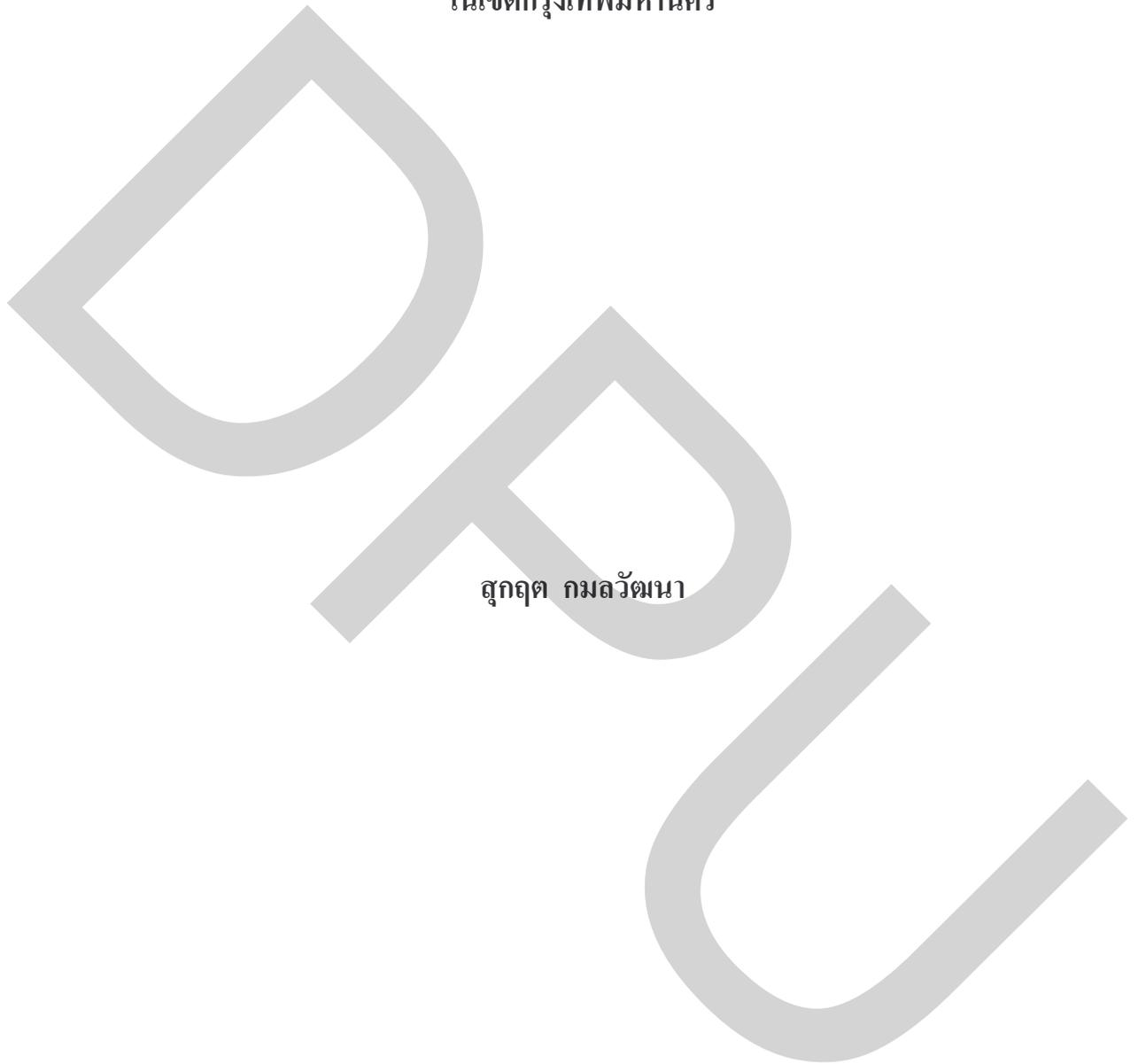


การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
สำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506
ในเขตกรุงเทพมหานคร



สุกฤดี กมลวัฒนา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2552

**Information Exposure, Behavior and Satisfaction of the Service Users of the
Social Security Office : A Case Study of the Service Users of the SSO
Hotline 1506 in Bangkok**



SUKRIT KAMOLWATTANA

**A Thesis Submitted in partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication)
Department of (Business Communication)
Graduate School, Dhurakij Pundit University
2009**

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเพราะได้รับการสนับสนุน การเอาใจใส่ที่ดี ให้คำแนะนำที่ดี และช่วยแก้ไขเนื้อหาให้ครบถ้วนถูกต้องและสมบูรณ์ กระทั่งคอยกระตุ้นเตือนให้ผู้วิจัยทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์จาก ดร. อัญชลี จุฬาพิมพ์พันธุ์ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์อรุณ งามดี ที่รับเป็นประธานกรรมการสอบในครั้งนี้ และคอยให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ รศ.ดร. อุษา บิ๊กกินส์ และผศ.ดร. กุลทิพย์ ศาตระรุจิ กรรมการสอบที่ช่วยกรุณาให้ข้อเสนอแนะ และกลั่นกรองในการปรับแก้ไขวิทยานิพนธ์จนเป็นรูปเล่มที่ท่านอ่านอยู่ในขณะนี้

ขอขอบพระคุณแม่(พริก) คอยให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือโดยไม่ปริกบั่น สักคำ แม้กระทั่งเป็นผู้อุปการะค่าเทอมให้กับผู้วิจัย ขอขอบคุณพี่ๆ น้องๆ ของสำนักงานประกันสังคม ที่ให้เนื้อหาสาระข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับงานวิจัยเล่มนี้ ขอขอบคุณพี่ๆ น้องๆ กลุ่มรหัส 48 พี่ณัช มิ่ง ป็อบ อู๋ย นิ่ว และโย ที่คอยช่วยเหลือ แนะนำ เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยในการทำงาน และที่ขาดไม่ได้เลย ถ้าไม่ได้รับความช่วยเหลือ คอยเป็นตัวขับเคลื่อนให้ผู้วิจัยสามารถทำผลงานวิจัยเล่มนี้ได้เสร็จสมบูรณ์ และคอยเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยตลอดการทำงานวิจัย ขอขอบคุณจากใจ น้องเขมริน จุลมาศ และขอขอบคุณบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้เอ่ยนามออกมาก็นับสิบนับร้อยคนได้ครบถ้วน

สุดท้ายเมื่องานวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยอยากให้ผู้ที่เข้ามาเปิดอ่านได้ความรู้ ความเข้าใจ และได้รับประโยชน์จากการใช้ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้เป็นอย่างดี ส่วนในการทำวิจัยในครั้งต่อไปนั้น สามารถนำไปต่อยอดในส่วนที่ผู้วิจัยไม่ได้ศึกษาต่อซึ่งอาจจะสร้างภาพลักษณ์ ความเข้าใจ ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ให้กับผู้ใช้บริการ หรือผู้ประกันตน นายจ้าง และสถานประกอบการต่างๆ ได้ดียิ่งกว่าในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ เพราะอาจจะยังขาดบกพร่องไปบ้างแต่ก็คิดว่าน่าจะเป็นประโยชน์ไม่มากนักน้อย ในการนำไปใช้กับบุคคลที่ใช้ประกันสังคมในชีวิตประจำวัน และตลอดไป

สุกฤต กมลวัฒนา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๗
สารบัญภาพ.....	๗
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานาวิจัย.....	14
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	14
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	14
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	15
1.6 นิยามศัพท์.....	15
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประกันสังคม.....	19
2.2 ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	30
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	41
2.4 แนวคิดประชาสัมพันธ์	56
2.5 แนวคิดด้านประชากรศาสตร์.....	66
2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	70
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	75
3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา.....	75
3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	76
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	76
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	78

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	78
3.6 การวัดค่าตัวแปรและการให้คะแนน.....	79
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	81
3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	82
3.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	83
4. ผลการวิจัย.....	84
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	84
ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูล ประกันสังคม 1506.....	88
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูล ประกันสังคม 1506	91
ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506	94
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน.....	97
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	136
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	136
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	143
5.3 ความคิดเห็นอื่นๆ	154
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งนี้.....	157
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	159
บรรณานุกรม.....	160
ภาคผนวก.....	167
ประวัติผู้เขียน.....	187

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ตารางสถิติจำนวนสายโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาใช้บริการของ ศูนย์บริการข้อมูล ประกันสังคม 1506 ของศูนย์สารสนเทศ สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน ระหว่าง ปีพ.ศ. 2549 - 2550	10
4.1 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	85
4.2 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	85
4.3 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	86
4.4 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	87
4.5 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	88
4.6 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506.....	89
4.7 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506.....	91
4.8 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทการบริการ ในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506.....	92
4.9 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยในการใช้ บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506.....	93
4.10 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ จำแนกตามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มี ต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506.....	94
4.11 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อโทรทัศน์จำแนกตามอาชีพ.....	98
4.12 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อวิทยุจำแนกตามอาชีพ.....	99
4.13 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อหนังสือพิมพ์จำแนกตามอาชีพ	100
4.14 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่ออินเตอร์เน็ตจำแนกตามอาชีพ.....	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อโปสเตอร์จำแนกตามอาชีพ	102
4.16 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อแผ่นพับและใบปลิวจำแนกตามอาชีพ.....	103
4.17 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อป้ายโฆษณาจำแนกตามอาชีพ.....	104
4.18 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์จำแนกตามอาชีพ.....	105
4.19 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อวารสารและจดหมายจำแนกตามอาชีพ.....	106
4.20 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อเสียงตามสายจำแนกตามอาชีพ.....	107
4.21 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่จำแนกตามอาชีพ	108
4.22 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ใช้บริการจากสื่อวิทยุทัศน์สำนักงานประกันสังคมจำแนกตามอาชีพ.....	109
4.23 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับ ประกันสังคมจำแนกตามอาชีพ.....	110
4.24 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อข้าราชการ และเจ้าหน้าที่ประกันสังคม จำแนกตามอาชีพ	111
4.25 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อพ่อ-แม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูงจำแนก ตามอาชีพ	112

