

The research on factors affecting service satisfaction of the Social Security Office (SSO) in 2018

Sukhoom Phunnarong¹ and Pimonpun Boonyasana²

Faculty of Economics, Chiang Mai University, Thailand

Email: sukhoomphun@gmail.com

Received 19 September, 2019

Revised 13 December, 2019

Accepted 20 December, 2019

Abstract

The research on factors affecting service satisfaction of the Social Security Office (SSO) in 2018 are (1) to analyze the satisfaction of service recipients in 2018 on the service of the Social Security Office, and (2) to analyze factors affecting service satisfaction of the SSO. It is a quantitative research by using questionnaires as a tool to collect data from users of SSO distributes the sample according to the 142 branch, 22,356 service user. Statistics used to analyze the satisfaction of users is Descriptive Statistics and to analyze factors affecting service satisfaction is regression analysis (Linear Regression Analysis). The results from the study showed that users are satisfied with the overall at the highest level (4.251 point). The service users rated satisfaction in the development of the service model via the internet system, the highest (4.631 point), followed by facilities (4.284 Point) and services of the staff (4.261 Point). Service users in the big size of the SSO's office are likely to be satisfied with the services less than the users in the small size of the SSO's office. The results from regression analysis of factors affecting service satisfaction of SSO found that service satisfaction will increase if the service of the staff is improved, the confidence in morality and transparency is improved, processes and procedures for service is improved. While public relations and information effects on the satisfaction but with a relationship in the opposite direction.

Keywords: satisfaction, service provision, the Social Security Office (SSO)

JEL Classification: I38

¹ Researcher, Faculty of Economics, Chiang Mai University, 239 Huay Kaew Road, Suthep, Muang, Chiang Mai, 50200 Thailand. Corresponding author: sukhoomphun@gmail.com

² Researcher, Faculty of Economics, Chiang Mai University, 239 Huay Kaew Road, Suthep, Muang, Chiang Mai, 50200 Thailand.

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม (สปส.) ปี 2561

สุชุม พันธุ์รงค์¹ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา²

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประเทศไทย

Email: sukhoomphun@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการให้บริการของสำนักงานประกันสังคม (สปส.) ปี 2561 มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ปี 2561 ที่มีต่อการให้บริการของ สปส. และ (2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ สปส. เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการของ สปส. กระจายตัวอย่างตามโครงสร้างประชากรผู้ประกันตน 142 หน่วยบริการทั่วประเทศ จำนวน 22,356 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใช้ Descriptive Statistics ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจใช้การวิเคราะห์สมการถดถอย (Linear Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (4.251 คะแนน) โดยผู้ให้บริการให้คะแนนความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงสุด (4.631 คะแนน) รองลงมาได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก (4.284 คะแนน) และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (4.261 คะแนน) ตามลำดับ ผู้ใช้บริการใน สปส. ขนาดใหญ่ มีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจการให้บริการของ สปส. น้อยกว่าผู้ให้บริการใน สปส. ขนาดเล็ก การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ สปส. โดยสมการถดถอยที่ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการจะเพิ่มขึ้น เมื่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ดีขึ้น ความเชื่อมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใสดีขึ้น และกระบวนการและขั้นตอนให้บริการดีขึ้น ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีผลต่อความพึงพอใจแต่จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ การให้บริการ สำนักงานประกันสังคม

JEL Classification: I38

¹ นักวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง เชียงใหม่ 50200 ประเทศไทย

Corresponding author: sukhoomphun@gmail.com

² นักวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง เชียงใหม่ 50200 ประเทศไทย

1. บทนำ

สำนักงานประกันสังคม (สปส.) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาองค์กรเพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ของ สปส. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2558 - 2562) คือ “ก้าวสู่องค์กรประกันสังคมชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน” สิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรพัฒนาได้ คือการปรับปรุงหน่วยบริการของ สปส. และหน่วยบริการอื่นตลอดจนกระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ ดังนั้น สปส. จึงต้องดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลการสำรวจมาเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาปรับปรุงการให้บริการของ สปส. ในภาพรวม

การประกันสังคมเป็นโครงการการบริหารทางสังคมในระยะยาวอีกระบบหนึ่งที่รัฐเป็นผู้ดำเนินการจัดขึ้นด้วยการให้ประชาชนผู้มีรายได้แต่ละคนได้มีส่วนช่วยตนเองหรือครอบครัว โดยร่วมกันเสี่ยงภัยหรือช่วยเหลือบรรเทาความทุกข์ยากเดือดร้อนซึ่งกันและกันระหว่างผู้มีรายได้ในสังคม ด้วยการออกเงินสมทบเข้ากองทุนเรียกว่ากองทุนประกันสังคม โดยมีนายจ้าง ลูกจ้าง และรัฐบาลร่วมออกเงินสมทบเข้ากองทุนนี้ กองทุนจะจ่ายประโยชน์ทดแทนให้แก่ผู้ส่งเงินสมทบเมื่อเกิดความเสี่ยงภัย เช่น เจ็บป่วย คลอดบุตร ว่างาน ชราภาพ เป็นต้น การประกันสังคมจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยลดการพึ่งตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกันของประชาชน อันจะเป็น

หลักประกันและคุ้มครองความเป็นอยู่ของประชาชน ให้มีความมั่นคงในการดำรงชีวิต แม้มีเหตุการณ์ที่ทำให้ต้องขาดแคลนรายได้ ก็สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปกติสุข โดยภารกิจต่างๆ ที่จัดขึ้นต้องอยู่ภายใต้การให้บริการที่มีคุณภาพของ สปส.

จากภารกิจของ สปส. ทำให้เกิดกลุ่มผู้ประกันตนในแต่ละมาตรา มีธุรกรรมต่างๆ ที่ผู้ประกันตน นายจ้าง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องเข้าไปใช้บริการ เช่น การลงทะเบียนผู้ประกันตน การจ่ายเงินสมทบของลูกจ้างและนายจ้าง ซึ่งสามารถจ่ายได้ทั้งที่สำนักงานประกันสังคม จ่ายผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส (Counter services) และจ่ายผ่านระบบหักบัญชีการเรียกหรือสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตน และทายาท เป็นต้น จะเห็นได้ว่าธุรกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้การให้บริการของ สปส. ย่อมส่งผลโดยตรงต่อความรู้สึกพึงพอใจ ซึ่งหาก สปส. มีการให้บริการที่ดี ก็จะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจ แต่หากผู้รับบริการมีความพึงพอใจน้อยจากการให้บริการย่อมรู้สึก “ไม่ผูกพันและไม่เชื่อมั่น สปส.” จนเกิดภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เสื่อมถอยลงได้ ซึ่งหมายถึงการปฏิบัติงานของ สปส. ไม่มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่ได้รับ

ด้วยเหตุนี้ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ จึงเป็นประเด็นที่ สปส. ควรให้ความสำคัญ "ด้วยการรับฟังเสียงของผู้รับบริการ" เพื่อใช้เป็นข้อมูลกำหนดทิศทาง

และกลยุทธ์รองรับการขยายตัวของพันธกิจให้เสริมสร้างความยั่งยืนกับ สปส.ต่อไป

การสำรวจความพึงพอใจจะให้คำตอบในภาพรวมของระดับความพึงพอใจในการให้บริการในด้านต่างๆ ของ สปส. แต่ก็ยังไม่สามารถทราบถึงบริการใดที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญอย่างแท้จริง และส่งผลโดยตรงกับความรู้สึกพึงพอใจ สปส. ในภาพรวมระดับที่มาก-น้อย ได้อย่างมีนัยยะสำคัญ

ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการใช้หลักการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ค้นหาและคัดกรองความต้องการของผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจได้อย่างแท้จริง อันจะนำไปสู่แนวทางการปรับปรุงบริการและวางมาตรการต่างๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการของ สปส. ให้ดีที่สุด

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ปี 2561 ที่มีต่อการให้บริการของ สปส.

2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ สปส.

3. แนวคิด

3.1 แนวคิดความพึงพอใจ

Kotler (2000) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่เมื่อ

ได้รับสิ่งที่ต้องการหรือความคาดหวังซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวัง ซึ่งมีผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการ ถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการเหมาะสมกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ

Wallerstein (1971) ความพึงพอใจเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

Penchansky & Thomas (1981) อ้างใน รัชยา กุลวานิชไชยนันท์, 2535) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง การเข้าถึงการเข้าใช้บริการในระบบการให้บริการ แบ่งเป็น 5 ประเภท ดังนี้

(1) ความพอเพียงของบริการ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับการต้องการของลูกค้า

(2) การเข้าถึงแหล่งบริการ (Accessibility) คือ ความสามารถที่จะเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวก โดยไม่คำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทาง เป็นต้น

(3) ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ได้แก่ การที่ลูกค้ายอมรับว่าให้ความสะดวกมีบริการที่ดีและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

(4) ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ (Affordability) ได้แก่ การยอมเสียค่าธรรมเนียมต่าง ๆ จากการได้รับบริการ

ความพึงพอใจเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่มีสุขเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไปและเป็นสิ่งกำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่า

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึงทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้

