนที่สำคัญมากต่อองค์กร โดยเฉพาะ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร เพราะเป้าหมายหลักของธุรกิจคือการทำรายได้หรือกำไร สูงสุดจากลูกค้า กลุ่มลูกค้า คือ ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท ดังนั้นลูกค้าจึงมีความสนใจเกี่ยวกับ คุณภาพของสินค้าหรือบริการของบริษัท ดังนั้นลูกค้าจึงต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสินค้า หรือบริการ ซึ่งลูกค้าคาดหวังจะได้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการจากบริษัทอย่างถูกต้อง และเพียงพอในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้น ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่อบริษัทเมื่อ เขารู้สึกว่าสินค้าหรือบริการที่ซื้อนั้นมีคุณภาพตามที่ต้องการในราคาเหมาะสม ดังนั้นกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มลูกค้า คือ การทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อ สินค้าและบริการของบริษัทนั่นเอง และเมื่อลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นแล้ว บริษัทจะสามารถบรรลุ

เป้าหมายของบริษัทได้ นอกจากนั้นลูกค้าที่มีความพึงพอใจยังจะเป็นกระบอกเสียงที่ดีเยี่ยมให้กับบริษัท โดยการบอกต่อแบบปากต่อปากและช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของบริษัทให้แก่คนรู้จัก ญาติหรือเพื่อนได้อย่างเต็มที่ โดยที่บริษัทไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์เลย

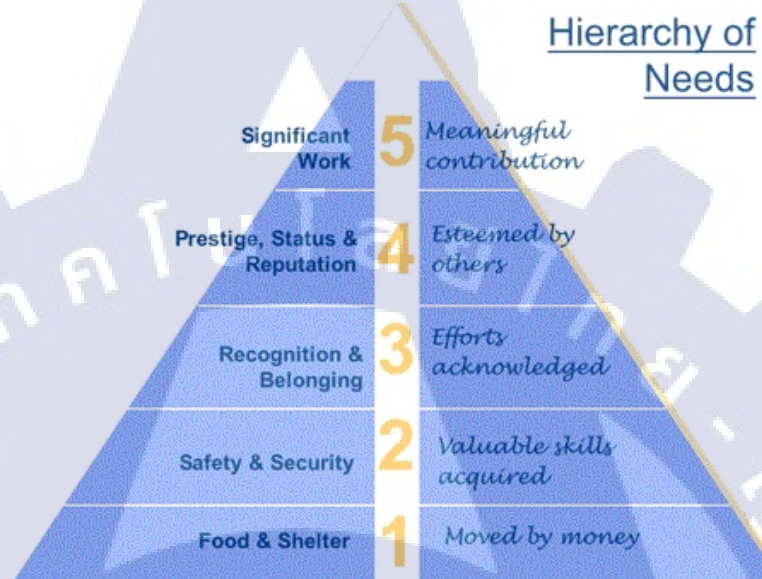
2.2 กลุ่มผู้ถือหุ้น (Shareholders) เป็นผู้ที่ได้รับผลได้หรือผลเสียของการลงทุน ร่วมเป็นหุ้นส่วนและเป็นเสมือนแหล่งเงินทุนสำหรับกิจการ เนื่องจากผู้ถือหุ้นได้ลงทุนในกิจการ จึงต้องการผลตอบแทนไม่ว่าจะเป็นในรูปของกำไรหรือเงินปันผล ดังนั้นผู้ถือหุ้นมักจะให้ความสนใจในการดำเนินงานและการบริหารของบริษัทว่ามีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ บริษัทจึงต้องตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้นดังกล่าว โดยกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของบริษัทจะเป็นไปเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มผู้ถือหุ้น สร้างความน่าเชื่อถือและขจัดความเข้าใจผิดหรือข่าวลือในทางลบที่เกิดขึ้นกับบริษัทและกระตุ้นให้ผู้ถือหุ้นเกิดความกระตือรือร้นต่อกิจกรรมการดำเนินงานของบริษัท

2.3 กลุ่มผู้จัดส่ง (Suppliers) เป็นกลุ่มผู้จัดหาวัตถุดิบ อุปกรณ์และชิ้นส่วนต่างๆ เพื่อป้อนเป็นปัจจัยในการผลิตแก่บริษัท ผู้จัดส่งจึงต้องการผลกำไรที่เกิดจากการค้าขายกับบริษัท ความสัมพันธ์ที่ราบรื่นและเป็นประจำ รวมถึงการซื้อขายในราคายุติธรรม ดังนั้นกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของบริษัทจึงเป็นไปเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้จัดส่ง เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายทั้งบริษัทและผู้จัดส่ง