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.26 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่ออินเทอร์เน็ต www.sso.go.th จำแนกตามอาชีพ.....	113
4.27 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ จำแนกตามรายได้.....	114
4.28 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์ จำแนกตามรายได้.....	115
4.29 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความสะดวกและเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ จำแนกตามรายได้.....	116
4.30 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความต้องการของผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามรายได้.....	117
4.31 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการบริการด้วยอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย รองรับการใช้บริการ จำแนกตามรายได้.....	118
4.32 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีโทรศัพท์คู่สายที่รองรับความต้องการ ในการให้บริการ จำแนกตามรายได้.....	119
4.33 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ การสนทนากับผู้ให้บริการเป็นอย่างไรดี จำแนกตามรายได้	120

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.34 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้.....	123
4.35 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการกับผู้ให้บริการจำแนกตามรายได้.....	124
4.38 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์มีความรู้ ความชำนาญ ในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ จำแนกตามรายได้.....	125
4.39 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีอชยาศัสมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการจำแนกตามรายได้.....	126
4.40 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการได้รับคำอธิบายในการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ จำแนกตามรายได้.....	127
4.41 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพอใจที่ได้รับคำแนะนำปรึกษา ซึ่งช่วยให้ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ จำแนกตามรายได้.....	128
4.42 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคมตามที่ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง จำแนกตามรายได้.....	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.43 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับ ข้อเท็จจริง จำแนก ตามรายได้.....	130
4.44 ตารางแสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1.....	131
4.45 ตารางแสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2.....	133

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพโครงสร้างและอัตรากำลังศูนย์บริการข้อมูล 1506 และงานรับเรื่องร้องเรียน..	11
1.2 ภาพขั้นตอนการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506.....	12
2.1 ภาพบันได 3 ขั้นในการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ	48
2.2 ภาพ 3 แผนภาพ แนวโน้ม ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	54

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูล ประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	สุกฤต กมลวัฒนา
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.อัญชลี จุฬาพิมพ์พันธุ์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของ
ผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขต
กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย เพื่อศึกษาถึงการ
เปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เพื่อศึกษาถึงการ
การใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 และศึกษาถึงความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
ประชากรที่ทำการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันคนที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้
วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sample) และการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive
Sample) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 คน ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS v.15
ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Means)
ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีอายุอยู่ในช่วง
31 - 38 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง
10,001 - 15,000 บาท

การเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปแล้ว ผู้ใช้บริการมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มาก
ที่สุด โดยรับชมโทรทัศน์ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์

ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506
โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุดคือ 12.01 - 18.00 น. รองลงมาคือ ช่วงเวลา 06.01 - 12.00 น.
ในส่วนประเภทการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการต่อประเภทการให้บริการข้อมูล
และข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้บริการต่อประเภทการบริการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกันตน

โดยผู้ใช้บริการมีปัจจัยในการใช้บริการในด้านความต้องการบริการข้อมูล และข่าวสารประกันสังคมมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความต้องการสอบถามสิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม

ส่วนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ คือ การมีทัศนคติมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ที่มีความรู้ความชำนาญในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ พบว่าสมมติฐานข้อที่ 1 คือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโปสเตอร์ สื่อแผ่นพับและใบปลิว สื่อป้ายโฆษณา สื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ สื่อวีดิทัศน์สำนักงานประกันสังคม สื่อข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคม และสื่ออินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ www.sso.go.th ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เพื่อเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน แต่มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร สื่อวารสารและจดหมาย สื่อเสียงตามสาย สื่อหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ สื่อการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคม สื่อพ่อ - แม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง ไม่ต่างกัน

ส่วนสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคมตามที่ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง และข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการและคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง โดยมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน แต่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์เกี่ยวกับความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับความสะดวก และเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ เกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการบริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย รองรับการให้บริการ เกี่ยวกับการมีโทรศัพท์คู่สายที่รองรับความต้องการในการให้บริการ เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ การสนทนา กับผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการกับผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่แสดงน้ำเสียงไม่พอใจ และแสดงความรำคาญกับผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหา กับผู้ใช้บริการ ได้ชัดเจนเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ เกี่ยวกับการมีทัศนคติมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ เกี่ยวกับการได้รับคำอธิบายในการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจเกี่ยวกับความพอใจที่ได้รับ คำแนะนำ ปรีกษา ซึ่งช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ ไม่ต่างกัน

Thesis Title	Information Exposure, Behavior and Satisfaction of the Service Users of the Social Security Office : A Case Study of the Service Users of the SSO Hotline 1506 in Bangkok
Author	Sukrit Kamolwattana
Thesis Advisor	Dr. Anchalee Chulapimpan
Department	Business Communication
Academic Year	2008

ABSTRACT

The study on “Information exposure, behavior and satisfaction of the service users of the Social Security Office : A case study of the service users of the SSO hotline 1506 in Bangkok” intends to find out the information exposure of the service users to the SSO hotline 1506, behavior of the service users to the SSO hotline 1506 and satisfaction of the service users towards the SSO hotline 1506.

Questionnaires were employed to collect data. The Samples were the service users or the insured persons who worked in Bangkok Metropolitan Area using simple random sampling technique and purposive sampling technique. The number of samples were 400 service users. The data was processed using SPSS V.15 program. Statistical techniques used in data analysis were descriptive statistics such as frequency, means, percentage and standard deviation.

The result of the study shows that most of the service users are female with the age range of 31-38 years. The level of education is bachelor degree. They are working in private companies with the average monthly salary at 10,001-15,000 Baht.

The result on information exposure, indicates that media that the service users access most is the television. They watch the television 3-4 times a month. The second channel to access information is newspaper.

Most of the service users to the hotline 1506 prefer to use 1506 service during 12.01-18.00 hrs. The second duration that they preferred is during 06.01-12.00 hrs.

The most preferable service type is the consultancy service. The service users have factor related to social security information at the most. The second requirement is about benefits from the Social Security Fund.

Research shows that most of the service users are satisfied with the hotline 1506 service with SSO personnel. They feel pleased with the friendliness of the staff at the medium level. The secondary satisfaction is on knowledge and skill of the staff about the social security matter. The level of satisfaction is also at the medium level.

The result of the hypothesis testing of the 2 assumptions shows that the first assumption, the service users with different career would have different information exposure on poster, leaflet, brochure, pamphlet, public relations material, SSO video, SSO government officers and SSO officers and website www.sso.go.th. However, there is no difference on preference liking when they access the information from television, radio, newspaper, magazine journal and newsletter, voice evacuation system, mobile unit, training and seminar, parents, relatives and friends.

For the second assumption, the result shows that the service users who have different income have different satisfaction towards 1506 hotline in the following cases : when they have never received the required information from the SSO, when they have to find out social security information by themselves and when the information received from the SSO officers do not meet their requirement or the information is wrong. However, there is no difference in satisfaction with the fast service through telephone, the readiness to provide services through telephone including the convenience and suitable time of services. There is no difference of satisfaction with the service users' need such as answers to the enquiries, services through modern equipment, and sufficient telephone lines. There is also no difference of satisfaction with the operators in the following cases : when the operators provide good services, pay attention to the service users, are eager to provide service, use annoying voice, answer the question clearly, have knowledge and skill on social security services, provide service in a friendly manner, give clearly explanation which is easy to understand and give good advice that can solve any kind of problems.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การประกันสังคมได้เริ่มมีบทบาท และเข้าสู่ประเทศไทยเมื่อปีพ.ศ. 2495 โดยรัฐบาลในสมัยนั้นได้แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นมาชุดหนึ่งชื่อว่า “คณะกรรมการสังคมสงเคราะห์” เพื่อให้พิจารณาวิธีดำเนินการ ให้ความช่วยเหลือประชาชนทางด้านสวัสดิการสังคม ส่งเสริมให้ประชาชนได้มีที่ดินทำกิน และมีบ้านเรือนเป็นของตนเองประกอบสัมมาอาชีพเป็นหลักฐาน และจัดเรื่องสงเคราะห์เพื่อคุ้มครองตนเอง และครอบครัวให้ประสบความผาสุก และมีหลักประกันในความเป็นอยู่แห่งชีวิต เช่น ให้กรณีที่มีเจ็บป่วย การคลอดบุตร พิการทุพพลภาพ ชราภาพ และมรณกรรม ฯลฯ ดังนั้น คณะกรรมการชุดนี้จึงมีความเห็นว่า การจะช่วยเหลือประชาชนให้มีหลักประกันความมั่นคงอย่างแน่นอน และสม่ำเสมอตลอดไปนั้นจำเป็นต้องดำเนินการด้วยวิธีการประกันสังคม และได้แต่งตั้งคณะกรรมการสังคมสงเคราะห์เพื่อให้พิจารณาเสนอหลักการ และวิธีการดำเนินการ

เมื่อการพิจารณาเสร็จสิ้นลง คณะอนุกรรมการสังคมสงเคราะห์จึงได้นำเสนอความเห็นต่อประธานคณะกรรมการสังคมสงเคราะห์ พร้อมกับเสนอร่างพระราชบัญญัติประกันสังคมเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2495 ทั้งนี้คณะอนุกรรมการสังคมสงเคราะห์ ร่วมกับสภาเศรษฐกิจแห่งชาติ และพิชานู บุญยัง แห่งคณะกรรมการกฤษฎีกาได้พิจารณาเห็นว่าบุคคลในชาติแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ประเภทที่ช่วยตัวเองได้ ได้แก่ ผู้ที่มีร่างกายสมบูรณ์มีความขยันหมั่นเพียรประกอบอาชีพมั่นคงสามารถหารายได้เลี้ยงตัวเอง และครอบครัว ตลอดจนสามารถออมทรัพย์ไว้ได้ โดยไม่เดือดร้อน