ดังนั้น ความพึงพอใจ จึงเป็นการแสดงออกทางความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การเรียนรู้ เรียนรู้ สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับ หากเป็นไปตามความต้องการที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวัง ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริง ในสถานการณ์หนึ่ง ก่อนที่ผู้รับบริการจะมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการใดก็ตาม ผู้รับบริการมักจะมีมาตรฐานของสินค้าหรือการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งอาจมีแหล่งอ้างอิงจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อสินค้า และบริการ หรือจากประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยรับทราบและการบอกเล่าของผู้อื่น การรับทราบข้อมูล การรับประกันสินค้าและบริการจากโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการ เหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับก่อให้เกิดเป็นความคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าควรได้รับ (Expectations)

ผู้รับบริการ จะเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้น (Performance) กับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวัง ถือเป็นการยืนยันที่ถูกต้อง (Confirmation) ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง นับเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อน (Unconformities) ทั้งนี้ช่วงความแตกต่าง (Discrepancy) ที่เกิดขึ้นชี้ให้เห็นถึงระดับของความพึงพอใจ หรือความไม่พึงพอใจมากน้อย ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปทางบวก แสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปทางลบ แสดงถึงความไม่พึงพอใจ

อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจ จึงเป็นความรู้สึกที่ผันแปรตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ ความคาดหวังของบุคคล ในแต่ละ

สถานการณ์ กล่าวคือ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่ง เพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง แต่ในอีกช่วงหนึ่ง หากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้น ได้อย่างทันทีทันใด นอกจากนี้ ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวัง

3.2 แนวคิดหลักการบริการ

(สื่อออนไลน์ : กองวิชาการและแผนงาน กลุ่มงานวิจัยและประเมินผล เทศบาลนคร เชียงใหม่)

การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือ การดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้มาใช้บริการ จะต้องมียุทธศาสตร์ปฏิบัติ มิใช่ว่า การให้ความช่วยเหลือ หรือการทำผลประโยชน์ต่อผู้มาใช้บริการจะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง ดังนี้

(1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ

(2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

(3) ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน

(4) เหมาะสมแก่สถานการณ์

(5) ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บุคคลและหน่วยงาน

การสร้างภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นยิ่งขึ้น เมื่อมีการแข่งขันสูงขึ้นในทาง

ธุรกิจ การแข่งขันการสร้างภาพลักษณ์ ตั้งแต่ระดับสูงไปยังระดับล่าง มีการสร้างภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กร (Corporate Image)

การสร้างภาพลักษณ์ให้บุคคลหรือองค์กร (Parasuraman, Zithaml & Berry, 1988 อ้างใน ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2550) เป็นงานที่มีผลได้อย่างมากมาย จนกลายเป็นงานอาชีพทั้งงานด้านประชาสัมพันธ์ และงานด้านโฆษณา เพราะมีผลโดยตรงต่อการตลาด ซึ่งจะทำให้สินค้าขายได้ดีขึ้น หรือได้สะดวกและง่ายขึ้น ทำให้ผู้นิยมติดต่อสัมพันธ์เกี่ยวข้องมากขึ้นเป็นผลต่อการดำเนินงานธุรกิจ และการปฏิบัติหน้าที่การทำงานได้ดีขึ้น

การสร้างภาพลักษณ์มีหลักการควรคำนึงถึง ซึ่งอาจกำหนดให้ง่ายแก่การจดจำว่าต้องระลึกถึง “2A 1PR” เป็นอักษรนำของคำ 4 คำ ได้แก่

Acceptable เป็นที่ยอมรับ

Appropriate เหมาะสม

Possible เป็นไปได้

Realistic สมจริง

การสร้างภาพลักษณ์ให้แก่หน่วยงาน จะต้องเป็นไปในทางที่ดีและมีความเป็นไปได้ ต้องศึกษาสังเกตให้ดีถ่วงมองหาจุดเด่น และข้อดีของหน่วยงานในทางที่จะทำให้หน่วยงานได้รับความเชื่อถือศรัทธาและไว้วางใจ

การสร้างภาพลักษณ์โดยรวม (Corporate Image) นับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง การสร้างความรู้สึที่ดีทั้งด้านบุคคล สถานที่ และการดำเนินการ จะช่วยให้เกิดภาพลักษณ์อันงดงาม

ได้รับการสนับสนุน และปกป้องเมื่อมีการให้
 رایโจมตีที่ไม่ถูกต้องเป็นธรรม

ด้านบุคคล จะต้องสร้างความรู้สึกรับ
 ยอมรับว่าเป็นบุคคลหรือคณะบุคคลที่น่าเชื่อถือ
 ย่อม "ไม่มีข้อน่ารังเกียจในเรื่องบุคลิกภาพและ
 กิริยามารยาทบุคคลากรมีคุณภาพทำงานมี
 ประสิทธิภาพ กระตือรือร้น รวดเร็ว ว่องไว
 พูจาสุภาพนุ่มนวล

ด้านสถานที่ จะต้องสะอาด เป็นระเบียบ
 เรียบร้อย ทั้งด้วยการสัมผัสและการมอง ซึ่งการ
 รักษาความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ และมีการลงทุน
 ที่ไม่มาก แต่ให้ผลคุ้มค่าที่สุด จึงต้องมีการจัด
 สถานที่และอุปกรณ์สำนักงานให้เป็นระเบียบ มี
 ป้ายบอกชื่อหน่วยงาน ชื่อตำแหน่งหน้าห้อง
 บอกเวลาเปิด-ปิดทำการ วิธีติดต่องานแผนกต่าง
 ๆ

ด้านการดำเนินการ จะต้องให้ความรู้สึก
 เชื่อมั่นว่า ซื่อสัตย์สุจริตและเป็นธรรม ไม่กด
 โกงหรือเอาเปรียบประชาชน และสังคม

4. แบบจำลองการศึกษา

ผู้มาใช้บริการของ สปส. และ/หรือ
 "ผู้ประกันตน" แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ (1) นายจ้าง
 (2) ผู้ประกันตนมาตรา 33 ได้แก่ ลูกจ้าง/
 พนักงานที่ทำงานประจำได้รับค่าจ้างเป็น
 เงินเดือน (3) ผู้ประกันตนมาตรา 39 ได้แก่
 ผู้ประกันตนในมาตรา 33 แต่ลาออกหรือตกงาน
 หรือลูกจ้างที่ได้รับเงินรายได้จากการทำงานที่
 ไม่แน่นอน (4) ผู้ประกันตนมาตรา 40 ได้แก่

แรงงานที่ประกอบอาชีพอิสระ หรือแรงงาน
 นอกกระบบ ซึ่งเมื่อเข้าสู่ระบบประกันสังคมจะ
 ได้รับสิทธิประโยชน์กรณีเจ็บป่วย ประสบ
 อันตราย อุพพลภาพ คลอดบุตร สงเคราะห์บุตร
 ชราภาพ เสียชีวิต และว่างงาน

การเข้าสู่ระบบประกันสังคมของผู้ใช้
 แรงงาน จะต้องมีการติดต่อสื่อสารและการ
 ได้รับบริการต่างๆ จาก สปส. การให้บริการที่ดีมี
 คุณภาพจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความ
 ประทับใจและเกิดความผูกพัน

แนวคิดการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ
 ความพึงพอใจการให้บริการ เริ่มต้นจากการตั้ง
 คำถามสำคัญที่ว่า "เราจะรู้ได้อย่างไรว่าใน
 ความรู้สึกนึกคิดของผู้ใช้บริการประกันสังคม มี
 บริการประเภทใดบ้างที่ผู้ให้บริการให้
 ความสำคัญอย่างแท้จริง และหาก สปส.สามารถ
 ตอบสนองความต้องการ ในบริการดังกล่าวได้
 จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจ สปส.
 เพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงใด?" เพราะกระบวนการ
 ให้บริการส่วนอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวกับการ
 ให้บริการหลายส่วน ซึ่งในข้อเท็จจริง
 ผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องรู้สึกพึงพอใจบริการ
 ระดับที่มากที่สุดและเหมือนกันในทุกส่วน แต่จะ
 มีบริการบางส่วนเท่านั้น ที่ผู้ให้บริการให้
 ความสำคัญเฉพาะเรื่องอย่างแท้จริงและบริการ
 ดังกล่าวส่งผลโดยตรงกับความพึงพอใจ
 สปส. ในภาพรวมระดับที่ มาก-น้อย ได้อย่างมี
 นัยยะสำคัญ

จากแนวคิดข้างต้นจึงได้ตั้งแบบจำลอง การศึกษา (Figure 1.) คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ สปส. ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร คุณภาพของการให้บริการ การพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และความเชื่อมั่นในคุณธรรม

และความโปร่งใสของผู้ให้บริการ โดยในแต่ละปัจจัย มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างแท้จริง และนำสู่ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการที่ได้คุณภาพของ สปส. ต่อไป โดยนำแนวคิดการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้วยสมการถดถอย (Linear Regression Analysis) มาใช้ในการวิจัย