2.4 กลุ่มชุมชนใกล้เคียง (Communities) เป็นกลุ่มประชาชนที่อยู่รอบๆ บริเวณที่บริษัทตั้งอยู่ บริษัทจึงเปรียบเสมือนเพื่อนบ้านแปลกหน้า ดังนั้นกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของบริษัทจะเป็นไปเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี ความเข้าใจเพื่อให้กลุ่มชุมชนใกล้เคียงให้การสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินการต่างๆของบริษัทอย่างดีและเป็นไปอย่างราบรื่น เพื่อสร้างความเชื่อถือกับชุมชนใกล้เคียงว่าบริษัทไม่ได้ฉกฉวยเอาแต่ผลประโยชน์ของบริษัทโดยไม่คำนึงถึงสังคมรอบข้าง เช่น การจัดตั้งห้องสมุดประชาชน การสร้างสวนสาธารณะในชุมชน การร่วมกิจกรรมการกุศลต่างๆ เป็นต้น

2.3 ทฤษฎีแรงจูงใจ (ที่มา : <http://humanrevod.wordpress.com/>)

ทฤษฎีแรงจูงใจตามลำดับขั้นของมาสโลว์ กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง ความต้องการเหล่านี้จะเรียงลำดับขั้นของความต้องการ ตั้งแต่ขั้นแรกไปสู่ความต้องการขั้นสูงขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งมีอยู่ 5 ขั้น ดังนี้



ภาพที่ 2.1 ภาพการเรียงลำดับแรงจูงใจ

1. ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อากาศ น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น
2. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (security or safety needs) เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้ว มนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป เช่น ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน
3. ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (ความต้องการทางสังคม) (affiliation or acceptance needs) เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เช่น ความต้องการให้และได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการได้รับการยอมรับ การต้องการได้รับความชื่นชมจากผู้อื่น เป็นต้น

4. ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) หรือ ความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นความต้องการการได้รับการยกย่อง นับถือ และสถานะจากสังคม เช่น ความต้องการได้รับความเคารพนับถือ ความต้องการมีความรู้ความสามารถ เป็นต้น

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (self-actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นต้น

จากทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ข้างต้น จึงยกเอามาประยุกต์ใช้ในการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งงานตามที่องค์กรได้ระบุไว้ในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ เข้ามาสมัครงาน

1. ความต้องการทางด้านร่างกายในองค์กร (Physiological needs in organization) ได้แก่

- Ventilation การระบายอากาศ บรรยากาศปลอดโปร่ง ไม่อึดอัด ทึบ/ฝุ่น/ควัน/กลิ่น/ร้อน
- Base Salary เงินเดือนพื้นฐานที่เพียงพอแก่การดำรงชีวิต คุณค่าของงาน ความรู้ความสามารถ
- Cafeteria โรงอาหารที่มีอาหารอร่อย สะอาด ถูกหลักโภชนาการ ราคาไม่แพง
- Working Conditions สภาพการทำงานที่เอื้อต่อการทำงานให้สำเร็จตามหน้าที่ความรับผิดชอบ

2. ความต้องการความปลอดภัยในองค์กร (Safety needs in organization) ได้แก่

- Safety Working Conditions สภาพการทำงานที่เหมาะสม ปลอดภัยต่ออาชีวอนามัย
- Fringe Benefits สวัสดิการ
- General Salary Increase การขึ้นเงินเดือนทั่วไป
- Job Security งานที่มั่นคง

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของในองค์กร (Belongingness and love needs in organization) ได้แก่

- Quality of supervision คุณภาพของการกำกับดูแล
- Compatible work group ความเข้ากันได้กับกลุ่มผู้ร่วมงาน
- Professional friendship มิตรภาพแบบมืออาชีพ

4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่องในองค์กร (Esteem needs in organization) ได้แก่

- Job title ชื่อตำแหน่ง
- Merit pay rise การจ่ายเพิ่มขึ้นตามระบบคุณธรรม ไม่ใช่ระบบอุปถัมภ์
- Peer/Supervisory Recognition การได้รับการยกย่องชมเชยจากหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน
- Work itself การทำงานได้ด้วยตนเองอย่างอิสระ

- Responsibility หน้าที่ความรับผิดชอบที่มีคุณค่า

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงในองค์กร (Self-actualization needs in organization) ได้แก่