2. ประเภทที่ช่วยตัวเองไม่ได้ ได้แก่ ผู้ล้าคน ขันสนไม่มีทรัพย์สินเป็นหลักฐานหรือร่างกายพิการ หรือเจ็บป่วยเรื้อรัง หรือผู้เลี้ยงดูครอบครัวถึงแก่กรรม หรือผู้ช่วยเหลือตัวเอง

ไม่ได้ ฯลฯ ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้ถือเป็นภาระและหน้าที่ของรัฐบาลจะต้องเข้าช่วยเหลือ เพื่อให้พ้นทุกข์ยาก และถ้ามีบุคคลประเภทที่ 2 เพิ่มมากขึ้นเพียงใดย่อมเป็นภาระอันยิ่งใหญ่แก่สังคมที่จะต้องอุปการะเลี้ยงดู ฉะนั้นจึงเป็นการจำเป็นต้องจัด และป้องกันบุคคลประเภทที่กล่าวนี้ให้ลดน้อยลงหรือหมดสิ้น ไปซึ่งนานาชาติได้ยึดหลักการสังคมสงเคราะห์ (Social Security) เป็นทางปฏิบัติได้ผลสำเร็จมาเป็นลำดับโดยแยก การสงเคราะห์ออกเป็น 2 สาขาใหญ่ๆ คือ การประกันสังคม (Social Insurance) และการประชาสงเคราะห์ (Social Assistance)

สำหรับสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกันตน จะได้รับประกอบด้วยประโยชน์ทดแทนเพื่อการคลอดบุตร เพื่อการสงเคราะห์บุตร เพื่อการเจ็บป่วย เพื่อการพิการหรือทุพพลภาพ เพื่อการชราภาพ และเพื่อการฌาปนกิจ ทั้งนี้ประโยชน์ทดแทนประเภทใด จะใช้เมื่อใดให้ประกาศโดยพระราชกฤษฎีกา และการบังคับใช้ในเขตท้องที่ใดเมื่อใดให้ประกาศโดยพระราชกฤษฎีกาเช่นกัน

สิงหาคม พ.ศ. 2499 ได้มีการปรับปรุง และเตรียมการที่จะนำการประกันสังคมเข้ามาใช้ใหม่ โดยหนังสือพิมพ์สยามนิกร ได้เสนอข่าวว่ากรมประกันสังคมเตรียมการบังคับ ใช้กฎหมายประกันสังคมแก่ประชาชนอย่างแน่นอนในปีพ.ศ. 2500 และในเดือนตุลาคมต่อมาได้เตรียมการโดยในขั้นแรกให้เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการประกันสังคม ด้วยการจัดทำหนังสือพิมพ์รายวันชื่อ “ประชาสังคม” ออกจำหน่ายให้แก่ประชาชนในราคา 50 สตางค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ และสนับสนุนการประกันสังคม (อ้างถึงในประกันสังคมอยู่คู่สังคมไทย, 2545 : 7-30)

ในปีพ.ศ. 2515 กรมแรงงานได้ผลักดันให้มีการจัดตั้ง สำนักงานกองทุนเงินทดแทนขึ้นในช่วงเวลาที่ประเทศไทยปกครองโดยคณะปฏิวัติ โดยออกประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 103 ลงเมื่อวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2515 ให้มีการจัดตั้งสำนักงานกองทุนเงินทดแทนขึ้น ในกรมแรงงาน กำหนดให้นายจ้างจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนฝ่ายเดียว เพื่อให้มีการจ่ายเงินทดแทนแก่ลูกจ้างเมื่อประสบอันตราย หรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงานจึงอาจกล่าวได้ว่า กองทุนเงินทดแทนเป็น ก้าวแรกของการประกันสังคมในประเทศไทย ประเภทไม่มีเงินสมทบ (Noncontributory System) ที่ให้หลักประกันแก่ลูกจ้าง กรณีประสบอันตราย หรือเจ็บป่วยโรคเนื่องจากการทำงานให้ได้รับประโยชน์ทดแทน จากสำนักงานกองทุนเงินทดแทนกรณีเจ็บป่วย สูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ หรือเสียชีวิต ทายาทจะได้รับค่าทำศพ และผู้อยู่ในความอุปการะของลูกจ้างผู้ตายจะได้รับค่าตอบแทน กระนั้นก็ตามหลักประกันเพียงเท่านั้นยังไม่เพียงพอสำหรับลูกจ้างเพราะหลังจากที่ลูกจ้างเลิกงาน หรือหากลูกจ้างประสบอันตรายที่ไม่เนื่องจาก การทำงานก็จะไม่อยู่ในขอบข่ายความคุ้มครอง ของกองทุนเงินทดแทน

ในปี พ.ศ. 2533 ประเทศไทยกำลังพัฒนา เข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมเพื่อสนองความต้องการแรงงานมีสูงลูกจ้างมีอำนาจในการต่อรองมาก ลูกจ้างได้เรียกร้องให้มีกฎหมายเพื่อคุ้มครองในกรณีประสบอันตราย หรือเจ็บป่วยนอกเวลาทำงานมากขึ้น ฝ่ายนายจ้างก็แสดงความคิดเห็นด้วยกับแนวคิดนี้รัฐบาลโดยพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ นายกรัฐมนตรี และฝ่ายค้านต่างขานรับข้อเรียกร้องของฝ่ายลูกจ้าง และเสนอร่างกฎหมายต่อสภา ในที่สุดรัฐสภาได้ผ่านความเห็นชอบในพระราชบัญญัติประกันสังคมพ.ศ. 2533 โดยกฎหมายกำหนดให้ฝ่ายลูกจ้าง นายจ้าง และรัฐบาลร่วมกันจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนกลาง และเรียกกองทุนกลางนี้ว่า “กองทุนประกันสังคม” เรียกลูกจ้างผู้ต้องจ่ายเงินสมทบว่า “ผู้ประกันตน” กำหนดความคุ้มครอง 7 กรณีคือ กรณีเจ็บป่วย กรณีคลอดบุตร กรณีทุพพลภาพ กรณีตาย กรณีสงเคราะห์บุตร กรณีชราภาพ และกรณีว่างงาน โดยในระยะแรกคุ้มครอง 4 กรณี คือ กรณีเจ็บป่วย กรณีคลอดบุตร กรณีทุพพลภาพ กรณีตาย สำหรับกรณีสงเคราะห์บุตร กรณีชราภาพ บังคับใช้เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2541 และกรณีว่างงาน นั้น บังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2547 (อ้างอิงในชัยวัฒน์ พันธุ์พานิช, 2543 : 1-2)

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาจึงมีการเจริญเติบโตในด้านต่างๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านระบบสาธารณสุขโลก และด้านคมนาคม เป็นต้น จากการที่ประเทศไทยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจทำให้มีการว่าจ้างงานในด้านต่างๆ เกิดขึ้นมากมายในการดำเนินงานธุรกิจ ผู้ใช้แรงงานเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ ทางธุรกิจในด้าน การก่อสร้างเช่น ตึก อาคาร คอนโดมิเนียม หมู่บ้านจัดสรร โรงงานอุตสาหกรรม ถนนทางด่วน กรุงเทพฯ ถนนสายสำคัญๆ ในประเทศไทย และระบบสาธารณสุขโลก รวมทั้งระบบคมนาคมเช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (BMCL) เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเกิดจากแรงงานในการทำงานของผู้ใช้แรงงาน

ผู้ใช้แรงงานจำนวนมากมีฐานะยากจน มีรายได้ต่ำ และส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเป็นจำนวนมาก ทำให้ครอบครัวไม่สามารถส่งบุตรหลาน ได้ศึกษาเล่าเรียนตามที่รัฐบาลได้ กำหนดการศึกษาขั้นพื้นฐานได้ จึงทำให้ขาดโอกาสในการศึกษา และประกอบอาชีพที่มั่นคงของตนเองได้ อีกทั้งผู้ใช้แรงงานเหล่านี้ยังต้องดำรงชีวิตในสังคม ที่มีแต่ความวุ่นวายประกอบกับผู้ใช้แรงงานยังต้องสร้างฐานะที่มั่นคง หาหลักประกันให้แก่ตนเอง และครอบครัวในการประกอบอาชีพที่มีความเสี่ยงในการทำงาน ฉะนั้นรัฐบาลเห็นถึงปัญหาที่เกิดจากแรงงาน และให้ความสำคัญของคนที่ใช้แรงงานเหล่านี้ จึงพยายามจัดตั้งสำนักงานประกันสังคม กรมแรงงาน กระทรวงมหาดไทยในปี

พ.ศ. 2533 เพื่อกำกับดูแลพระราชบัญญัติ 2 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติเงินทดแทน และพระราชบัญญัติประกันสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างหลักประกันความมั่นคงในการทำงาน และในการดำรงชีวิตของประชาชนที่ใช้แรงงาน เพื่อนำรายได้ของแต่ละคนมามีส่วนช่วยตนเองและครอบครัว

ข้อมูลจากกองวิจัยและพัฒนา สำนักงานประกันสังคม พบว่าในปีพ.ศ. 2548 ประเทศไทย มีผู้ใช้แรงงานที่เป็นผู้ประกันตนทั้งหมด 8,467,410 คน ส่วนในปีพ.ศ. 2549 มีผู้ใช้แรงงานที่เป็นผู้ประกันตนทั้งหมด 8,860,183 คน และในปีพ.ศ. 2550 มีผู้ใช้แรงงานที่เป็นผู้ประกันตนทั้งหมด 9,182,170 คน เห็นได้ว่าจำนวนผู้ใช้แรงงานเหล่านี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี และมีจำนวนไม่น้อยที่ยังขาดโอกาสทางการศึกษา มีจำเป็นต้องใช้แรงงานในการทำงานเพื่อแลกเปลี่ยนกับเงินทอง ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการอยู่รอดทางสังคมในปัจจุบัน แต่ถ้าวินิจฉัยผู้ใช้แรงงานไม่มาทำงาน ก็จะไม่มียาได้มาเป็นค่าใช้จ่ายของตนเอง และครอบครัว จากการทำงานนี้เองรายได้จำนวนที่ได้มาจากการทำงานในแต่ละครั้ง ส่วนหนึ่งของรายได้จะต้องหักไปจ่ายให้กับทางประกันสังคม โดยผู้ใช้แรงงานเหล่านี้มักเกิดข้อสงสัยว่า ทำไมต้องเสียเงินจำนวนหนึ่งให้กับประกันสังคม และตนเองได้สิทธิประโยชน์อะไรจากประกันสังคม สิ่งเหล่านี้จึงเกิดคำถามตามมาอีกมากให้กับผู้ใช้แรงงาน ในการพัฒนาแรงงานไทยให้มีประสิทธิภาพ และเกิดความมั่นคงในการดำเนินชีวิตในสังคม