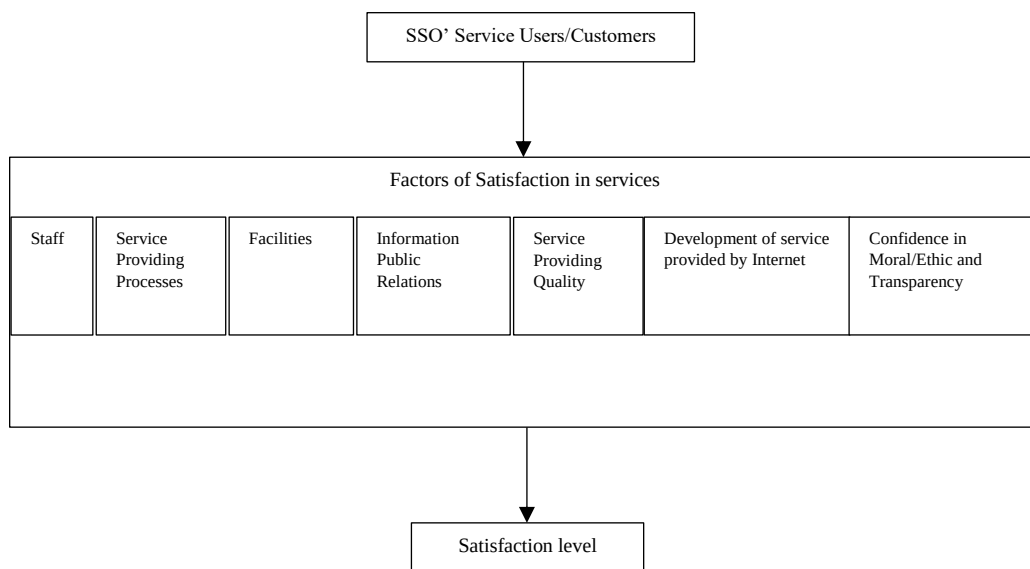


Figure 1. Studying Model

5. สมมติฐานในการศึกษา

5.1 ความพึงพอใจในการให้บริการจะเพิ่มขึ้น ถ้าเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้บริการดี

5.2 ความพึงพอใจในการให้บริการจะเพิ่มขึ้น ถ้ากระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการดี

5.3 ความพึงพอใจในการให้บริการจะเพิ่มขึ้น ถ้าสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการดี

5.4 ความพึงพอใจในการให้บริการจะเพิ่มขึ้น ถ้าการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารดี

5.5 ความพึงพอใจในการให้บริการจะเพิ่มขึ้น ถ้าคุณภาพของการให้บริการดี

5.6 ความพึงพอใจในการให้บริการจะเพิ่มขึ้น ถ้าการพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

5.7 ความพึงพอใจในการให้บริการจะเพิ่มขึ้น ถ้าความเชื่อมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใส

6. วิธีการศึกษา

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้ามาใช้บริการที่ สปส. ในช่วง 1

มกราคม – 31 ธันวาคม 2561 กระจายตัวอย่างตามโครงสร้างประชากรผู้ประกันตน 142 หน่วยบริการ/ศูนย์ฟื้นฟูทั่วประเทศ มีวิธีการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

6.1 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ปี 2561 ที่มีต่อการให้บริการของ สปส.

เป็นการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ในปี 2561 ที่มีต่อบัณฑิตด้านการบริการต่างๆ ของ สปส. โดยที่มีปัจจัยที่จะมีอิทธิพลประกอบด้วย (Table 1.)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ศึกษาความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยโดยสถิติ Descriptive Statistics จากการวัดระดับความพึงพอใจโดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale แบ่งระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
พึงพอใจมากที่สุด	5 คะแนน
พึงพอใจมาก	4 คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	3 คะแนน
พึงพอใจน้อย	2 คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	1 คะแนน

ผลคะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของการบริการที่ได้รับจริง ซึ่งจะแปลความหมายดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ	การแปลความหมาย
1.00– 1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	พึงพอใจน้อย
2.61– 3.40	พึงพอใจปานกลาง
3.41– 4.20	พึงพอใจมาก
4.21– 5.00	พึงพอใจมากที่สุด

Table 1. Factors of the SSO's services

Main – factors	Sub – factors
1) Staff performance :	(1) Cheerful and willing to provide services (2) Politeness, Well speaking, Good human Relationship (3) Enthusiasm in providing service (4) Helpful and informative (5) Well dressed
2) Service Procedure :	(6) Providing service according to queue (7) Convenience in service providing procedures (8) Expediting of service providing (9) Presentation of service procedure (10) Accuracy and completeness of services
3) Facilities :	(11) Place's cleanliness (12) Place's orderliness (13) Sufficiency of facilities within the building such as chairs and drinking water (14) Sufficiency of document preparation (15) Display of service/ public relations sign
4) Public relations of information :	(16) Easy accession to the contents/details (17) Clearness of content/details (18)Usefulness of contents/details to the service users/customers (19) updated content/details (20) variety of communication channel
5) Quality of service providing :	(21) Equality in service providing (22) Accuracy and completeness of service providing (23) Proper Timely of Service providing (24) Transparency in service providing (25) Users/Customers benefit from using the service
6) Development of service provided by internet :	(26) Users/Customers registration by internet (27) Payment by e- payment (28) Receipt printing by e-receipt (29) Medical right checking by SSO connect (30) Usage of SSO's member website (new design)
7) Confidence in Moral/Ethic and Transparency :	(31) disclose content/detail and easy accession for public (Rule of Law) (32) Feedback receiving channel from users/customers and others (Participation Principles) (33) Equality and fairness in service providing (Rule of Law) (34) Honesty of staff (Moral/Ethical principles) (35) Staff ' practice done correctly and could be checked (Transparency Principles) (36) Suitability of working ability and position of Staff (Value Principles) (37) Responsibility of staff in providing good services (Responsibility Principles)

6.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของ สปส.

(1) การวิเคราะห์ในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สปส. ประกอบด้วยระดับความพึงพอใจของปัจจัย 7 ปัจจัย คือ เจ้าหน้าที่ผู้

ให้บริการ กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร คุณภาพของการให้บริการ การพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ความเชื่อมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใส สามารถนำมาเขียนรูปแบบความสัมพันธ์ ได้ดังสมการที่ (1)

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7) \quad (1)$$

โดย

Y คือ คะแนนความพึงพอใจในภาพรวม

X_1 คือ คะแนนความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (Staff performance)

X_2 คือ คะแนนความพึงพอใจในด้านการให้บริการหรือขั้นตอนการให้บริการ (Service Procedure)

X_3 คือ คะแนนความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

X_4 คือ คะแนนความพึงพอใจในด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร (Public relations of information)

X_5 คือ คะแนนความพึงพอใจในด้านคุณภาพของการให้บริการ (Quality of service providing)

X_6 คือ คะแนนความพึงพอใจในด้านการพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบ

อินเทอร์เน็ต (Confidence in Moral/Ethic and Transparency)

X_7 คือ คะแนนความพึงพอใจในด้านความเชื่อมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใส (Confidence in Moral/Ethic and Transparency)

ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยในรูปของ log form โดยเพิ่มตัวแปรที่แสดงขนาดของ สปส. จำแนกตามพื้นที่ ดังสมการที่ (2)

$$\log(Y) = \beta_0 + \beta_1 \log(X_1) + \beta_2 \log(X_2) + \beta_3 \log(X_3) + \beta_4 \log(X_4) + \beta_5 \log(X_5) + \beta_6 \log(X_6) + \beta_7 \log(X_7) + \sum_{i=1}^2 (D_i) \quad (2)$$

โดย

สมทบและสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตนแต่ละมาตรา ดังนี้

D_i คือ ขนาดของ สปส. จำแนกตามภูมิภาค

β_i คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละหมวดที่บอกขนาดและทิศทาง(+/-) ของความพึงพอใจ หรือความยืดหยุ่นของความพึงพอใจ

(2) การวิเคราะห์โดยใช้ปัจจัยย่อย

โดยนำเอาปัจจัยย่อยในตารางที่ 1 มาเป็นปัจจัยต้น โดยจำแนกไปตามขนาดของสำนักงานประกันสังคม

7. กลุ่มตัวอย่าง

ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายสำรวจ เป็นผู้ใช้บริการ สปส. และผู้ใช้บริการเครือข่ายพันธมิตรงานบริการ สปส. โดยผู้ใช้บริการ สปส. หมายถึง ผู้ใช้บริการของหน่วยบริการ สปส. ที่มีทั้งหมด 137 หน่วยบริการ และ 5 ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพคนงานภาค โดยทำการจำแนกตัวอย่างผู้ใช้บริการเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- (1) นายจ้าง/ผู้รับมอบอำนาจ
- (2) ผู้ประกันตน มาตรา 33 ถือว่าเป็น
มาตราหลักที่บังคับให้นายจ้างที่มี
ลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป นำลูกจ้างเข้า
สู่ระบบประกันสังคม
- (3) ผู้ประกันตน มาตรา 39
- (4) ผู้ประกันตน มาตรา 40
- (5) ลูกจ้าง (กองทุนเงินทดแทน)

ผู้ประกันตนมาตรา 39 , 40 และกองทุนเงิน
ทดแทนถือว่าเป็นมาตราสมทบที่ไม่บังคับให้
ผู้ประกันตนต้องทำ สามารถสรุปคุณสมบัติ เงิน