- Challenging job งานที่ท้าทาย

- Creativity การใช้ความคิดสร้างสรรค์

- Achievement in work ความสำเร็จในการทำงาน

- Advancement in organization ความก้าวหน้าในองค์กร

THAI

TNI

NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

1.4.1 ตำแหน่งงาน

นักศึกษาฝึกงานแผนกสายงานฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

1.4.2 หน้าที่งานที่ได้รับมอบหมาย

- 1.ศึกษากระบวนการประสานงานระหว่างฝ่ายภายในองค์กร
- 2.ศึกษากระบวนการในการประกาศรับสมัครงานของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์
- 3.จัดทำเอกสารข้อมูล E-mail ของลูกค้า
- 4.จัดเอกสารในการออกใบประกาศนียบัตร
- 5.สอบถามความคิดเห็นของลูกค้าในการใช้บริการ
- 6.ตรวจสอบฐานข้อมูลของลูกค้าที่ใช้บริการ

1.5 พนักงานที่ปรึกษาตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา : นางสาว ศตภรณ์ จันทศรี
 ตำแหน่ง : Human Resource
 หมายเลขโทรศัพท์ : 089-948-0876
 E-mail : Sataporn.chansri@alsglobal.com

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

เริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2557 ถึงวันที่ 17 พฤษภาคม 2557 รวมระยะเวลาในการปฏิบัติฝึกงานงานทั้งสิ้นเป็นเวลา 2 เดือน

1.7 ที่มาและสภาพของปัญหา

จากการฝึกการปฏิบัติงานที่ บริษัท ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd. ทางบริษัทได้มีการมอบหมายให้ฝึกงานตามแผนงานที่วางไว้โดยทำการศึกษาถึง กระบวนการสรรหาบุคลากรเข้าทำงานของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงการ

เพื่อศึกษากระบวนการสรรหาบุคลากรเข้ามาทำงาน ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

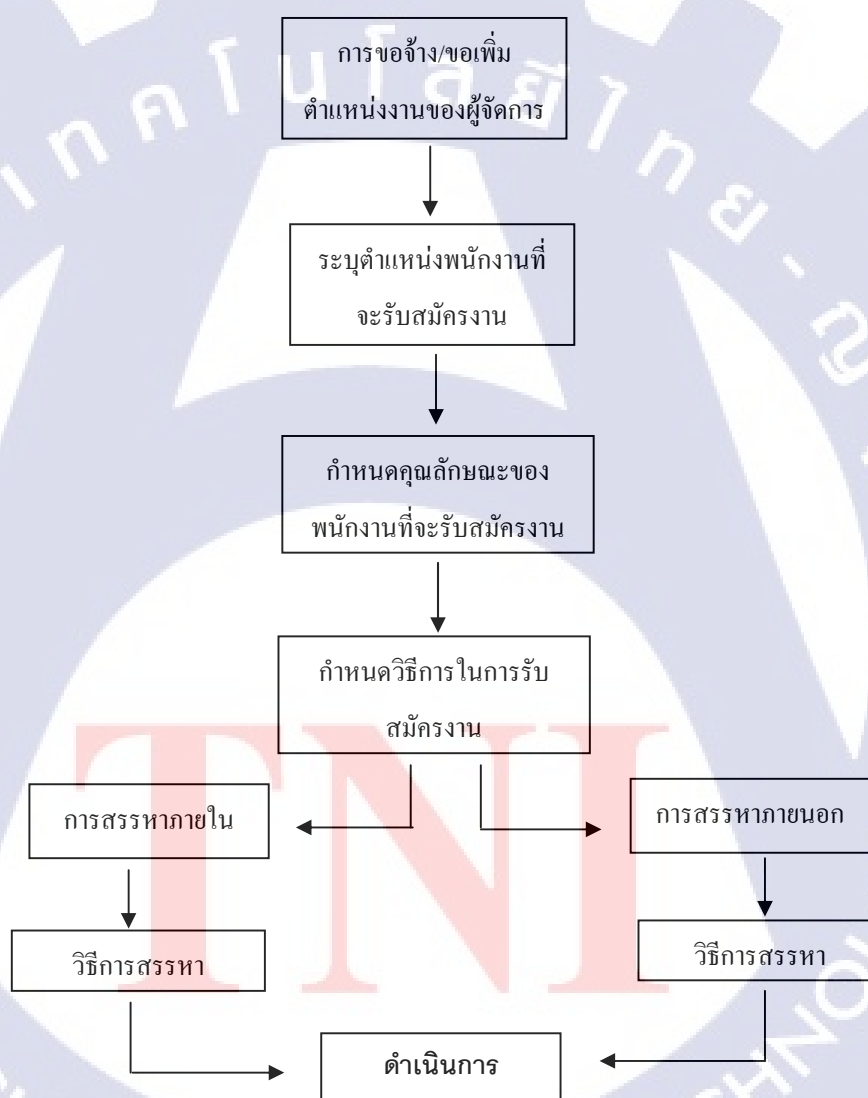
บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 ขั้นตอนการและผลการดำเนินงาน