ประกันสังคมนั้นเป็นงานที่ให้ความคุ้มครอง และดูแลสิทธิประโยชน์ให้แก่ ลูกจ้างผู้ประกันตนที่ประสบอุบัติเหตุ เจ็บป่วย ทูพพลภาพ เสียชีวิตจากการปฏิบัติงาน และไม่ได้ปฏิบัติงานทำงาน ตลอดจนดูแลช่วยเหลือในยามคลอดบุตร ชราภาพ และว่างงาน ที่อยู่ในรูปตัวเงิน การให้บริการทางการแพทย์ และการฝึกอบรมวิชาชีพแก่สมาชิกที่อยู่ในประกันสังคม

สำนักงานประกันสังคม

นับตั้งแต่สภาราชฎรได้ผ่านความเห็นชอบพระราชบัญญัติประกันสังคมพ.ศ. 2533 และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2533 สำนักงานประกันสังคมจึงได้ก่อกำเนิดขึ้นในสังกัด กระทรวงมหาดไทย โดยโอนของกรมประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกันสังคม และงานของสำนักงานกองทุนเงินทดแทน กรมแรงงานมาอยู่ในสังกัดสำนักงานประกันสังคม ภายใต้การบริหารงานของนายอำพล สิงห์โกวินท์

รองเลขาธิการเร่งรัดพัฒนาชนบท และเป็นผู้อำนวยการคนแรกของสำนักงานกองทุนเงินทดแทน ซึ่งเข้ามาดำรงตำแหน่งเลขาธิการ สำนักงานประกันสังคมเป็นคนแรก

เมื่อเริ่มก่อตั้งสำนักงานประกันสังคมยังไม่มีสถานที่ทำการเป็นของตนเอง ต้องอาศัยสถานที่ของสำนักงานกองทุนเงินทดแทน หน่วยงานในสังกัด ซึ่งตั้งอยู่ที่ชั้น 7 อาคารกรมแรงงาน ในกระทรวงมหาดไทยเป็นที่ปฏิบัติงานโดยเจ้าหน้าที่ส่วนหนึ่งของ สำนักงานกองทุนเงินทดแทน พร้อมลูกจ้างชั่วคราวที่ และเจ้าหน้าที่ที่ยืมตัวจากกรมแรงงาน ได้อาศัยห้องทำงานของคณะผู้เชี่ยวชาญพิเศษด้านกองทุนเงินทดแทน ชั้น 8 ของกรมแรงงานเพื่อเตรียมงานประกันสังคม ซึ่ง นายจ้างได้มาติดต่อขอรับแบบขึ้นทะเบียนประกันสังคม เป็นครั้งแรกที่ห้องทำงานนี้

ภายในเดือนเดียวกันกรมแรงงานได้อนุเคราะห์ให้ใช้ห้องทำงานที่ชั้น 3 ของอาคารอำนวยการสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ถนนมิตรไมตรี เขตห้วยขวาง ให้เป็นห้องทำงานของเลขานุการ และให้ใช้อาคารของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ชั้น 3 เป็นที่ทำงานชั่วคราวเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม พ.ศ. 2533 คณะเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเตรียมการประกันสังคม รวมทั้งเจ้าหน้าที่ส่วนหนึ่งจากกองความมั่นคงแห่งสังคม กรมประชาสงเคราะห์ ได้ทยอยย้ายไปปฏิบัติงานที่อาคารของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ในขณะเดียวกันสำนักงานประกันสังคมได้ทยอยยืมตัวข้าราชการจากหน่วยงานอื่นมาช่วยเตรียมการตามกฎหมาย และเนื่องจากพื้นที่ชั้น 3 ของอาคารฝึกรบไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งต้องเริ่มรับขึ้นทะเบียนลูกจ้างในเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2533 ประมาณ 1.6 ล้านคน กรมแรงงานจึงอนุเคราะห์ สถานที่ให้ใช้อาคารอุปกรณ์ช่วยฝึก ชั้น 5 เป็นสถานที่ของเจ้าหน้าที่จัดเตรียมข้อมูลคอมพิวเตอร์ พร้อมกันนี้สำนักงานได้เร่งปรับปรุงอาคารศูนย์เอกสาร ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ถนนประชาชื่น ซึ่งทำสัญญาเช่าไว้ 3 ปี เพื่อใช้เป็นที่ทำการชั่วคราวจำนวน 3 ชั้น และได้ต่อสัญญาเช่าอีก 1 ปี และขยายเนื้อที่เช่าเพิ่มเป็น 4 ชั้น หลังจากปรับปรุงอาคารแล้วเสร็จ เพื่อทันกับการรับเงินสมทบงวดแรกจากนายจ้างในเดือนเมษายน พ.ศ. 2534

ในเดือนกันยายนพ.ศ. 2536 เมื่อกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ได้จัดตั้งขึ้นสำนักประกันสังคมขึ้น จึงได้อินย้ายมาอยู่ในสังกัด เมื่อวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2536 เป็นต้นมา

เนื่องด้วยในเดือนมีนาคมพ.ศ. 2538 จะสิ้นสุดสัญญาเช่าอาคารของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรลง สำนักประกันสังคมจึงเริ่มทำการก่อสร้างอาคารที่ทำการของ สำนัก

ประกันสังคมภายในบริเวณโรงพยาบาลศรีษะเกษ ซึ่งได้รับความกรุณาจากกรมการแพทย์ให้ความอนุเคราะห์ที่ดินเป็นเนื้อที่ทั้งสิ้น 16 ไร่ 1 งาน และหลังก่อสร้างเสร็จกองต่างๆ รวมทั้งสำนักงานกองทุนเงินทดแทน จึงได้ทยอยเข้ามาปฏิบัติงานในปลายปีพ.ศ. 2539

ปัจจุบันสำนักประกันสังคมมีจำนวนข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานประกันสังคม เป็นจำนวนมากโดยแยกเป็นข้าราชการจำนวน 1,899 คน ลูกจ้างประจำจำนวน 314 คน และพนักงานประกันสังคมจำนวน 3,356 คน (ข้อมูลจากกองการเจ้าหน้าที่ สำนักงานประกันสังคม ณ เดือนพฤษภาคม 2551)

ในด้านการให้บริการสำนักงานประกันสังคมได้ขยายสิทธิประโยชน์ให้แก่ ลูกจ้างหรือผู้ประกันตนมากขึ้นควบคู่ไปกับการพัฒนา ระบบการให้บริการเพื่อรองรับกับจำนวนลูกจ้างนายจ้างเพิ่มขึ้น และเพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วเป็นที่พึงพอใจให้แก่ผู้มารับบริการ สำนักงานประกันสังคมได้ลดขั้นตอนการให้บริการรวมถึง การขยายงานบริการในพื้นที่โดยการจัดตั้งสำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร และสำนักงานประกันสังคมสาขาในส่วนภูมิภาค รวมทั้งขยายการจัดตั้งศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพคนงานประจำภาค และจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคมทางโทรศัพท์ 1506 เพื่อตอบข้อซักถามด้านประกันสังคม โดยไม่เว้นวันหยุดราชการ

ที่มาของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ที่มาของระบบ 1506 นั้นระบบนี้สืบเนื่องจากในช่วงแรกๆ ที่เรายังขาดแคลนโดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรศัพท์ ในช่วงที่เช่าอยู่ดีกของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร นั้นเรามีโทรศัพท์ประมาณ 10 เครื่อง ซึ่งกระจายอยู่ตามกองต่างๆ สำนักงานประกันสังคมพยายามขอเบอร์เพิ่ม แต่องค์การโทรศัพท์ไม่พร้อมที่จะติดตั้งให้ ประกอบกับช่วงต้นๆ ปัญหาความไม่เข้าใจในวิธีปฏิบัติของนายจ้าง ลูกจ้างหรือผู้ประกันตนมีมากจึงทำให้มีโทรศัพท์สอบถามตลอดเวลา บางครั้งผู้โทรต้องการสอบถามเรื่องของกองประสานการแพทย์ แต่ไปติดกองเงินสมทบ ต้องวิ่งมารับสายหรือตามเจ้าหน้าที่มาตอบคำถามซึ่งเสียเวลามาก ส่วนการโทรไม่ติดมีเป็นประจำเพราะเครื่องโทรศัพท์ที่ไม่ว่าง จนมีเรื่องพูดสนุกๆ ว่า “ถ้าโทรศัพท์วันจันทร์มาติดเอาวันพุธก็ดีแล้ว” เพราะบางคนอาจใช้เวลามากกว่านี้การแก้ปัญหาในช่วงนั้นคือ เช่าโทรศัพท์มือถือขององค์การโทรศัพท์ แต่ก็ยังแก้ไขปัญหาเรื่องการตอบคำถามไม่ได้เพราะคนที่ถามจะถามตั้งแต่เรื่องโรงพยาบาลไปจนถึงเรื่องการจ่ายเงินสมทบ จึงได้คิดกันขึ้นมาในระหว่างผู้บริหารของสำนักงานประกันสังคม ในขณะนั้นว่า

เราต้องมีโทรศัพท์ Hotline ไว้ใช้งาน และดำเนินงานวางแผนงานให้สำนักงานประกันสังคม รับหน้าที่ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ประจำหน่วย 1506 ให้สามารถตอบปัญหาเกี่ยวกับประกันสังคมได้ทุกเรื่อง และจะต้องตอบคำถามของผู้ประกันตนทุกจังหวัดได้ โดยอาศัยเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อเรียกข้อมูลมาตอบข้อคำถาม