		1. ผู้ประกันตนมาตรา 33	2. ผู้ประกันตนมาตรา 39	3. ผู้ประกันตนมาตรา 40		
คุณสมบัติการ ขึ้นทะเบียน		1.เป็นลูกจ้างที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 15 ปีและไม่เกิน 60 ปีบริบูรณ์ 2.ทำงานในสถานประกอบการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป	1. เคยเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 33 นำส่งเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 12 เดือนและออกจากงานไม่เกิน 6 เดือน 2. ไม่เป็นผู้รับประโยชน์ทดแทนกรณีทุพพลภาพจากกองทุนประกันสังคม	1.บุคคลทั่วไปที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 15 ปีและไม่เกิน 60 ปีบริบูรณ์ 2. ไม่เป็นผู้ประกันตนในมาตรา 33 และมาตรา 39		
	กลุ่มอาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชนทั่วไป รวมไปถึงพนักงานมหาวิทยาลัย	เคยเป็นพนักงานในมาตรา 33 แต่ลาออกหรือตกงาน	อาชีพอิสระ/แรงงานนอกระบบ		
	เงินสมทบ	เก็บที่ 5% ของฐานเงินเดือนขั้นต่ำสุดที่ 1,650 บาท และสูงสุด 15,000 บาท	จ่ายเดือนละ 432 บาท เงินที่ใช้เป็นฐานในการคำนวณเงินสมทบคือ เดือนละ 4,800 บาทเท่ากันทุกคน	ทางเลือกที่ 1 : จ่าย 70 บาท รัฐสมทบ 30 บาท รวม 100 บาท ทางเลือกที่ 2 : จ่าย 100 บาท รัฐสมทบ 50 บาท รวม 150 บาท ทางเลือกที่ 3 : จ่าย 300 บาท รัฐสมทบ 150 บาท รวม 450 บาท		
				ทางเลือกที่ 1	ทางเลือกที่ 2	ทางเลือกที่ 3
สิทธิ ประโยชน์	1.เจ็บป่วยหรือ ประสบอันตราย	รับการรักษาพยาบาลโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในสถานพยาบาลที่รับรอง และรับค่าทดแทน 50% ของเงินเดือน	สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้เท่าที่จ่ายจริงตามความจำเป็นและได้รับเงินทดแทน 50% ของเงินเดือน	ผู้ป่วยในนอน รพ. 1 วันขึ้นไป 300 บาท/วัน ผู้ป่วยนอก(ไม่นอนโรงพยาบาล)และใบรับรองแพทย์ให้หยุด 3 วัน ขึ้นไป 200 บาท/วัน		
	2.ทุพพลภาพ	ได้รับค่ารักษาพยาบาล รพ.รัฐเต็มจำนวน รพ.เอกชนเท่าที่จ่ายจริงและค่าทดแทน 50% ของเงินเดือน	ได้รับค่ารักษาพยาบาล รพ.รัฐ และรพ.เอกชน ผู้ป่วยใน/นอก จ่ายค่าบริการไม่เกินเดือนละ 4,000 / 2,000 บาท ค่าทดแทนเป็น 50% ของค่าจ้างเป็นรายเดือนตลอดชีวิต	ได้เงินชดเชย 500-1,000 บาท ได้รับค่าทดแทน 15 ปี		ได้เงินชดเชย 500-1,000 บาท และค่า ทดแทนตลอดชีวิต
	3.คลอดบุตร	ได้รับค่าคลอดบุตรครั้งละไม่เกิน 13,000 บาท/ครั้ง และเงินทดแทนจากการคลอดบุตร 50% ของเงินเดือน				
	4.สงเคราะห์บุตร	ได้รับเงินสงเคราะห์บุตร 400 บาท/บุตร/เดือน ตั้งแต่แรกเกิดถึง 6 ปีบริบูรณ์				
	5.ชราภาพ	ได้รับเงินบำเหน็จหากจ่ายเงินสมทบมาไม่ถึง 180 เดือนหรือเงินบำนาญถ้าจ่ายตั้งแต่ 180 เดือนขึ้นไป	ผู้ประกันตนที่จ่ายเงินสมทบครบถ้วน ได้รับเงินบำเหน็จและเงินบำนาญตามระยะเวลาการจ่ายเงิน	สะสมเงินบำเหน็จชราภาพเดือนละ 50 บาท	สะสมเงินบำเหน็จชราภาพเดือนละ 50 บาท ออมเพิ่มได้ 1,000 บาท	สะสมเงินบำเหน็จชราภาพเดือนละ 150 บาท จ่ายครบ 180 เดือนรับเพิ่ม 10,000 บาท ออมเพิ่มได้ 1,000 บาท
	6.เสียชีวิต	ได้รับค่าทำศพ 40,000 บาทและเงินสงเคราะห์ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่จ่ายเงินสมทบ		ได้รับค่าทำศพ 20,000 บาท ได้รับเงินเพิ่ม 3,000 บาท หากจ่ายเงินสมทบครบ 60 เดือน		ได้รับค่าทำศพ 40,000 บาท
	7.ว่างงาน	ได้รับเงินทดแทนระหว่างว่างงาน กรณีเลิกจ้างได้รับ 50% ของค่าจ้างกรณีลาออกได้รับ 30% ของค่าจ้าง				

4. ลูกจ้างกองทุนเงินทดแทน					
เงินสมทบ	นายจ้างจ่ายเป็นเงินสมทบประจำปี โดยอัตราเงินสมทบระหว่าง 0.2% - 1.0% ของค่าจ้าง ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงภัยในการทำงานของแต่ละกิจการ				
		ค่ารักษาพยาบาล	ค่าทดแทน	ค่าฟื้นฟูสมรรถภาพในการทำงาน	ค่าทำศพ
สิทธิประโยชน์	กรณีเจ็บป่วย	สูงสุด 2 ล้านบาท โดยลูกจ้างมีสิทธิได้รับการรักษาเท่าที่จ่ายจริงตามความจำเป็นจนสิ้นสุดการรักษา	จ่ายค่าทดแทน 70% ของค่าจ้างรายเดือน(ฐานค่าจ้างสูงสุด 20,000 บาท) กรณีหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป		
	กรณีสูญเสียอวัยวะ		จ่ายค่าทดแทน 70% ของค่าจ้างรายเดือน กรณีสูญเสียอวัยวะบางส่วน เป็นเวลาไม่เกิน 10 ปี	ฟื้นฟูด้านอาชีพ-ด้านการแพทย์ กระบวนการบำบัดและผ่าตัด ค่าวัสดุอุปกรณ์ รวมสูงสุด 358,000 บาท	
	กรณีทุพพลภาพ	จ่ายค่าทดแทน 70% ของค่าจ้างรายเดือน กรณีทุพพลภาพเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 15 ปี			
	กรณีเสียชีวิต		ค่าทดแทนรายเดือนในอัตรา 70% ของค่าจ้าง เป็นเวลา 10 ปี แก่ทายาท		100 เท่าของอัตราสูงสุดของค่าจ้างขั้นต่ำรายวัน

การเก็บข้อมูลตัวอย่างจะกระจายตาม
โครงสร้างประชากรผู้ประกันตน 142 หน่วย
บริการ/ศูนย์ฟื้นฟู ณ ธันวาคม 2561 มีขนาด
ตัวอย่างสำรวจ ดังนี้

ขนาดตัวอย่างสำรวจปี 2561 รวมทั้งสิ้น
22,356 ราย จำแนกเป็นตัวอย่างผู้ใช้บริการ
สปส.ใน 137 หน่วยบริการ จำนวน 22,146 ราย

(กรุงเทพมหานคร 1,868 ราย ปริมณฑล 1,963
ราย ภาคกลาง 5,439 ราย ภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ 5,034 ราย ภาคเหนือ 4,378
ราย ภาคใต้ 3,464 ราย) และผู้ใช้บริการศูนย์
ฟื้นฟูสมรรถภาพคนงานภาค จำนวน 210 ราย
ดัง Table 2.

Table 2. Sample size categorized by regional SSO users

Service Section	Employers	Insured Person Section 33	Insured Person Section 39	Insured person Section 40	Employees (Compensation fund)	Total
All over country : 137 units	2,763	9,849	3,334	4,779	1,421	22,146
Bangkok	240	1,006	261	241	120	1,868
Metropolitan	245	1,001	324	270	123	1,963
Central	700	2,693	727	960	359	5,439
North-East	608	1,966	796	1,351	313	5,034
North	524	1,603	744	1,225	282	4,378
South	446	1,580	482	732	224	3,464

The Industrial Rehabilitation Centre	Prathum Thani	Chiang Mai	Khon Kaen	Rayong	Songkhla	Total
5 Regions	31	60	39	20	60	210
Total sample size						22,356

Reference: A Survey of SSO users satisfaction in 2018

8. ผลการวิจัยและสิ่งที่ค้นพบ

8.1 คุณลักษณะบุคคล และการขอใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

8.1.1 คุณลักษณะบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

จากกลุ่มตัวอย่างสำรวจทั้งหมด 22,146 ราย พบว่า เป็นผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคมในวันแห่งการสำรวจ เพศชาย ร้อย

ละ 45.46 เพศหญิง ร้อยละ 54.54 โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในช่วง 21-50 ปี และมีการศึกษากระจายอยู่ในหลายระดับชั้น ตั้งแต่ต่ำกว่าประถม ถึงระดับชั้นปริญญาตรีหรือสูงกว่า สถานภาพการทำงานส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคมจะเป็นลูกจ้างเอกชน (รายเดือน) มากที่สุด รองลงมาเป็นผู้มีอาชีพอิสระ และ/หรือค้าขาย ตาม Table 3.