ศึกษากระบวนการและขั้นตอนในปัจจุบันของกระบวนการสรรหาบุคลากรเข้ามาทำงาน ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

4.1.1 ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการสรรหา



ภาพที่ 4.1 กระบวนการและขั้นตอนการสรรหา

4.1.2 ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการขอจ้าง/ขอเพิ่มตำแหน่งงานของผู้จัดการ

ในขั้นตอนการขอจ้าง/ขอเพิ่มตำแหน่งงานนั้น แผนกใดที่มีความต้องการที่จะขอจ้าง/ขอเพิ่มพนักงาน จำเป็นต้องมีการกรอกเอกสารใบขอจ้าง/เพิ่มตำแหน่งงาน เป็นการระบุว่าต้องการพนักงานเป็นจำนวนกี่อัตรา ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติในการทำงาน เพื่อเป็นการเจาะจงลักษณะเฉพาะของพนักงานที่ต้องการ โดยก่อนที่จะมีการขอจ้างพนักงานเพิ่มนั้นหัวหน้าแผนกจะมีการตรวจสอบอัตรากำลังคนในปัจจุบันก่อน จะมีการสำรวจว่าจะจ้างพนักงานเพิ่มเนื่องจากเหตุผลใด เช่น การเพิ่มตำแหน่งที่ว่างจากพนักงานที่ลาออกหรือได้เลื่อนตำแหน่ง การขยายตัวของบริษัท การต้องการคนที่มีความสามารถเข้ามาทำงาน หลังจากที่มีการกรอกเอกสารใบขอจ้าง/เพิ่มตำแหน่งงานนั้นแล้ว ผู้จัดการแผนกก็จะมีการจัดส่งเอกสารเพื่อเสนอต่อประธานบริษัทเพื่อเป็นการอนุมัติในการสรรหาพนักงานเพิ่ม และในเมื่อประธานบริษัทได้ทำการอนุมัติเอกสารจากผู้จัดการแผนกแล้ว ผู้จัดการแผนกจะทำการส่งเอกสารนั้นไปให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เพื่อทำการดำเนินการสรรหาพนักงานต่อไป



ภาพที่ 4.2 กระบวนการและขั้นตอนการขอจ้าง/ขอเพิ่มตำแหน่งงานของผู้จัดการ

แบบขออัตราจ้าง		เลขที่...../25.....
สำหรับหน่วยงานที่ขอ		
ชื่อตำแหน่ง	อัตราต้องการ.....อัตรา	
สังกัดแผนก	ฝ่าย	
ผู้บังคับบัญชาโดยตรง	ผู้บังคับบัญชาสูงสุด.....	
เป็น () ตำแหน่งที่มีอยู่ตามอัตราจ้างเดิม เพื่อทดแทนอัตราจ้างของ.....		
() เป็นตำแหน่งที่ตั้งขึ้นใหม่ O อยู่ในแผนงาน o อยู่ในงบประมาณ		
() อื่นๆ		
ลักษณะงานโดยย่อ		
.....		
.....		
.....		
คุณสมบัติที่ต้องการ		
เพศ.....	อายุ.....ปี	สถานภาพการสมรส.....
การศึกษาระดับ.....	วิชาเอก	
ประสบการณ์.....		
ต้องการภายในวันที่.....		
ลงชื่อ.....		ผู้ขอ
ตำแหน่ง.....		
วันที่.....		

สำหรับผู้ที่มิใช่นายอนุวัติ () อนุมัติ () ไม่อนุมัติ เนื่องจาก..... ลงชื่อ..... ตำแหน่ง..... วันที่.....	เลขที่...../25..... บันทึกฝ่ายบุคคล ได้รับพนักงานใหม่ ชื่อ..... สังกัด..... วันที่เริ่มงาน..... ลงชื่อ..... ตำแหน่ง..... วันที่.....
---	---

ภาพที่ 4.3 ใบขอจ้าง/ขอเพิ่มตำแหน่งงาน

4.1.3 ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการระบุตำแหน่งพนักงานที่จะรับสมัครงาน

การระบุตำแหน่งพนักงานที่จะรับสมัครงานนั้น เป็นการระบุตำแหน่งที่ได้มาจากการขอจ้าง/ขอเพิ่มตำแหน่งงานจากผู้จัดการแผนก เพื่อนำตำแหน่งต่างๆที่ได้รับจากการขอจ้าง/ขอเพิ่มตำแหน่งงานจากผู้จัดการแผนกต่างๆ มาสรุปและดำเนินการกำหนดคุณลักษณะเพิ่มเติมในขั้นตอนถัดไป

4.1.4 ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการกำหนดคุณลักษณะของพนักงานที่จะรับสมัครงาน