ในปีพ.ศ. 2537 สำนักงานประกันสังคมได้จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูล 1506 เป็นลักษณะสายด่วน 10 คู่สาย ผู้ใช้บริการกดเบอร์โทรศัพท์เพียง 4 หมายเลขเท่านั้นคือ 1506 ก็สามารถพูดคุยสอบถามเรื่องเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ประกันสังคม ตรวจสอบสิทธิการรักษาพยาบาลกับพนักงานเจ้าหน้าที่ ได้ในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ก็ไม่สามารถติดต่อสอบถามกับสายด่วน 1506 ได้ทำให้เกิดปัญหาในเดือนมกราคม พ.ศ. 2543 จึงได้ปรับปรุงระบบงานบริการสอบถามข้อมูลให้เป็นระบบอัตโนมัติ สามารถติดต่อสอบถามได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ในวันหยุดราชการก็สอบถามได้ โดยผ่านหมายเลข 1506

ภารกิจหลักของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ในการใช้บริการของผู้ใช้ที่โทรศัพท์เข้ามายังศูนย์บริการข้อมูล 1506 นั้นทางสำนักงานประกันสังคมให้ความสำคัญในด้านการบริการ ความสะดวก ความรวดเร็ว และสร้างความประทับใจแก่ผู้ให้บริการให้คำปรึกษา แนะนำ สอบถามปัญหา รับเรื่องร้องทุกข์ เรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ หรือผู้ประกันตน และผู้ที่สนใจหาความรู้เกี่ยวกับประกันสังคมทางโทรศัพท์ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506”

บริการสอบถามข้อมูลจากระบบสอบถามเจ้าหน้าที่ 1506 และระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ซึ่งขณะนั้นมีจำนวนโทรศัพท์คู่สาย 10 คู่สาย เพิ่มเป็น 40 คู่สาย และเพิ่มเป็น 60 คู่สาย ในขณะนั้น ปัจจุบันศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 มีโทรศัพท์คู่สายจำนวน 120 คู่สาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อของผู้ที่เข้ามาใช้บริการยังศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 แต่ถึงอย่างไรก็ตามจำนวนความต้องการยังไม่เพียงพอต่อผู้ให้บริการที่มีจำนวนมาก อีกทั้งสำนักงานประกันสังคมได้ขยายความคุ้มครอง กรณีการว่างงาน ขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2547 ทำให้มีจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เพิ่มขึ้นด้วย

ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่ง ในด้านการบริการ ประชาสัมพันธ์ของสำนักประกันสังคม เพื่อทราบถึงสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ และเป็นแนวทางในการใช้สิทธิที่ให้บริการงานประกันสังคม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความประทับใจแก่ ผู้ที่ใช้บริการดังวิสัยทัศน์ในปีพ.ศ. 2550 ของสำนักประกันสังคมที่ว่า “เป็นองค์กรคุณภาพ ในด้านบริการประกันสังคมก้าวหน้า รักษาเสถียรภาพกองทุน” (10 ปี ประกันสังคม, 2543)

จากปัญหาที่เกิดการร้องเรียนของผู้ประกันตนที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับประกันสังคมในกรณีต่างๆ ทางศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้รับเรื่องร้องเรียนมีดังนี้ อาทิเช่น

1. ร้องเรียนว่า นายจ้างไม่มีการแจ้งชื่อขึ้นทะเบียนผู้ประกันตน ของบริษัทสกลเอ็นเตอร์เทนเมนท์ เข้าทำงานกับนายจ้างตั้งแต่วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2549 จนถึงวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2550 แต่นายจ้างไม่มีการแจ้งชื่อเข้าสำนักงานประกันสังคมเลย

2. ร้องเรียนว่า ได้เคยไปติดต่อยื่นขอรับประโยชน์ทดแทนเกี่ยวกับการว่างงาน และสงเคราะห์บุตรที่ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดภูเก็ต โดยสอบถามกับเจ้าหน้าที่ (โต๊ะประชาสัมพันธ์) ในการขอรับสิทธิแต่เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลไม่ชัดเจน ไม่ช่วยเหลือในการหาเอกสารให้กรอก แต่บอกว่าแบบฟอร์มอยู่ที่ไหน แล้วให้ไปหยิบเอง

3. ร้องเรียนว่า โรงพยาบาลมหาชัย เนื่องจากไปรักษาด้วยอาการปวดท้องอย่างมาก ต้องรอนาน เมื่อเข้าพบแพทย์แล้ว แพทย์สั่งยาแก้ปวดท้องให้ แล้วให้กลับบ้านได้ ผู้ประกันตนทนไม่ไหวก็เลยไปรักษาที่โรงพยาบาลกระทุ่มแบน แพทย์ฉีดยาแล้วให้นอนสังเกตอาการ และยังแจ้งว่าทำไมคนไข้อาการหนักขนาดนี้ แพทย์ที่โรงพยาบาลตามบัตรประกันสังคม จึงไม่สั่งให้รอดูอาการ เพื่อดูว่าเป็นโรคอะไร

4. ร้องเรียนว่า การให้บริการของโรงพยาบาลเวชธานี เนื่องจากได้พาผู้ประกันตนชื่อ ผ่องพักตร์ พันธุ์ชัช เข้ารับการรักษาอาการป่วยเป็นไข้ รอรักษาตั้งแต่ 12.00 - 15.30 น. ยังไม่ได้รับการรักษา เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลแจ้งว่า มีแพทย์เข้าเวรเพียงคนเดียว ไม่เพียงพอต่อคนไข้ จึงมีความประสงค์คือ อยากให้สำนักงานประกันสังคม ทำการตรวจสอบการให้บริการของโรงพยาบาลเวชธานีด้วย

5. ร้องเรียนว่า โรงพยาบาลจุฬารัตน์ 9 เนื่องจากผู้ประกันตนเกิดอุบัติเหตุ เนื่องจากการทำงานกระดุกนิ้วแตก และได้รับการผ่าตัด 1 ครั้ง แต่มีอาการกระดุกนิ้วไม่ได้เนื่องจากเหล็กทับเส้นประสาท และต้องผ่าตัดอีกครั้งในวันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2550 ทางโรงพยาบาลแจ้งให้ใช้สิทธิกองทุนเงินทดแทน แต่ผู้ประกันตนไม่พอใจเพราะอาการเกิดขึ้นจากความผิดของโรงพยาบาล จึงต้องการให้สำนักงานประกันสังคมเข้าไปตรวจสอบความจริง

6. ร้องเรียนว่า เกี่ยวกับการเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลของ สำนักงาน ประกันสังคม เกี่ยวกับกรณีว่างงานเนื่องจากพนักงานในบริษัทผู้ประกันตนได้ลาออกจากงาน แต่ไม่เคยทราบหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขของการขึ้นทะเบียนว่างงานจึงทำให้ขึ้นทะเบียนล่าช้า ทำให้ได้เงินชดเชยการว่างงานเพียงแค่ 30 วัน จึงต้องการเรียกร้องการเผยแพร่เอกสาร และประชาสัมพันธ์ ข้อมูลของ สำนักงานประกันสังคม ว่าไม่ทั่วถึงจึงทำให้ผู้ประกันตนเสียสิทธิที่พึงได้รับ

7. ร้องเรียนว่า จากผู้ประกันตนเกี่ยวกับกรณีทันตกรรม เนื่องจากผู้ประกันตนไปผ่า ฟันฉุกเฉินค่าใช้จ่ายมาก แต่กับเบิกได้แค่ 250 บาทต่อครั้ง เบิกได้น้อยมาก

8. ร้องเรียนว่า ในวันที่ 31 กรกฎาคมกับ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2550 เวลาประมาณ 13.00 น. พี่สาวของผู้ประกันตนได้ติดต่อสอบถามเกี่ยวกับกรณีคลอดบุตร ทางเจ้าหน้าที่ 1506 ได้แจ้งข้อมูล ทั่วไปแต่ไม่ได้แจ้งว่า ผู้ประกันตนไม่สามารถเบิกค่าคลอดบุตรคนที่ 3 ได้ทำให้ตนต้องเสีย ค่าใช้จ่ายไปก่อนแล้ว ไม่ได้รับคืน

9. ร้องเรียนว่า ผู้ประกันตนหมายเลขติดต่อกลับ 0-2974-7518 ต้องการร้องเรียน นายจ้างไม่ขึ้นทะเบียนให้ อ้างว่าเป็นลูกจ้างรายเหมาทำงานแค่ 5 เดือน จึงอยากให้สำนักงาน ประกันสังคมเขตพื้นที่ 3 ทำการตรวจสอบ

10. ร้องเรียนว่า ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 นายวิชาญ ชำรงค์วงษ์ ได้ลาออกจาก บริษัท พิมพีไทย-ซิงหัว ต้องการขึ้นทะเบียนว่างงาน และขอใช้สิทธิประกันสังคมต่อแต่มีปัญหาเรื่อง การที่บริษัทขาดส่งเงินสมทบ ขอให้ตรวจสอบการส่งเงินสมทบของบริษัท และขอใช้สิทธิกรณี ว่างงาน ขอให้ปิดเป็นความลับ กลัวจะมีปัญหาถึงผู้แจ้ง (รายงานการดำเนินงานโครงการเช่าระบบ บริการข้อมูลประกันสังคม ศูนย์บริการข้อมูลของเดือนมกราคม, 2549)

จากตัวอย่างที่ได้รับการร้องเรียนมานั้น และผู้วิจัยได้ยกตัวอย่าง กรณีร้องเรียนที่ ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน โทรศัพท์เข้ามาเรียนกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จึงทำ ให้ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพในด้านเทคโนโลยีของ ระบบโทรศัพท์ และการพัฒนาเจ้าหน้าที่ บุคลากรในด้านประกันสังคมให้มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้คำปรึกษา ปัญหาที่เกิดจากการทำงาน และแนะนำทางออกที่ดีที่สุดให้กับผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ตลอดจนควบคุมอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ในขณะที่ปฏิบัติงาน และ ที่สำคัญของการให้บริการคือ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูล ประกันสังคม 1506