Table 3. Characteristics of the sample, Classified by type of users and individual characteristics

	Employers / attorney	Insured Person Section 33	Insured Person Section 39	Insured person Section 40	Employees (Compensati on fund)	Total
All over country : 137 units	2,763 (100.00)	9,849 (100.00)	3,334 (100.00)	4,779 (100.00)	1,421 (100.00)	22,146 (100.00)
Sex						
Male	1,256 (45.46)	4,515 (45.84)	1,512 (45.35)	2,072 (43.36)	665 (46.80)	10,020 (45.25)
Female	1,507 (54.54)	5,334 (54.16)	1,822 (54.65)	2,707 (56.64)	756 (53.20)	12,126 (54.75)
Age						
15-20 years	146 (5.28)	524 (5.32)	173 (5.19)	268 (5.61)	80 (5.63)	1,191 (5.38)
21-30 years	733 (26.53)	2,992 (30.38)	891 (26.72)	1,123 (23.50)	381 (26.82)	6,120 (27.63)
31-40 years	818 (29.60)	2,987 (30.33)	992 (29.75)	1,222 (25.57)	408 (28.71)	6,427 (29.02)
41-50 years	793 (28.70)	2,410 (24.47)	842 (25.26)	1,333 (27.89)	384 (27.02)	5,762 (26.02)
51-60 years	229 (8.29)	822 (8.34)	362 (10.86)	687 (14.38)	139 (9.78)	2,239 (10.11)
More than 60 years	44 (1.59)	114 (1.16)	74 (2.22)	146 (3.05)	29 (2.04)	407 (1.84)
Education level						
Primary / Lower	418 (15.13)	1,479 (15.02)	540 (16.19)	1,014 (21.22)	239 (16.82)	3,690 (16.66)
Junior high school	421 (15.24)	1,645 (16.70)	611 (18.32)	867 (18.14)	245 (17.24)	3,789 (17.11)
High school / vocational certificate	476 (17.23)	1,778 (18.05)	651 (19.53)	925 (19.36)	273 (19.21)	4,103 (18.53)
Diploma / High Vocational	430 (15.56)	1,680 (17.06)	552 (16.56)	708 (14.81)	228 (16.05)	3,598 (16.25)
Bachelor	617 (22.33)	2,064 (20.96)	605 (18.15)	767 (16.05)	260 (18.30)	4,313 (19.48)
Master's degree / Higher	401 (14.51)	1,203 (12.21)	375 (11.25)	498 (10.42)	176 (12.38)	2,653 (11.98)
Work status						
Private employees (daily wage)	-	963 (9.78)	-	-	623 (43.84)	1,586 (7.16)
Private employees (monthly wage)	-	5,784 (58.73)	-	-	726 (51.09)	6,510 (29.40)
Government employees	-	2,104 (21.36)	-	-	-	2,104 (9.50)

Table 3. Characteristics of the sample, Classified by type of users and individual characteristics (Continued)

	Employers / attorney	Insured Person Section 33	Insured Person Section 39	Insured person Section 40	Employees (Compensati on fund)	Total
Employer / business owner (have subordinates)	2,763 (100.00)	868 (8.81)	-	-	-	3,631 (16.40)
Trading / Self- employed	-	-	1,690 (50.69)	2,732 (57.17)	-	4,422 (19.97)
self-employed	-	-	1,100 (32.99)	2,043 (42.75)	-	3,143 (14.19)
Unemployed (Looking for work)	-	94 (0.95)	-	-	72 (5.07)	167 (0.75)
Not working and not ready to work (out of work)	-	36 (0.37)	544 (16.32)	4 (0.08)	-	583 (2.63)

Reference : A Survey of SSO users satisfaction in 2018

8.1.2 การขอรับบริการจาก สปส. ของ เป็นเรื่องการขอรับเงินประโยชน์ทดแทน ใน
กลุ่มตัวอย่างสำรวจ กรณีกองทุนประกันสังคมมากที่สุด (ร้อยละ
พบว่า เหตุผลของการมาใช้บริการ ณ 43.68) มีจำนวนครั้ง (เฉลี่ย) ของการติดต่อขอรับ
หน่วยบริการสำนักงานประกันสังคม ส่วนใหญ่ บริการ 3-4 ครั้งต่อปี ตาม Table 4.

Table 4. Requesting services from SSO, classified by types of users and contact matters

	Employers / attorney	Insured Person Section 33	Insured Person Section 39	Insured person Section 40	Employees (Compensati on fund)	Total
Subject contact						
Request a compensation benefit (Social Security Fund)	1,127 (35.20)	5,925 (55.01)	1,658 (45.69)	2,403 (45.89)	-	11,113 (43.68)
Request a compensation (Compensation fund)	310 (9.68)	-	-	-	1,357 (5.21)	1,667 (6.55)
Register and coordinate with medical care.	631 (19.71)	2,434 (22.60)	881 (24.28)	929 (17.74)	865 (33.22)	5,740 (22.56)
Finance and Accounting	808 (25.23)	1,655 (15.36)	747 (20.58)	1,298 (24.80)	282 (10.83)	4,790 (18.83)
Check and follow up debt / Subsidy	326 (10.18)	757 (7.03)	343 (9.45)	606 (11.57)	100 (3.84)	2,132 (8.38)
Total	3,202 (100.00)	10,771 (100.00)	3,629 (100.00)	5,236 (100.00)	2,604 (100.00)	25,442 (100.00)

Table 4. Requesting services from SSO, classified by types of users and contact matters
(Continued)

	Employers / attorney	Insured Person Section 33	Insured Person Section 39	Insured person Section 40	Employees (Compensati on fund)	Total
Average number of contact times (per year)						
Request a compensation benefit (Social Security Fund)	3.9	3.6	3.3	3.2	-	3.5
Request a compensation (Compensation fund)	4.5	-	-	-	3.7	3.9
Register and coordinate with medical care.	4.4	3.7	3.3	3.7	3.8	3.7
Finance and Accounting	3.9	3.9	3.9	3.8	3.8	3.9
Check and follow up debt / Subsidy	4.2	4.1	3.6	3.5	3.6	3.8
Average of all contact items	4.2	3.8	3.5	3.6	3.7	3.8

Reference: A Survey of SSO users satisfaction in 2018

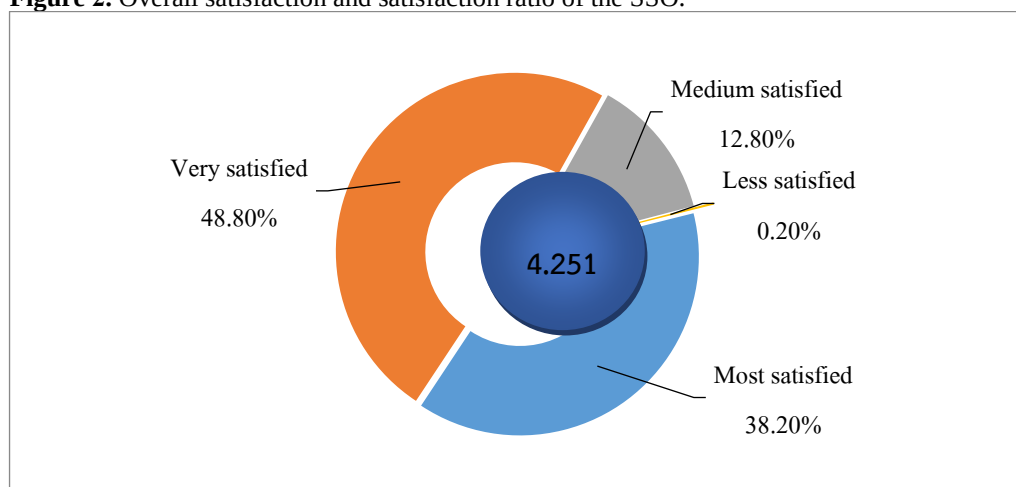
8.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ปี 2561 ที่
มีต่อการให้บริการของ สปส.

8.2.1 ความพึงพอใจในภาพรวม

ผลสำรวจพบว่า ปี 2561 สปส. ได้รับ
คะแนนความพึงพอใจในภาพรวมจาก

ผู้ให้บริการ เท่ากับ 4.251 คะแนน (Top 2 Box
ร้อยละ 87.00) โดยส่วนใหญ่เป็นคะแนนความ
พึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ร้อยละ 48.80 พึง
พอใจมากที่สุด ร้อยละ 38.20 และพึงพอใจปาน
กลาง ร้อยละ 12.80 ตามลำดับ (Figure 2.)

Figure 2. Overall satisfaction and satisfaction ratio of the SSO.



Reference: A Survey of SSO users satisfaction in 2018

8.2.2 ความพึงพอใจจำแนกตามขนาดของ สปส.