การกำหนดคุณลักษณะงานของพนักงานที่จะรับสมัคร จำเป็นต้องมีการศึกษาเอกสารต่างๆที่มีการเกี่ยวข้องในการกำหนดคุณลักษณะของงาน เช่น คำบรรยายลักษณะงาน (Job Description) เพื่อเป็นการทำให้การระบุข้อมูลในการประชาสัมพันธ์รับสมัครงานนั้น มีข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ รวมถึงทำให้สามารถสรรหาบุคลากรได้ตรงตามความต้องการของผู้จัดการแผนก การกำหนดคุณลักษณะของพนักงานที่จะรับสมัครนั้นจะต้องมีการคำนึงถึงหลายๆเรื่อง อาทิ เช่น ทักษะที่จำเป็นทั้งในปัจจุบันและอนาคต ประสบการณ์ในการทำงาน ความสามารถที่หลากหลาย

Job Title:	1	Job Category:	2
Department/ Group:	3	Job Code/ Req#:	
Location:		Travel Required:	
Level/ Salary Range:		Position Type:	[i.e.:full-time, part-time, job share, contract, intern]
HR Contact:		Date posted:	
Will Train Applicant(s):		Posting Expires:	
External posting URL:			
Internal posting URL:			
Applications Accepted By:			
Fax or E-mail: (425) 555-0123 or someone@example.com Subject Line: Attention: [Recruiting or HR Department RE: Job Code/Req# and Title]		Mail: [Recruiting Contact or Hiring Manager] [Department, Company Name] [P.O. Box] [Street or Mailing Address with ZIP Code]	
Job Description			
Role and Responsibilities 5 [Type a description of the essential roles, responsibilities and activities a candidate can expect to assume in this position, using the Details style. For bullets, use the Bulleted List style: - Bulleted list item - Bulleted list item For a numbered list, use the Numbered List style: - Numbered list item - Numbered List item]			
Qualifications and Education Requirements 6 [Type a description of the work experience and educational background that a candidate should have when applying for position. Use the Details, Bulleted List, and/or Numbered List styles as needed.]			
Preferred Skills 7 [Type a description of any additional skills or experience that would be considered favorable for a candidate who is applying for this position. Use the Details, Bulleted List, and/or Numbered List styles as needed.]			
Reviewed By:		Date:	
Approved By:		Date:	
Last Updated By:		Date/Time:	

ภาพที่ 4.4 แบบฟอร์ม คำบรรยายลักษณะงาน (Job Description)

แบบบรรยายลักษณะงาน หรือ Job Description

เป็นเอกสารแสดงรายละเอียดที่เกี่ยวกับหน้าที่ต่างๆ โดยจะประกอบด้วย

1. Job Title: ชื่อตำแหน่งงาน หน้าที่รับผิดชอบ
2. Job Category: แผนกหน่วยงาน
3. Department / Group: ฝ่าย หรือ หน่วยงานที่สังกัด
4. Position Type: ลักษณะงาน
5. Role and Responsibilities: หน้าที่ในการทำงาน ขอบเขตของการทำงาน
6. Qualifications and Education Requirements: คุณสมบัติประจำตำแหน่ง
7. Preferred Skill: ประสบการณ์ คุณสมบัติอื่นๆ

4.1.5 ศึกษากระบวนการและขั้นตอนกำหนดวิธีการในการรับสมัครงาน

การกำหนดวิธีการในการรับสมัครงานนั้นเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งสำหรับการรับสมัครงาน เพราะเนื่องจากการสรรหาพนักงานในขั้นตอนนี้ ต้องคำนึงกิจกรรมที่ต้องมีค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยในปัจจุบันทางบริษัทได้มีวิธีการสรรหาเป็นสองแนวทาง คือ การสรรหาภายใน และ การสรรหาภายนอก ซึ่งการสรรหาจะเป็นไปตามนโยบายของบริษัทในการต้องการที่จะให้ตำแหน่งงานใด จะต้องสรรหาจากภายในหรือภายนอก โดยขั้นตอนนี้จะนำทฤษฎีการประชาสัมพันธ์เข้ามาใช้เพื่อเลือกช่องทางและแนวทางในการประชาสัมพันธ์ว่าควรจะมีลักษณะอย่างไร ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบไหน โดยการรับสมัครนั้นจะใช้ทฤษฎีแรงจูงใจเข้ามาช่วย ในการสร้างแรงจูงใจให้คนเข้ามาสมัครงาน โดยการสร้างจุดขายให้แก่บริษัท ได้แก่ ค่าตอบแทน สวัสดิการ วัฒนธรรมองค์กร โบนัส ความมั่นคง รวมถึงภาพลักษณ์ของบริษัทที่จะต้องมีความน่าเชื่อถือ