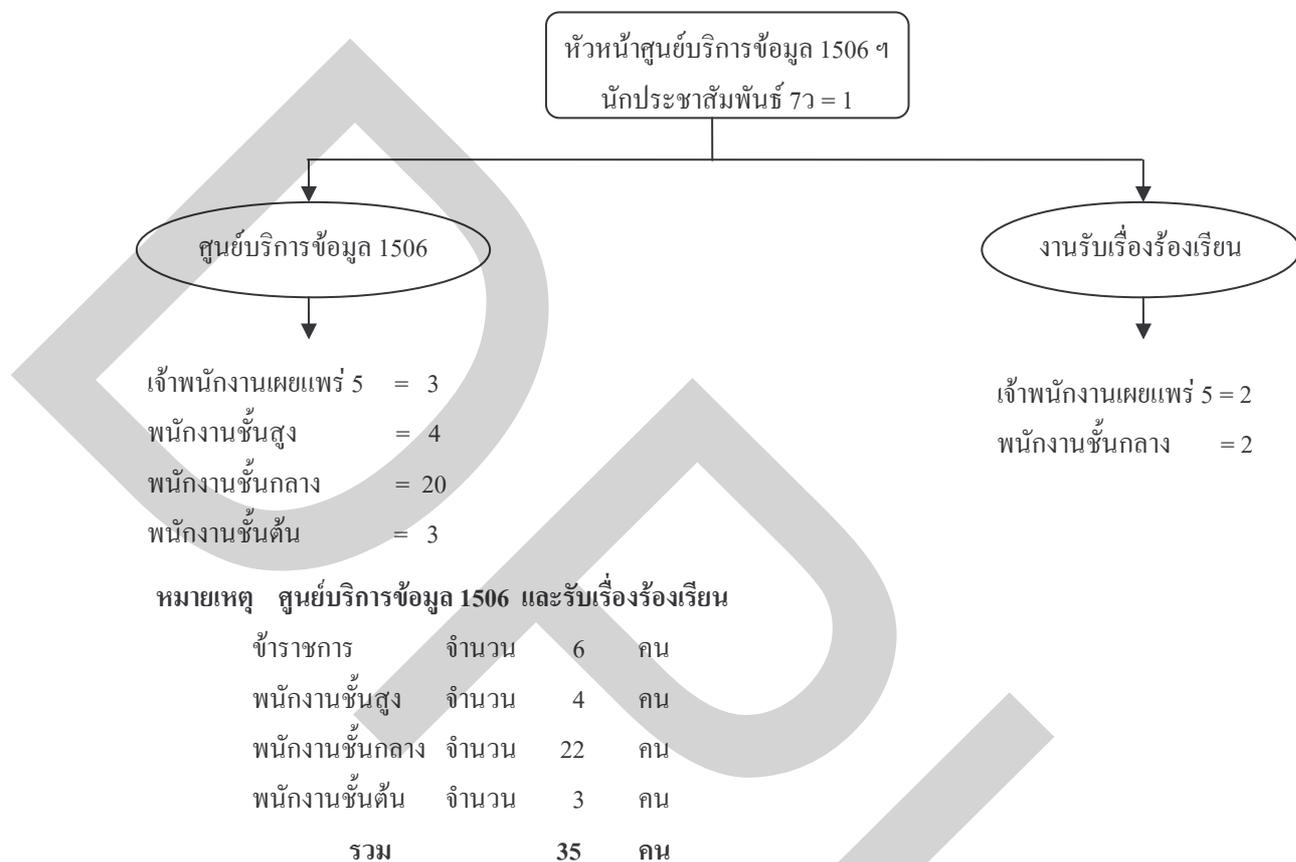
ตารางที่ 1.1 จากสถิติจำนวนสายโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาใช้บริการของ ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน ระหว่าง ปีพ.ศ. 2549 - 2550 ดังนี้

วัน-เดือน-ปี	จำนวนสายที่โทรเข้าศูนย์บริการข้อมูล สพส. ปี 2549	จำนวนสายที่โทรเข้าศูนย์บริการข้อมูล สพส. ปี 2550
	จำนวน	จำนวน
ม.ค.	207,436	270,917
ก.พ.	185,476	217,535
มี.ค.	231,114	213,625
เม.ย.	164,995	169,056
พ.ค.	215,812	182,230
มิ.ย.	183,029	186,615
ก.ค.	199,930	190,584
ส.ค.	204,999	238,064
ก.ย.	168,939	234,223
ต.ค.	188,897	259,839
พ.ย.	164,269	220,725
ธ.ค.	147,566	216,253
รวม	2,262,462	2,599,666
เฉลี่ยต่อ เดือน	188,539	216,639

หมายเหตุ : สถิติที่ได้มา 2 ปีคือ พ.ศ. 2549 ถึงพ.ศ. 2550 เพราะบริษัท วัน ทุ วัน คอนแทค จำกัด ได้ทำสัญญาเมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2548 จึงมีการเก็บสถิติเพียง 2 ปี ของผู้ใช้บริการที่โทรเข้ามาติดต่อ ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ที่มาข้อมูล : บริษัท วัน ทุ วัน คอนแทค จำกัด (2550)

โครงสร้างและอัตรากำลัง
ศูนย์บริการข้อมูล 1506 และงานรับเรื่องร้องเรียน



ภาพที่ 1.1 โครงสร้างและอัตรากำลัง ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 และงานรับเรื่องร้องเรียน

ในส่วนของบริษัท วัน ทู วัน คอนแทคท์ จำกัด มีบุคลากรในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จำนวน 31 คน

การให้บริการข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์ ของสำนักงานประกันสังคมที่ให้บริการ และมีขั้นตอนการให้บริการทางโทรศัพท์ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ดังนี้

ขั้นตอนการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506



ภาพที่ 1.2 ขั้นตอนการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506
ที่มาข้อมูล : ศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคม

ส่วนเวลาการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

1. ติดต่อทางระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ และทาง INTERNET ให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง
2. ติดต่อเจ้าหน้าที่โดยตรงสามารถใช้บริการได้ทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการตั้งแต่ เวลา 07.00 - 19.00 น.

เห็นได้ว่าศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม มีการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง แก่ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน ที่มีปัญหาสามารถสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากกองทุนประกันสังคม นับได้ว่าศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 มีความสำคัญในการติดต่อระหว่างผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน กับเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในการอำนวยความสะดวกในการติดต่อเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน

จากสถิติในปีพ.ศ. 2550 พบว่ามีผู้ใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ที่โทรเข้ามายังศูนย์บริการเป็นจำนวนมากถึง 2,026,649 ครั้ง แบ่งเป็นสายโทรศัพท์ที่ได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่จำนวน 952,183 ครั้ง สายโทรศัพท์ที่ไม่ได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่โดยเป็นระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ (IVR Interactive Voice Response) จำนวน 402,899 ครั้ง จะเห็นได้ว่าแนวโน้มที่จะมีผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน และผู้ที่สนใจทั่วไปโทรศัพท์เข้ามาสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สิทธิประโยชน์ ที่ได้รับจากประกันสังคมปัญหาที่เกิดจากตัวเอง และบุคคลใกล้ชิดที่ประสบปัญหาเข้ามายังศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 คงมีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะสำรวจเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เพื่อนำไปสู่การพัฒนา และปรับปรุงในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ให้ดียิ่งขึ้นไป และสามารถรองรับกับจำนวนผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน ที่เพิ่มขึ้นที่เข้ามาใช้บริการ ณ ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

1.2 ปัญหาวิจัย

1.2.1 ผู้ใช้บริการมีการเปิดรับข่าวสารของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เป็นอย่างไร

1.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เป็นอย่างไร

1.2.3 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

1.3.2 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

1.3.3 เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 แตกต่างกัน

1.4.2 รายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษากลุ่มประชากรที่ใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ซึ่งเป็นผู้ประกันตนที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการใช้แบบสอบถามทำการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด โดยแบ่งตามเขตพื้นที่ของสำนักงานประกันสังคมซึ่งมีเขตพื้นที่ทั้งหมด 10 เขต ในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นเขตละ 40 ชุด โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่ เดือนเมษายน – มิถุนายน 2551

1.6 นิยามศัพท์

สำนักงานประกันสังคม หมายถึง หน่วยงานราชการที่มีฐานะเทียบเท่ากรม สังกัดกระทรวงแรงงาน ที่ดูแลการประกันสังคม โดยจัดตั้งเป็นสำนักงานประกันสังคม เขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครทั้ง 10 เขต สำนักงานประกันสังคมจังหวัดทั้งหมด 76 จังหวัด และสำนักงานประกันสังคมสาขาย่อย 8 สาขา

ประกันสังคม หมายถึง โครงการที่ภาครัฐจัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้หลักประกัน แก่ประชาชนที่มีความมั่งคั่งในการดำรงชีพ ในยามเดือดร้อนอันเป็นเหตุให้ขาดรายได้ โดยมีหลักการให้ประชาชนที่มีรายได้ประจำ นายจ้าง และรัฐบาลออกเงินสมทบเป็นกองทุนกลาง และนำเงินกองทุนนี้จ่ายแก่ประชาชนที่ส่งเงินสมทบเมื่อประสบความเดือดร้อนทั้ง 7 กรณีซึ่งได้แก่ กรณีเจ็บป่วย กรณีทุพพลภาพ กรณีคลอดบุตร กรณีเสียชีวิต กรณีสงเคราะห์บุตร กรณีชราภาพ และกรณีว่างงาน

กองทุนประกันสังคม หมายถึง หน่วยงานที่มี 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายลูกจ้าง ฝ่ายนายจ้าง และฝ่ายรัฐบาล ที่จ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนฝ่ายละเท่าๆ กัน