ผลการศึกษาตาม Table 5. พบว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการให้คะแนนความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงสุด 4.631 คะแนน รองลงมา ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก 4.284 คะแนน และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ 4.261 คะแนน เมื่อพิจารณาตามขนาดของ สปส. ซึ่งมีความสามารถและกระบวนการในการให้บริการทุกอย่างเหมือนกัน ได้ผลดังนี้

สปส. ขนาดเล็ก มีจำนวนทั้งสิ้น 92 หน่วยบริการ มีผู้ประกันตนไม่เกิน 100,000 ราย พบว่า ผู้ให้บริการให้คะแนนความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงสุด 4.617 คะแนน รองลงมา

ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ 4.316 คะแนน และสิ่งอำนวยความสะดวก 4.314 คะแนน

สปส. ขนาดกลาง มีจำนวนทั้งสิ้น 22 หน่วยบริการ มีผู้ประกันตน 100,000-200,000 ราย พบว่า ผู้ให้บริการให้คะแนนความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงสุด 4.654 คะแนน รองลงมา ได้แก่ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ 4.305 คะแนน และสิ่งอำนวยความสะดวก 4.265 คะแนน

สปส. ขนาดใหญ่ มีจำนวนทั้งสิ้น 23 หน่วยบริการ มีผู้ประกันตน ตั้งแต่ 200,001 ราย ขึ้นไป พบว่า ผู้ให้บริการให้คะแนนความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงสุด 4.651 คะแนน รองลงมาได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก 4.215 คะแนน และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ 4.187 คะแนน

Table 5. Satisfaction in the services of the SSO classified by the size of the SSO

	All Groups	Size of the SSO		
		Small	Medium	Large
Total	4.251	4.274	4.227	4.208
1. Staff performance :	4.261	4.274	4.305	4.187
(1) Cheerful and willing to provide services	4.253	4.248	4.331	4.201
(2) Politeness, Well speaking, Good human Relationship	4.261	4.264	4.335	4.189
(3) Enthusiasm in providing service	4.246	4.254	4.301	4.178
(4) Helpful and informative	4.257	4.281	4.289	4.161
(5) Well dressed	4.289	4.325	4.271	4.205
2. Service Procedure :	4.244	4.276	4.238	4.163
(6) Providing service according to queue	4.273	4.294	4.316	4.176
(7) Convenience in service providing procedures	4.252	4.288	4.230	4.173

Table 5. Satisfaction in the services of the SSO classified by the size of the SSO
(Continued)

	All Groups	Size of the SSO		
		Small	Medium	Large
(8) Expediting of service providing	4.241	4.262	4.240	4.182
(9) Presentation of service procedure	4.227	4.254	4.235	4.145
(10) Accuracy and completeness of services	4.228	4.280	4.168	4.137
3. Facilities :	4.284	4.314	4.265	4.215
(11) Place's cleanliness	4.312	4.342	4.307	4.232
(12) Place's orderliness	4.297	4.326	4.284	4.231
(13) Sufficiency of facilities within the building such as chairs and drinking water	4.280	4.307	4.268	4.217
(14) Sufficiency of document preparation	4.268	4.301	4.248	4.194
(15) Display of service/ public relations sign	4.261	4.295	4.219	4.202
4. Public relations of information :	4.210	4.254	4.132	4.154
(16) Easy accession to the contents/details	4.217	4.236	4.204	4.176
(17) Clearness of content/details	4.221	4.259	4.141	4.181
(18) Usefulness of contents/details to the service users/customers	4.216	4.266	4.123	4.157
(19) Updated content/details	4.202	4.258	4.104	4.132
(20) Variety of communication channel	4.193	4.250	4.087	4.124
5. Quality of service Providing:	4.248	4.316	4.162	4.135
(21) Equality in service providing	4.255	4.315	4.170	4.163
(22) accuracy and completeness of service providing	4.262	4.331	4.175	4.145
(23) Proper Timely of Service providing	4.230	4.298	4.141	4.116
(24) Transparency in service providing	4.254	4.324	4.169	4.134
(25) Users/Customers benefit from using the service	4.240	4.312	4.153	4.116
6. Development of service provided by internet :	4.631	4.617	4.654	4.651
(26) Users/Customers registration by internet	4.830	4.838	4.840	4.797
(27) Payment by e- payment	4.725	4.683	4.734	4.836
(28) Receipt printing by e-receipt	4.475	4.437	4.483	4.574
(29) Medical right checking by SSO connect	4.828	4.837	4.837	4.795
(30) Usage of SSO's member website (new design)	4.298	4.291	4.376	4.252
7. Confidence in Moral/Ethic and Transparency :	4.089	4.081	4.080	4.119
(31) Disclose content/detail and easy accession for public (Rule of Law)	4.084	4.047	4.110	4.164

Table 5. Satisfaction in the services of the SSO classified by the size of the SSO
(Continued)

	All Groups	Size of the SSO		
		Small	Medium	Large
(32) Feedback receiving channel from users/customers and others (Participation Principles)	4.035	3.995	4.086	4.102
(33) Equality and fairness in service providing (Rule of Law)	4.071	4.070	4.030	4.105
(34) Honesty of staff (Moral/Ethical principles)	4.099	4.101	4.070	4.118
(35) Staff ' practice done correctly and could be checked (Transparency Principles)	4.104	4.105	4.084	4.118
(36) Suitability of working ability and position of Staff (Value Principles)	4.123	4.128	4.095	4.134
(37) Responsibility of staff in providing good services (Responsibility Principles)	4.106	4.119	4.082	4.091

Reference: A Survey of SSO users satisfaction in 2018

เมื่อนำผลคะแนนความพึงพอใจในปัจจัยบริการ
ด้านต่างๆ ของ สปส. มาเปรียบเทียบจำแนกตาม
ขนาดของ สปส. เล็ก กลาง ใหญ่ (Figure 3.)

ผลการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการใน สปส.
ขนาดใหญ่และขนาดกลาง มีแนวโน้มพึงพอใจ
การให้บริการของ สปส. น้อยกว่าผู้ใช้บริการใน
สปส. ขนาดเล็ก

บริการ 4 รายการ (รายการลำดับที่ 22 –
25) คือ (1) การให้บริการถูกต้องครบถ้วน (2)
การให้บริการอยู่ในระยะเวลาที่เหมาะสม (3)
การให้บริการมีความโปร่งใส และ (4)
ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการ ที่
อยู่ในการดูแลของ สปส.ขนาดกลางและขนาด
ใหญ่ มีผลสำรวจคะแนน "ค่อนข้างต่ำ" เมื่อ
เปรียบเทียบกับบริการด้านอื่นใน สปส.ขนาด
เดียวกัน และมีช่วงห่าง (Gap) ของคะแนน (ช่วง
ห่างระหว่างเส้นกราฟ) "ห่างมากกว่า" ช่วงห่าง
การให้บริการอื่นๆ เมื่อเทียบกับ สปส.ขนาดเล็ก
จึงกล่าวว่าการบริการ 4 รายการนี้ ที่อยู่ในความ

รับผิดชอบของ สปส.ขนาดกลางและขนาดใหญ่
ยังมีจุดอ่อนของการให้บริการ

8.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการ ให้บริการของ สปส.

8.3.1 ในภาพรวม

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความพึง
พอใจด้วยสมการถดถอย (Linear Regression
Analysis) ผลการศึกษา ตาม Table 6.

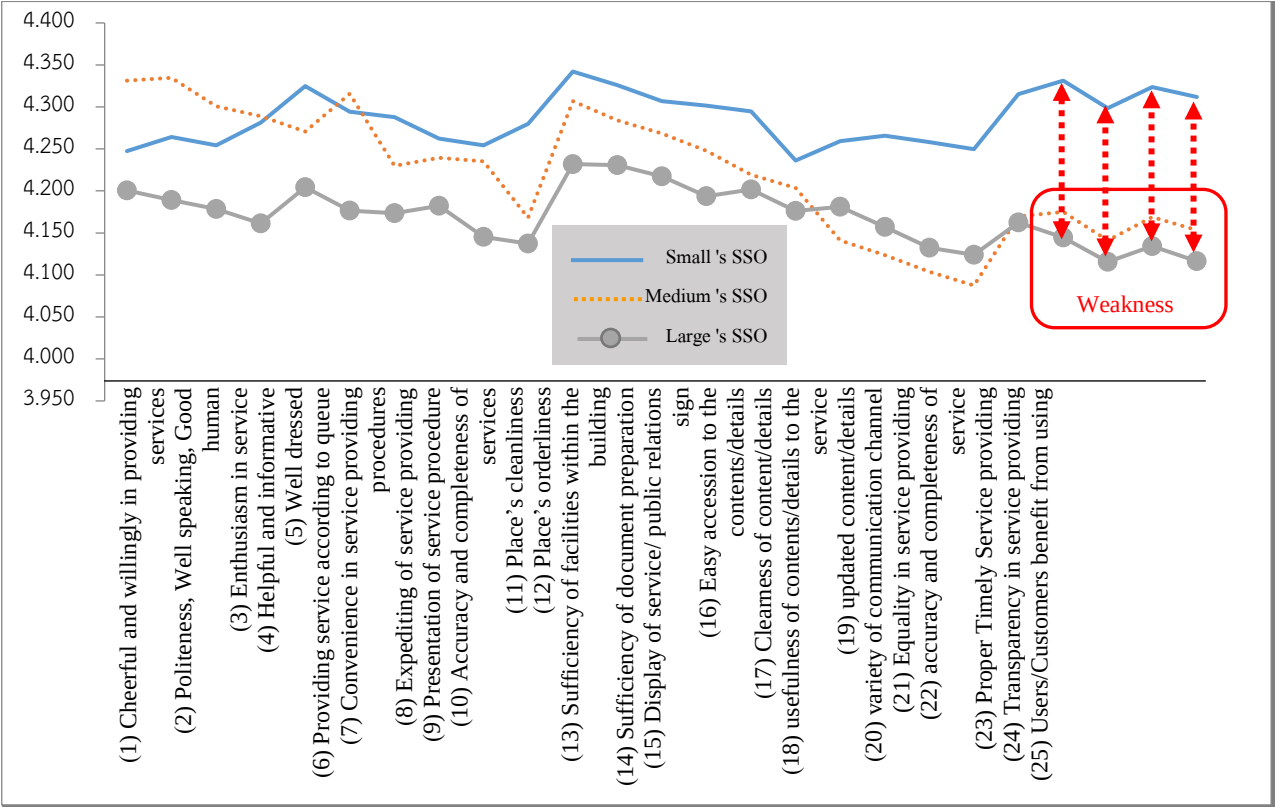


Figure 3. Satisfaction in the services of the SSO classified by the size of the SSO
Reference: A Survey of SSO users satisfaction in 2018

Table 6. The analysis of the relationship of satisfaction with regression. Sorted the components by flexible descending.