-การสรรหาภายใน (Internal Source)

การสรรหาภายในนั้นจะสรรหาในเมื่อบริษัทมีนโยบายในการสนับสนุนบุคลากรภายในบริษัท ให้โอนย้ายไปยังตำแหน่งงานที่ว่างอยู่ เช่น การเลื่อนตำแหน่ง ซึ่งการเลื่อนตำแหน่งนั้นสามารถเป็นการส่งเสริมขวัญและกำลังใจในการทำงานแก่พนักงานภายในบริษัท โดยทางบริษัทจะมีการพิจารณาว่าพนักงานคนใดมีคุณสมบัติหรือมีความสามารถในการดำรงตำแหน่งนั้น

-การสรรหาภายนอก (External Sources)

การสรรหาจากภายนอกนั้น ในเชิงการบริหารในองค์กร เพื่อเป็นการขยายงานหรือเพิ่มกิจกรรมต่างๆ ในบริษัท จึงจำเป็นในการต้องเพิ่มจำนวนพนักงาน ในขณะเดียวกันภายในบริษัท ก็มีอัตราการเข้าออก งาน เช่น การลาออก การเกษียณอายุ การเลื่อนตำแหน่ง บริษัทจึงจำเป็นในการสรรหานักงานมาแทน ตำแหน่งงานต่างๆที่ว่างอยู่ โดยในปัจจุบันทางบริษัทได้มีการใช้วิธีการสรรหาจากภายนอกดังนี้

1) การประกาศรับสมัครงานออนไลน์

การประกาศสมัครงานออนไลน์โดยในปัจจุบันทางบริษัทได้มีการเลือกใช้บริการของเว็บไซต์สมัครงาน เพราะว่าการใช้เว็บไซต์สมัครงานนั้น สะดวกแก่ผู้สมัครงานและทางบริษัทเอง โดยการลงประกาศผ่านทางเว็บไซต์นั้น จะต้องแสดงรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวกับตำแหน่งงาน เช่น คุณสมบัติการศึกษา สาขาวิชา อายุ เพศ ประสบการณ์ในการทำงาน อัตราเงินเดือนหรือค่าจ้าง วันรับสมัคร สถานที่ติดต่อในการยื่นเอกสารและหลักฐานในสมัครงาน เมื่อเว็บไซต์สมัครงานประกาศงานแล้วมีผู้ติดต่อสนใจเข้ามาสมัครงาน ทางเว็บไซต์จะจัดส่งข้อมูลหรือเรซูเม่ของผู้ที่จะสมัครงาน มาทางอีเมล เพื่อให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ติดต่อกลับต่อผู้ที่มาสมัครงาน และหลังจากที่มีการติดต่อกับทางโทรศัพท์ แล้ว ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ก็จะมีการเรียกผู้สมัครงานมาสัมภาษณ์งานในขั้นตอนต่อไป

27 พฤษภาคม 2557

ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.



บริษัท เอแอลเอส แล็บอราทอรี กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด (ALS Laboratory Group (Thailand)) ในเครือข่าย ALS Laboratory Group ห้างปฏิบัติการชั้นนำของโลก ให้บริการตรวจวิเคราะห์ทางอาหาร สิ่งแวดล้อม บรรจภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ มีธุรกิจห้างปฏิบัติการจำนวน 300 แห่งใน 40 ประเทศทั่วโลก มีพนักงานกว่า 11,000 คน ต้องการรับพนักงาน ดังต่อไปนี้

สวัสดิการ

1. ค่ารักษาพยาบาล
2. ตรวจสอบภาพประจำปี
3. โบนัส 2 ครั้ง/ปี
4. เงินช่วยเหลือ พนักงาน/ญาติ เสียชีวิต
5. ประกันชีวิต กลุ่มครอบครัว เสียชีวิต อุบัติเหตุ และทุพพลภาพ
6. กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
7. สวัสดิการเงินกู้ยืมที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์
8. ค่าครองชีพ / ค่าเดินทาง
9. ค่าวิชาชีพด้านสิ่งแวดล้อม
10. ค่าแม่บ้าน/ ค่าซักหอ
11. เบี้ยเลี้ยงปฏิบัติงานต่างจังหวัด/ต่างประเทศ
12. ค่าโทรศัพท์
13. Sales Commission
14. ชุดฟอร์ม
15. ค่ากะ / ค่าล่วงเวลา (OT)
16. กองทุนประกันสังคม/ กองทุนเงินทดแทน
17. ให้สิทธิการลากรณีพิเศษ เช่น ลาสมรส, ลาเพื่ออุทิศพลูกที่เสียชีวิต, ลาปรับเปลี่ยน, ลาไปใช้สิทธิเลือกตั้ง
18. ค่าปฏิบัติงานภาคสนาม
19. ค่าที่พักกรณีปฏิบัติงานต่างจังหวัด
20. ค่าเดินทางโดยเครื่องบินกรณีปฏิบัติงานต่างจังหวัด
21. กิจกรรมสันทนาการ เช่น งานปีใหม่, กิจกรรมนำเที่ยวประจำปี, กีฬา, กิจกรรมเพื่อสังคม ฯลฯ
22. ขนส่งภายใน/ภายนอก
23. ชุดงาน/สัมมนาทั่วประเทศ
24. ประกันการท่องเที่ยว/เดินทาง

ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างการประกาศรับสมัครทางเว็บไซต์

TNI

JOB DETAILS

รายละเอียดงาน

ตำแหน่ง : Marketing Scientist- กรุงเทพฯ

รายละเอียดของงาน

1. เป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้าและนำเสนอเกี่ยวกับบริการตรวจวิเคราะห์ของบริษัท
2. จัดทำเอกสารการขายและติดตามการขาย
3. ติดต่อเยี่ยมเยียนลูกค้า
4. ให้บริการลูกค้าทั้งทางโทรศัพท์และอีเมล
5. งานอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงานขายและบริการลูกค้า

สถานที่ปฏิบัติงาน

แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

อัตรา

1 ตำแหน่ง

เงินเดือน

รายได้รวม 18,000-30,000 บาท/เดือน

คุณสมบัติผู้สมัคร

- + วทบ. วิทยาศาสตร์หรือการตลาด
- + ใช้ Computer ได้คล่องแคล่วและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้
- + สามารถขับรถได้ และมีรถยนต์เป็นของตัวเอง
- + ประสบการณ์ 2-3 ปี
- + บุคลิกภาพดีและมีความมั่นใจในตนเอง
- + มีประสบการณ์ด้านการขายและบริการจะพิจารณาเป็นพิเศษ

วิธีการสมัคร

1. สมัครผ่านปุ่ม Apply Now ของ JobThai.com
2. สมัครด้วยตนเอง (เดินทางสะดวก ใกล้ สถานีรถไฟฟ้า Airport link หัวหมาก, รามคำแหง , ใกล้กับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปทุมธานี)

ติดต่อ

คุณศุภกร อันธ์ศรี

ALS Laboratory Group (Thailand) Co., Ltd.

104 ซอยพัฒนาการ 40 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

โทร : 02-715-8749

แฟกซ์ : 02-715-8799

Email : als_26@trustmail.jobthai.com [*Email นี้ใช้สำหรับการติดต่อและสมัครงาน]

Website : www.alsglobal.com

การเดินทาง    

เดินทางสะดวก ใกล้ สถานีรถไฟฟ้า Airport link หัวหมาก, รามคำแหง , ใกล้กับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปทุมธานี

ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างการประกาศรับสมัครทางเว็บไซต์

2) การฝึกงาน

โดยวิธีทางบริษัทจะมีการรับนักศึกษาจากสถานบันต่างๆ เข้ามาฝึกงานภายในบริษัท ซึ่งในระยะเวลาที่นักศึกษาเข้ามาฝึกงานนั้นจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับบริษัทขึ้น โดยทางบริษัทจะทราบถึงความรู้ความสามารถในการทำงาน ความรับผิดชอบ หรือ พฤติกรรมต่างๆ ว่านักศึกษานั้นมีคุณสมบัติเหมาะสมหรือไม่กับตำแหน่งงานที่ว่างอยู่ ถ้าบริษัทเห็นว่านักศึกษานั้นมีคุณสมบัติเหมาะสม ก็จะเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้าทำงานภายในบริษัท

3)การแนะนำของพนักงานปัจจุบัน

การแนะนำจากพนักงานที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน เป็นวิธีการสรรหาอีกหนึ่งวิธีที่ทางบริษัทนำมาใช้เนื่องจากว่า พนักงานได้มีการแนะนำต่อกัน จึงทำให้สามารถสรรหาพนักงานได้รวดเร็วขึ้น รวมทั้งพนักงานที่ทำงานอยู่นั้น รู้ข้อมูลต่างๆในการทำงานนั้นอย่างดี จึงสามารถบอกต่อแก่ผู้ที่จะมาสมัครงานได้ แต่เนื่องจากวิธีนี้ใช้ได้สำหรับบางตำแหน่งเนื่องจาก หากเป็นตำแหน่งทางด้านการเงินถ้ามีการชักชวนกันมาทำงานในกรณีที่ผู้สมัครงานเป็นเครือญาติ หรือ คู่รัก จึงอาจเกิดการทุจริตทางการเงินเกิดขึ้นได้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