ผู้ประกันตน หมายถึง ลูกจ้าง ที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 15 ปีบริบูรณ์ และมีอายุไม่เกิน 60 ปี เป็นผู้ประกันตน ซึ่งจ่ายเงินสมทบอันก่อให้เกิดสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2537 และพระราชบัญญัติเงินทดแทน พ.ศ. 2537

ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 หมายถึง ศูนย์กลางการให้บริการข่าวสารข้อมูล ให้คำแนะนำ ปรีกษา ตอบคำถามปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกจ้างหรือผู้ประกันตน และรับเรื่องร้องเรียน ตลอดจนรวบรวมสรุป และรายงานข้อมูลการประกันสังคม

ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลที่เป็นนายจ้าง ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง ตลอดจนประชาชนทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวกับประกันสังคมของสำนักงานประกันสังคมผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่เปิดรับเช่น สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่

สื่อที่เปิดรับแบ่งออกเป็น

- สื่อมวลชน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- สื่อเฉพาะกิจของสำนักงานประกันสังคม ได้แก่ ป้ายประกาศ ป้ายโฆษณา เอกสาร คู่มือแผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ วารสาร จดหมาย เสียงตามสาย หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ วิทยุทัศน์สำนักงานประกันสังคม จัดอบรม - สัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคม ให้ความรู้
- สื่อบุคคล ได้แก่ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ของสำนักงานประกันสังคม พ่อ-แม่ ญาติ พี่น้อง และเพื่อนฝูง
- สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ ข่าวสารที่เกี่ยวกับประกันสังคม ในการเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ www.sso.go.th ให้กับผู้ให้บริการทราบถึงข่าวสารข้อมูล และสิทธิได้รับประโยชน์ต่างๆ พึงได้รับจากประกันสังคม

ความถี่ในการเปิดรับ หมายถึง จำนวนครั้งที่ทำการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท

ข่าวสารที่เปิดรับ หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ หมายถึง ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ประเภทการให้บริการ และปัจจัยในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ระดับความพึงพอใจ ความชอบที่ได้รับจากการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม ได้แก่

ด้านการให้บริการ

- ความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์
- ความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์
- การใช้บริการต้องผ่านขั้นตอนมาก และต้องรอนานกว่าจะได้รับบริการ
- ความสะดวก และเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ
- ความต้องการผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหา ข้อมูลข่าวสาร

ด้านเทคโนโลยี ความทันสมัยในการให้บริการ

- อุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย รองรับในการให้บริการ
- มีโทรศัพท์คู่สายที่รองรับความต้องการ ในการให้บริการ

ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ในการให้บริการ

- การรับโทรศัพท์ การสนทนากับผู้ให้บริการ
- การเอาใจใส่ ความช่วยเหลือต่อผู้ให้บริการ
- การกระตือรือร้น ที่จะให้บริการกับผู้ให้บริการ
- เจ้าหน้าที่แสดงน้ำเสียง และแสดงความร่าคาญกับผู้ให้บริการ
- การตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหากับผู้ให้บริการได้ชัดเจน
- เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคมมากขึ้น

เพียงใด ในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ

- การมีอัธยาศัย มิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ

ด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ

- ท่านได้รับคำอธิบายเกี่ยวกับการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ
- ท่านรู้สึกพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ปรัชญาซึ่งช่วยให้ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้
- ท่านไม่เคยได้รับคำอธิบายที่เกี่ยวกับเรื่องประกันสังคม ตามที่ท่านต้องหาข้อมูล

และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง

- ข้อมูลที่ได้จากเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และ

คลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ใช้บริการที่มีการเปิดรับข่าวสารต่อ ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

1.7.2 ทราบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

1.7.3 ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

1.7.4 ทราบถึงข้อมูล เนื้อหาสาระสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน และนายจ้าง ที่พึงได้รับจากศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม

1.7.5 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาวิธีการต่างๆ ในการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประกันสังคม ผ่านผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน และนายจ้าง ที่เข้ามาใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ตลอดจนลดช่องว่างของปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน และนายจ้าง แล้วนำมาแก้ไขปรับปรุงให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน ในสภาวะการปัจจุบัน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประกันสังคม
- 2.2 ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดประชาสัมพันธ์
- 2.5 แนวคิดด้านประชากรศาสตร์
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับประกันสังคม

สำหรับความหมายของคำว่า “การประกันสังคม” มีผู้ที่ให้ความหมายไว้หลากหลายซึ่งสามารถประมวลได้ ดังนี้

ด็บบลิวาร์ วิลเลียมสัน ที่ปรึกษาคณิตศาสตร์ประกันภัยของฝ่ายบริหารงานประกันสังคมของสหรัฐอเมริกา ให้ความหมายว่าประกันสังคมคือ การจัดทำงบประมาณแผนใหม่ทางสังคม ราล์ฟ เอช แบลนชาร์ด (กรมประชาสงเคราะห์, 2522 :10) บรรณาธิการฝ่ายสารประกันภัยแห่ง บริษัทแม็คกรอว์ฮิลล์บุ๊ค จำกัด แห่งนิวยอร์ก และลอนดอนให้ความหมายว่า การประกันสังคม คือ การประกันภัยในแบบต่างๆ ที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่ว่าวางหลักประกันให้กับประชาชนมีความมั่นคงทางสังคม ซึ่งอาจเป็นวิธีบังคับการประกันตนโดยการบริหารของรัฐหรือความสมัครใจ โดยความสนับสนุนขององค์การเป็นเอกเทศ เพื่อความคุ้มครองทางสุขภาพ การชดเชยลูกจ้างในยามว่างงาน หรือการชราภาพ และผู้อยู่ในความอุปการะตลอดจนการขยายขอบเขตความคุ้มครองในภัยพิบัติอันเกิดจากยานพาหนะ การสงคราม การประกันพืชผล

ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของศาสตราจารย์ อัลเบิร์ต เอช โมวเบร์ย์ แห่งมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ซึ่งได้ให้ความหมายว่าประกันสังคมคือ ความพยายามของรัฐบาลในอันที่จะใช้

หลักประกันภัยให้บังเกิดผลในการป้องกันมิให้ความยากจน ในเมืองต้องเพิ่มขึ้น และหาทางที่จะบรรเทาความยากจนที่มีอยู่ให้น้อยลง

ศาสตราจารย์บุญชนะ อัครถาวร ได้อธิบายหลักของการประกันสังคมมีอยู่ว่า (อ้างถึงในบุญชนะ อัครถาวร, 2517 : 4) จะต้องถือหลักแห่งค่าเฉลี่ย (Law of Average) ในระหว่างผู้เอาประกันด้วยกัน และจะต้องให้การเฉลี่ยนั้นเป็นไปอย่างสม่ำเสมอในเมื่อมีผู้ประกันภัยร่วมกันอยู่จำนวนมาก กฎแห่งค่าเฉลี่ยนี้เป็นทฤษฎีของการกระจายความเสียหายในกลุ่มชน (Theory of Distribution of losses and elimination of risks) และในขนาดเดียวกันก็มีผลเป็นการลด และให้หมดไปซึ่งการเสี่ยงภัยชนิดต่างๆ ด้วยซึ่งสอดคล้องกับ (อ้างถึงในกริช เกตุแก้ว, 2517 : 19) ให้ความหมายของการประกันสังคมไว้ว่า เป็นวิธีการให้ประกันความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (รายได้) แก่บุคคลผู้ที่มีอาชีพบางประเภท และครอบครัวในยามที่มีเหตุการณ์อย่างหนึ่งอย่างใดเกิดขึ้น ซึ่งทำให้บุคคลเหล่านั้นไม่สามารถที่จะช่วยเหลือตัวเองได้ ในยามว่างงาน เจ็บป่วย พิการ ทูพพลภาพ ชราภาพ เป็นเหตุให้ขาดรายได้ โดยผู้ที่จะได้รับประโยชน์จากโครงการนี้จะต้องเสียสละรายได้ของตนเองบางส่วนในระหว่างทำมาหากินได้เก็บไว้ในเงินสมทบส่วนกลาง

นิคม จันทรวาทูร, 2528 : 5 ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประกันสังคม หมายถึง โครงการที่มีรัฐบาลจัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้หลักประกันแก่ประชาชน ให้ความมั่นคงในการดำรงอาชีพ โดยมีหลักการให้ประชาชนที่มีรายได้ประจำออกเงินสมทบเข้าสู่กองทุนกลาง เงินสมทบนี้ในบางประเภทนายจ้างต้องออกเงินสมทบด้วย และในบางกรณีรัฐบาลเป็นผู้เข้าร่วมออกเงินสมทบด้วย ขณะที่ (อ้างถึงในอำพล สิงห์โกวินท์, 2537 : 5) เลขาธิการสำนักประกันสังคมคนแรกของไทย ได้อธิบายความหมายของการประกันสังคมเพิ่มเติม คือ การที่ประชาชนผู้มีรายได้แต่ละคนได้มีส่วนช่วยตนเองหรือครอบครัว โดยร่วมกันเสี่ยงภัยหรือช่วยเหลือบำบัดทุกข์ยากเดือดร้อนซึ่งกันและกันระหว่างผู้มีรายได้ในสังคม ด้วยการออมเงินสมทบเข้ากองทุนกลางที่เรียกว่า กองทุนประกันสังคม โดยมีนายจ้าง ลูกจ้าง และในบางโครงการมีรัฐบาลเข้ามามีร่วมออกเงินสมทบ เข้ากองทุนด้วย กองทุนนี้จะจ่ายประโยชน์ทดแทนให้แก่ผู้ที่ส่งเงินสมทบ เมื่อเกิดเคราะห์กรรมหรือเดือดร้อนเช่น เจ็บป่วย คลอดบุตร ชราภาพ ว่างงาน เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้หลักประกัน และคุ้มครองความเป็นอยู่ของประชาชนให้มีความมั่นคงในการดำรงชีวิต ทั้งนี้รัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ และ (อ้างถึงในจำลอง ศรีประสาธน์, 2531 : 12) เลขาธิการสำนักงานประกันสังคมในอดีต ได้อธิบาย