	B	t
(Constant)	0.872	28.10
Factor :		
1. Staff performance	0.181	16.36***
2. Confidence in Moral/Ethic and Transparency	0.080	8.83***
3. Quality of service providing	0.070	6.16***
4. Service procedure	0.027	2.25*
5. Public relations of Information	-0.028	-2.59**
6. Facilities	-0.005	-0.42
7. Development of service provided by internet	0.025	1.25
Large SSO in Bangkok	0.090	18.00***
Large SSO in Perimeter Provinces	0.090	14.08***
Medium SSO in Bangkok	0.081	5.11***
Medium SSO in Perimeter Provinces	0.079	13.17***
Small SSO in Southern Region	0.011	2.60**
Medium SSO in Central Region	-0.020	-3.00**
Small SSO in Central Region	-0.027	-6.51***
Large SSO in Central Region	-0.029	-5.34***
Large SSO in Northern Region	-0.044	-5.21***
Large SSO in Northeastern Region	-0.054	-5.67***
Medium SSO in Southern Region	-0.058	-8.12***
Small SSO in Northern Region	-0.004	-1.05
Medium SSO in Northeastern Region	-0.004	-0.54
Medium SSO in Northern Region	-0.006	-0.85

Note : * significance at 0.05 , ** significance at 0.01 , **** significance at 0.001

$R^2 = 0.97$

$n_{Total} = 22,146$, $n_{Small SSO} = 13,274$, $n_{Medium SSO} = 4,061$, $n_{Large SSO} = 4,811$

ผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าความยืดหยุ่นต่อการเพิ่มขึ้นของคะแนน ความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 0.181 เมื่อ สปส. สามารถปรับปรุงคุณภาพบริการของเจ้าหน้าที่ให้ดีขึ้น 1 เปอร์เซนต์ จะส่งผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมที่ผู้ให้บริการมีต่อ สปส. ได้เพิ่มขึ้น 0.181 เปอร์เซนต์ (มากที่สุดเมื่อเทียบกับบริการด้านอื่น) ดังนั้น บริการของเจ้าหน้าที่ คือ คุญแจ

แห่งความสำเร็จในงานบริการของ สปส. อย่างชัดเจน

องค์ประกอบ ความเชื่อมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใส มีค่าความยืดหยุ่นต่อการเพิ่มขึ้นของคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 0.080 เมื่อ สปส. สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกันตนรับรู้ในเรื่องคุณธรรมและความโปร่งใสขององค์กรได้ดีขึ้น 1 เปอร์เซนต์ จะส่งผลต่อความพึงพอใจใน

ภาพรวมที่ผู้ให้บริการมีต่อ สปส.ได้เพิ่มขึ้น 0.080 เปอร์เซนต์ (ภาพลักษณ์องค์กร เป็นคุณเจสำคัญอีกประการของ สปส.)

องค์กรประกอบ **คุณภาพของการให้บริการ** มีค่าความยืดหยุ่นต่อการเพิ่มขึ้นของคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 0.070 เมื่อ สปส. สามารถปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดีขึ้น 1 เปอร์เซนต์ จะส่งผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมที่ผู้ให้บริการมีต่อ สปส.ได้เพิ่มขึ้น 0.070 เปอร์เซนต์

องค์กรประกอบ **กระบวนการและขั้นตอนให้บริการ** มีค่าความยืดหยุ่นต่อการเพิ่มขึ้นของคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 0.027 เมื่อ สปส. สามารถปรับปรุงกระบวนการและขั้นตอนให้บริการให้ดีขึ้น 1 เปอร์เซนต์ จะส่งผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมที่ผู้ให้บริการมีต่อ สปส.ได้เพิ่มขึ้น 0.027 เปอร์เซนต์

องค์กรประกอบ **การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร** มีค่าความยืดหยุ่นต่อการเพิ่มขึ้นของคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม "ติดลบ - 0.028" ดังนั้น จุดอ่อนของ สปส.ที่ชัดเจนที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพราะส่งผลทำให้คะแนนความพึงพอใจในภาพรวมของ สปส. ลดลงได้

องค์กรประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีทิศทางบวก ดังนั้น 2 องค์กรประกอบนี้จะมีผลทำให้คะแนนความพึง

พอใจในภาพรวมของ สปส.เพิ่มขึ้นได้เช่นกัน แต่เนื่องจากทั้ง 2 องค์กรประกอบ ไม่ผ่านการทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับมากกว่า 95 เปอร์เซนต์ จึงไม่ยืนยันผล

เมื่อนำปัจจัยที่กำหนดทั้ง 7 องค์กรประกอบ ร่วมกับตัวแปรขนาดของ สปส. ตามภูมิภาคต่างๆ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจในภาพรวม โดยพิจารณาเครื่องหมาย +/- หน้าค่าสัมประสิทธิ์ของสมการที่ 2 ผลการศึกษา ตาม Table 7

ประเด็นที่ 1 สปส. ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในทุกขนาดของสำนักงาน (กลาง ใหญ่) มีแนวโน้มสร้างความพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการที่มีผลทำให้องค์กรได้รับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้

ประเด็นที่ 2 สปส.ในพื้นที่ภาคกลาง ในทุกขนาดของสำนักงาน(เล็ก กลาง ใหญ่) ยังไม่สามารถ (- ลบ) สร้างความพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการที่มีผลทำให้องค์กรได้รับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้

ประเด็นที่ 3 สปส.ขนาดใหญ่ ในพื้นที่ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ (ยกเว้นกรุงเทพและปริมณฑล) ยังไม่สามารถ (- ลบ) สร้างความพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการที่มีผลทำให้องค์กรได้รับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้

Table 7. The relationship between overall satisfaction and SSO size, classified by different regions.

Region	Small SSO	Medium SSO	Large SSO
Bangkok	No service unit	(+)	(+)
Perimeter Provinces	No service unit	(+)	(+)
Central Region	(-)	(-)	(-)
Region	Small SSO	Medium SSO	Large SSO
Northeastern Region	Insignificant	Insignificant	(-)
Northern Region	Insignificant	Insignificant	(-)
Southern Region	(+)	(-)	No service unit

Reference: Table 6

ประเด็นที่ 4 สปส.ขนาดเล็ก ในพื้นที่ภาคใต้ มีแนวโน้มสร้างความพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการที่มีผลทำให้องค์กรได้รับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้แต่ สปส.ขนาดกลาง ในพื้นที่ภาคใต้ กลับมีแนวโน้มยังไม่สามารถ (- ลบ) สร้างความพึงพอใจใน

ภาพรวมของการให้บริการที่มีผลทำให้องค์กรได้รับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้

8.3.2 จำแนกตามขนาดของ สปส.

ผลวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมกับปัจจัยย่อย จำแนกตามขนาดของ สปส. (Table 8)

Table 8. Correlations of factors affecting satisfaction Classified by size of SSO

	Size of SSO Unit		
	Small	Medium	Large
1. Staff performance :			
Cheerful and willing to provide services	.238**	.201**	.036*
Politeness, Well speaking, Good human Relationship	.230**	.202**	.065**
Enthusiasm in providing service	.203**	.197**	.048**
Helpful and informative	.205**	.208**	.062**
Well dressed	.181**	.106**	.065**
2. Service Procedure :			
Convenience in service providing procedures	.165**	.103**	.059**
Expediting of service providing	.168**	.102**	.065**
Presentation of service procedure	.156**	.131**	.036*
Providing service according to queue	.127**	.160**	.037**
Accuracy and completeness of services	.149**	.126**	.054**
3. Facilities :			
Place's orderliness	.122**	.084**	.037*
Place's cleanliness	.124**	.103**	.038**

Table 8. Correlations of factors affecting satisfaction Classified by size of SSO
(Continued)

	Size of SSO Unit		
	Small	Medium	Large
Sufficiency of facilities within the building such as chairs and drinking water	.121**	.114**	.039**
Sufficiency of document preparation	.140**	.108**	.069**
Display of service/ public relations sign	.117**	.107**	.050**
4. Public relations of Information:			
Clearness of content/details	.099**	.086**	.043**
Usefulness of contents/details to the service users/customers	.101**	.054**	.036*
Updated content/details	.118**	.082**	.054**
Variety of communication channel	.114**	.075**	.074**
Easy accession to the contents/details	.105**	.045**	.059**
5. Quality of service providing:			
Transparency in service providing	.164**	.079**	.055**
Accuracy and completeness of service providing	.173**	.065**	.053**
Users/Customers benefit from using the service	.171**	.077**	.042**
Proper timely of service providing	.184**	.086**	.047**
Equality in service providing	.167**	.081**	.046**
6. Development of service provided by internet :			
Usage of SSO's member website (new design)	.025**	-0.014	-.049**
Payment by e- payment	.034**	.090**	0.006
Receipt printing by e-receipt	.063**	.085**	-0.016
Medical right checking by SSO connect	.025**	.075**	0.003
Users/Customers registration by internet	.090**	.083**	-.031*
7. Confidence in Moral/Ethic and Transparency :			
Honesty of staff (Moral/Ethical principles)	.163**	.091**	-.041**
Equality and fairness in service providing (Rule of Law)	.155**	.073**	-0.007
Staff ' practice done correctly and could be checked (Transparency Principles)	.157**	.067**	-0.002
Suitability of working ability and position of Staff (Value Principles)	.151**	.053**	-0.009
Responsibility of staff in providing good services (Responsibility Principles)	.170**	.067**	0.002
Feedback receiving channel from users/customers and others (Participation Principles)	.173**	.051**	0.003
Disclose content/detail and easy accession for public (Rule of Law)	.174**	.038*	0.014