5.1.1 วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

เพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์รับสมัครงานของฝ่ายบุคคล

5.1.1.1 เป้าหมาย

- 1) สามารถรู้กระบวนการขั้นตอนในการประชาสัมพันธ์รับสมัครงาน
- 2) ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้จากการประชาสัมพันธ์ไปใช้ในการทำงานจริง

5.1.2 วิธีการดำเนินงาน

- 1) ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการสรรหา
- 2) ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการขอจ้าง/ขอเพิ่มตำแหน่งงานของผู้จัดการ
- 3) ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการระบุตำแหน่งพนักงานที่จะรับสมัครงาน
- 4) ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการกำหนดคุณลักษณะของพนักงานที่จะรับสมัครงาน
- 5) ศึกษากระบวนการและขั้นตอนกำหนดวิธีการในการรับสมัครงาน

5.1.3 ขอบเขตของในการทำ Project ฝึกงาน

ได้มีการเริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2557 ถึงวันเสาร์ที่ 17 พฤษภาคม 2557 รวมระยะเวลาในการปฏิบัติฝึกงานทั้งสิ้นเป็นเวลา 2 เดือน

5.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินงาน

จากการศึกษาการสรรหาทรัพยากรมนุษย์ของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์พบว่าขั้นตอนการสรรหาบุคลากรนั้นมีความสำคัญในการรับบุคลากรเข้ามาทำงาน โดยแต่ละขั้นตอนการสรรหาที่จะมีรายละเอียดต่างๆ ที่สำคัญอยู่ด้วย

ซึ่งการจัดทำกระบวนการสรรหาบุคลากรเข้ามาทำงานนั้นสามารถทำให้ขั้นตอนหรือแผนต่างๆ เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดมากขึ้น

5.2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

เนื่องจากมีระยะเวลาในการฝึกงาน ที่มีระยะเวลาน้อย จึงมีเวลาในการปรึกษาหรือขอคำปรึกษาไม่เพียงพอ และไม่มีเวลาในการรวบรวมข้อมูล และ ศึกษาข้อมูลต่างๆได้เพียงพอ จึงทำให้ไม่สามารถทำความเข้าใจหรือศึกษาเนื้อหาต่างๆได้เท่าที่ควร

การแก้ไขปัญหาคือการศึกษาเพิ่มเติมจากภายนอกเพื่อนำจะทำให้สามารถเข้าใจถึงกระบวนการต่างๆได้ง่ายยิ่งขึ้นและสามารถทำให้เรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน

ข้อเสนอแนะกับบริษัท

อยากให้ทางบริษัทให้ทำงานที่ตรงจุดต่อการศึกษาทำรายงาน เพราะเนื่องจากว่าเวลาในการฝึกงานมีน้อยทำงานได้สามารถเรียนรู้งานได้หมด แต่ถ้าหากให้ทำงานตามที่ตรงจุดต่อการทำรายงานจะทำให้ ลดเวลาในการศึกษาขั้นตอนต่างๆ และสามารถศึกษาได้ตามเวลาที่กำหนดของการฝึกงาน

ข้อเสนอแนะกับสถาบัน

อยากให้ทางสถาบันมีแนวทางการแก้ปัญหาในเวลาที่นักศึกษาที่ปัญหาในการฝึกงาน เพราะเนื่องจากเวลามีปัญหาในบางปัญหาสถาบันไม่สามารถแก้ปัญหาได้

บรรณานุกรม

<http://www.teacher.ssru.ac.th/> [สืบค้นวันที่ 26 เมษายน 2557]

<http://www.stou.ac.th/> [สืบค้นวันที่ 1 พฤษภาคม 2557]

<http://humanrevod.wordpress.com/> [สืบค้นวันที่ 14 พฤษภาคม 2557]



ประวัติผู้จัดทำโครงการ

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวพัชรพร เกียวประเสริฐ
วัน เดือน ปีเกิด	4 พฤศจิกายน 2534
ประวัติการศึกษา	
ระดับประถมศึกษา	จบประถมศึกษา พ.ศ. 2546 โรงเรียนเซนต์โยเซฟศรีเพชรบูรณ์
ระดับมัธยมศึกษา	จบมัธยมศึกษาตอนต้น พ.ศ. 2549 โรงเรียนเซนต์โยเซฟศรีเพชรบูรณ์ จบมัธยมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2552 โรงเรียนศรีวิกรม์บริหารธุรกิจ
ระดับอุดมศึกษา	เข้าศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น พ.ศ. 2554 สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น
ทุนการศึกษา	- ไม่มี -
ประวัติการฝึกอบรม	อบรมนักบัญชี
ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์	สอบวัดระดับการบัญชี