* significance at 0.05

** significance at 0.01

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยบริการทุกด้านล้วนมีความสำคัญ (มีความสัมพันธ์)ต่อการก่อให้เกิดความพึงพอใจในภาพรวมของ สปส. อย่างแท้จริง สปส.ทุกขนาด (เล็ก กลาง ใหญ่) ต้องให้ความสำคัญกับบริการทุกด้านเสมอเหมือนกัน กระบวนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านการให้บริการ ควรมีมาตรฐานเดียวกันทั้ง 137 หน่วยบริการ

มีข้อสังเกตเพิ่มเติม

สำหรับกรณี สปส.ขนาดใหญ่ พบว่า คะแนนความพึงพอใจในภาพรวม ไม่มีความสัมพันธ์ กับคะแนนความเชื่อมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใส ดังนั้น การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรด้านคุณธรรมและความโปร่งใส ต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับ สปส. ขนาดใหญ่

9. สรุปและอภิปรายผล

9.1 สรุป

(1) การมาใช้บริการของผู้ประกันตน ณ หน่วยบริการสำนักงานประกันสังคม ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการขอรับเงินประโยชน์ทดแทนในกรณีกองทุนประกันสังคมมากที่สุด มีจำนวนครั้ง (เฉลี่ย) ของการติดต่อขอรับบริการ 3-4 ครั้งต่อปี

(2) ผู้ใช้บริการให้คะแนนความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงสุด รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการของเจ้าหน้าที่

(3) สปส. ขนาดใหญ่และขนาดกลาง ได้คะแนนน้อยและมีช่วงห่างของคะแนนความพึงพอใจเมื่อเทียบกับการให้บริการของ สปส. ขนาดเล็ก มากที่สุดในบริการ 4 รายการ คือ การให้บริการถูกต้องครบถ้วน การให้บริการอยู่ในระยะเวลาที่เหมาะสม การให้บริการมีความโปร่งใส และผู้ให้บริการได้รับประโยชน์จากการให้บริการ

(4) การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ความเชื่อมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใส คุณภาพของการให้บริการ และกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทิศทางบวก (+)

(5) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในทิศทางลบ (-)

(6) สปส. ขนาดกลางและใหญ่(ทุกขนาด หน่วยบริการ) ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และสปส.ขนาดเล็ก ในพื้นที่ภาคใต้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในภาพรวม

(7) สปส. ทุกขนาดของสำนักงาน (เล็ก กลาง ใหญ่) ในพื้นที่ภาคกลาง และสปส. ขนาดใหญ่ ในพื้นที่ ภาคตะวันออกเฉยเหนือ และภาคใต้ ยังไม่สามารถ (-) สร้างความพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการที่มีผลทำให้องค์กรได้รับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้

(8) ปัจจัยย่อยด้านบริการทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในภาพรวมของ สปส. ทุกขนาด (เล็ก กลาง ใหญ่)

(9) สปส.ขนาดใหญ่ มีคะแนนความพึงพอใจในภาพรวม ไม่มีความสัมพันธ์ กับคะแนนความเชื่อมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใส

9.2 อภิปรายผล

(1) บริการเจ้าหน้าที่ กระบวนการและขั้นตอนให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ คุณภาพบริการ พบผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระดับที่ใกล้เคียงกัน สะท้อนว่า สปส. สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้ ได้อยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้าพึงพอใจใกล้เคียงกัน

(2) ผู้ใช้บริการของ สปส. ต้องการความสะดวกสบายในการใช้บริการ ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ และ สปส. สามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้ตรงกับสิ่งที่ผู้บริการคาดหวัง (เรื่องการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต)

(3) การพัฒนาการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ความเชื่อมั่นในคุณธรรมและความโปร่งใส คุณภาพของการให้บริการ และกระบวนการและขั้นตอนให้บริการ เป็นแนวทางที่จะทำให้คะแนนความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้น โดยบริการของเจ้าหน้าที่ และภาพลักษณ์องค์กรด้านคุณธรรมและความโปร่งใสคือ กุญแจแห่งความสำเร็จในงานบริการของ สปส.อย่างชัดเจนและมีน้ำหนักมากที่สุด

(4) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เป็นจุดอ่อนของ สปส.ที่ชัดเจนที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพราะส่งผลทำให้คะแนนความพึงพอใจในภาพรวมของ สปส. ลดลงได้

(5) สปส.ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในทุกขนาดของสำนักงาน (กลาง ใหญ่) และสปส.ขนาดเล็ก ในพื้นที่ภาคใต้ มีแนวโน้มสร้างความพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการที่มีผลทำให้องค์กรได้รับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้

(6) สปส. ทุกขนาดของสำนักงาน (เล็ก กลาง ใหญ่) ในพื้นที่ภาคกลาง และสปส. ขนาดใหญ่ ในพื้นที่ ภาคตะวันออกเฉยเหนือ และภาคใต้ ยังไม่สามารถ (-) สร้างความพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการที่มีผลทำให้องค์กรได้รับคะแนนความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้

(7) การพัฒนาคุณภาพบริการควรเน้นที่การให้บริการถูกต้องครบถ้วน การให้บริการอยู่ในระยะเวลาที่เหมาะสม การให้บริการมีความโปร่งใส และทำให้ผู้บริการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการ

(8) การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรด้านคุณธรรมและความโปร่งใส ต้องให้ความสำคัญกับ สปส.ขนาดใหญ่

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ปัจจัยบริการทุกด้านมีความสำคัญต่อการก่อให้เกิดความพึงพอใจในภาพรวมของ สปส. โดยสปส.ทุกพื้นที่ ต้องให้ความสำคัญกับบริการทุกด้านเสมอเหมือนกัน กระบวนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรในด้านการให้บริการแบบมืออาชีพ ควรมีมาตรฐานเดียวกันทั้ง 142 หน่วยบริการ/ศูนย์ฟื้นฟู

10.2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ต้องการความทันสมัยของการติดต่อและรับข่าวสารที่มากขึ้น และสปส. มีจุดแข็งในบริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี/อินเทอร์เน็ต และมีจุดอ่อนเรื่องช่องทางติดต่อสื่อสารซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จึงดูเหมือนมีความขัดแย้งกันในผลการศึกษา ดังนั้น นัยยะสำคัญของจุดอ่อนเรื่องช่องทางติดต่อสื่อสาร จึงไม่ใช่เรื่องของช่องทางการสื่อสารแต่เป็นเรื่องระบบสื่อสารที่เน้นความทันสมัย รวดเร็ว มีความชัดเจน เนื้อหาสาระ/ประโยชน์ เข้าใจง่าย มีคำตอบให้กับผู้ใช้บริการได้ทุกเรื่องตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และการให้คำแนะนำปรึกษาของเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรของ สปส. จะเป็นช่องทางที่สามารถตอบโจทย์ข้อมูลข่าวสาร ที่ตรงกับสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการมากกว่าช่องทางสื่อสารอื่นๆ

10.3 สปส. ต้องมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่ให้เนื้อหาสาระ/ประโยชน์ เข้าใจง่าย และเป็นปัจจุบัน(Update)ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ผ่านทางเจ้าหน้าที่ หรือบุคลากรของ สปส. และสื่อออนไลน์ต่างๆ

10.4 สปส. ต้องมีการพัฒนาการให้บริการใน สปส. ทุกขนาดของสำนักงาน (เล็ก กลาง ใหญ่) ในพื้นที่ภาคกลาง และสปส.ขนาดใหญ่ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ โดยเน้นที่การให้บริการถูกต้องครบถ้วน การให้บริการอยู่ในระยะเวลาที่เหมาะสม การให้บริการมีความโปร่งใสและทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์จากการใช้บริการ

10.5 การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรด้านคุณธรรมและความโปร่งใส ต้องให้ความสำคัญกับ สปส.ขนาดใหญ่

References

- Pranee Eimlaorphakdee (2007). *Marketing Management*. (2nd edition). Bangkok : Thana Press.
- Ratchaya Kulvanichchaiyanan (1992). Satisfaction of insured persons towards medical services in accordance with social security policy: a case study of insured persons in Bangkok and Perimeter Provinces. Bangkok : Social Security Office.
- Community Economic Research and Development Center, The Faculty of Economics, Chiang Mai University. (2018). Satisfaction of the Social Security Office 2018. Bangkok : Social Security Office.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Wallerstein, H. (1971). *A dictionary of psychology*. Maryland: Penguin Book.
- Concepts of service principles: Academic and Planning Division, Research and Evaluation Group, Chiang Mai Municipality, from online media reference
(Link) <https://www.stou.ac.th/offices/Oce/kmoce1/หลักการให้บริการ%20%20%20%206%20พ.ย.52chap41110604.pdf>