ถึงความหมายการประกันสังคมว่า คือ มาตรการหนึ่งในการจัดบริการด้านสวัสดิการสังคม เพื่อคุ้มครองป้องกันประชาชนที่มีรายได้ประจำ มิให้ได้รับความเดือดร้อนในความเป็นอยู่ของชีวิต เมื่อต้องสูญเสียรายได้ทั้งหมดหรือบางส่วน หรือมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการครองชีพ

องค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) (กรมประชาสงเคราะห์, 2522 : 22) ได้ให้ความหมายว่า การประกันสังคม คือ การค้ำประกันสุขภาพ และฐานะทางเศรษฐกิจของเอกชนแต่ละคน รวมตลอดถึงผู้อยู่ในความอุปการะในเมื่อต้องเผชิญกับความขาดแคลนรายได้ อันเนื่องมาจากการสูญเสียรายได้ทั้งหมดหรือบางส่วน หรือมีรายได้ไม่เพียงพอแก่การครองชีพ

คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528 : 4 - 5) ได้ให้ความหมายการประกันสังคมว่าวิธีการให้ประกันความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (รายได้) แก่บุคคลผู้มีอาชีพบางประเภท และครอบครัวในยามที่มีเหตุการณ์อย่างหนึ่งอย่างใดเกิดขึ้น ซึ่งทำให้บุคคลเหล่านั้นไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้เช่น ยามว่างงาน เจ็บป่วย ทูพพลภาพ ชราภาพ เป็นเหตุให้ขาดรายได้ โดยผู้ได้รับประโยชน์จากโครงการนี้จะต้องเสียสละรายได้ของตนบางส่วน เก็บไว้ในเงินสมทบทุนส่วนกลาง ทำนองเดียวกับเงินสะสมเมื่อมีเหตุการณ์ดังกล่าวนั้นก็จะได้รับเงินประกันสังคมเป็นรายเดือน รายงวด แล้วแต่กรณีโดยไม่ต้องมีการสอบสวนว่ามีความจำเป็นหรือไม่ เพราะถือว่าเป็นสิทธิของผู้ประกัน

สรุปแล้วการประกันสังคม คือ การที่ประชาชนผู้มีรายได้แต่ละคนได้มีส่วนช่วยตนเอง ครอบครัวหรือผู้ที่อยู่ในสังคมเดียวกัน โดยร่วมกันเสี่ยงภัยหรือช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ยากเดือดร้อนซึ่งกันและกัน ระหว่างผู้มีรายได้ในสังคมด้วยกันร่วมกันออกเงินสมทบ เข้ากองทุนกลางที่เรียกว่า “กองทุนประกันสังคม” โดยมีลูกจ้าง นายจ้าง และในส่วนโครงการของรัฐบาลก็มีส่วนร่วมออกเงินสมทบเข้ากองทุนนี้ด้วย และกองทุนจะจ่ายประโยชน์ทดแทนให้แก่ ลูกจ้างที่ส่งเงินสมทบเมื่อประสบเคราะห์กรรมหรือความเดือดร้อนอันทำให้เกิดการขาดรายได้เช่น เจ็บป่วย คลอดบุตร ว่างงาน ชราภาพ เป็นต้น โดยรัฐบาลจะเข้ามาเป็นผู้รับผิดชอบ และดำเนินการประกันสังคมจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้ความมั่นคง และเป็นหลักประกันทางสังคมแก่ผู้ประกันตนลูกจ้าง และบุคคลอื่นว่าในยามที่เดือดร้อน และจำเป็นผู้ที่ทำประกันสังคมจะได้รับการช่วยเหลือเกื้อกูล ไม่ถูกทอดทิ้งจนเป็นภาระสังคม

ประเภทของระบบประกันสังคม

ระบบประกันสังคมที่นานาชาตินิยมถือเป็นหลักปฏิบัติกันอยู่ในปัจจุบัน มีประเภทของการประกัน 8 ประเภท คือ (อ้างถึงในชมมยีน ฎมี, 2540 : 12 - 15)

1. การประกันกรณีเจ็บป่วย (Sickness Insurance)
2. การประกันกรณีคลอดบุตร (Maternity Insurance)
3. การประกันอุบัติเหตุ และ โรคอันเกิดจากการทำงาน (Employment Injury Insurance)
4. การประกันกรณีทุพพลภาพ (Invalidity Insurance)
5. การประกันกรณีชราภาพ (Old-age Insurance)
6. การประกันกรณีตาย (Death Insurance)
7. การประกันกรณีว่างงาน (Unemployment Insurance)
8. การประกันกรณีสงเคราะห์ครอบครัว (Family Allowances Insurance)

การประกันสังคมแต่ละประเภทมีหลักเกณฑ์พอสรุปได้ ดังนี้

1. การประกันกรณีเจ็บป่วย

การประกันประเภทนี้มีความหมาย ที่จะให้ความคุ้มครองผู้ประกันตนเกี่ยวกับการเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆ และการบาดเจ็บโดยสามัญธรรมดา (Ordinary Sickness) ทั้งนี้โดยถือหลักว่ามนุษย์เกิดมาย่อมมีการเจ็บป่วยไม่ว่าเพศใดหรือวัยใด และการเจ็บป่วยย่อมทำให้ไม่สามารถประกอบอาชีพได้ตามปกติหรือต้องว่างงานในระหว่างการเจ็บป่วย และอาจจะเป็นสาเหตุให้ไม่มีงานทำต่อไปได้ หลักการในการให้การคุ้มครองเรื่องการเจ็บป่วยมี 2 ประการคือ

1.1 ให้ความคุ้มครองในเรื่องรายได้ที่ต้องสะดุดหยุดลง เพราะการว่างงานในระหว่างเจ็บป่วย โดยจ่ายเงินชดเชยค่าจ้าง (Cash Compensation for Wage)

1.2 จัดบริการทางการแพทย์ (Medical-care Service) ให้ตามความจำเป็นซึ่งรวมถึงการส่งเสริมในด้านสุขภาพอนามัย และการป้องกันโรค

ทั้งนี้ก็เพื่อจะให้ผู้ประกันตนหายจากการเจ็บป่วยโดยเร็ว และกลับเข้ามาทำงานมีรายได้ตามปกติโดยเร็วหรือมีร่างกายสมบูรณ์ปราศจากโรคภัย และทำงานมีรายได้ประจำที่มั่นคงตลอดไป

2. การประกันกรณีคลอดบุตร

การประกันประเภทนี้มีหลักการในทำนองเดียวกันกับ การเจ็บป่วยหากแต่จะต้องให้การบริบาลทารกแรกเกิดเพิ่มเติมขึ้นด้วย สำหรับลูกจ้างที่เป็นหญิงนั้น ทางองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) ได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษเกี่ยวกับการตั้งครรภ์ และคลอดบุตร (Maternity Protection Convention) มาตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2462 และประเทศสมาชิกทั้งหลายขององค์การก็ได้ให้สัตยาบันแก่อนุสัญญาดังกล่าวโดยทั่วกัน

3. การประกันอุบัติเหตุ และโรคอันเกิดจากการทำงาน

ในการให้ความคุ้มครองเพื่อความคุ้มครองทางสังคม (Social Security) ด้วยกันนั้น ต้องนับว่าอุบัติเหตุอันเกิดจากการทำงาน (Occupational Diseases) ได้รับการสนใจจากประเทศต่างๆ มาก่อนหลักการอื่นๆ โดยประเทศทั้งหลายได้เริ่มใช้หลักแห่งภัยพิบัติอันเกิดจากการทำงานตามหลักเกณฑ์ และวิธีการกำหนดขึ้นตามกฎหมายซึ่งมีชื่อเรียกว่า กฎหมายทดแทนลูกจ้าง (Workmen's Compensation Act) และให้ถือว่าค่าทดแทนเป็นส่วนหนึ่งของการผลิต แต่ไม่ผู้จะได้รับผลในด้านการคุ้มครองเต็มที่นัก เพราะมีแต่โรงงานขนาดใหญ่เท่านั้นที่ปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าว ส่วนโรงงานขนาดกลาง และขนาดเล็กมักจะหลีกเลี่ยงโดยใช้วิธีทำความตกลงกับลูกจ้างที่ได้รับความเสียหาย และลูกจ้างก็ตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบตลอดมา

ปัจจุบันประเทศต่างๆ ได้เปลี่ยนแปลงวิธีดังกล่าวมาดำเนินการในรูปประกันสังคม อันก่อให้เกิดผลดีกับผู้ประกันตนหลายประการเช่น จะได้รับบริการทางการแพทย์ ได้รับเงินชดเชยค่าจ้างสูงกว่าเจ็บป่วยธรรมดา ได้รับเงินทดแทนความพิการทุพพลภาพ ตามอัตราแห่งการสูญเสียสมรรถภาพในการทำงาน มีบำนาญตกทอดแก่ทายาท (Survivor's Pension) เป็นต้น นับว่าเป็นหลักประกันที่แน่นอน และไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากนายจ้าง

4. การประกันกรณีทุพพลภาพ

กรณีทุพพลภาพตามหลักการของประกันในประเภทนี้ มีส่วนสัมพันธ์กับการประกันกรณีเจ็บป่วย และการประกันกรณีชราภาพ เพราะการเจ็บป่วยเรื้อรัง การบาดเจ็บ และการประสบอุบัติเหตุ อันตรายจากสาเหตุอื่นที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน ก็อาจกระทำให้ผู้ประกันตนต้องกลายเป็นผู้พิการทุพพลภาพได้เช่นเดียวกัน และเมื่อพิการทุพพลภาพจนไม่สามารถประกอบอาชีพให้มีรายได้สำหรับเลี้ยงตัวเอง และครอบครัวก็สมควรได้รับเบี้ยเลี้ยงชีพไปจนกว่าจะเข้าเกณฑ์ ชราภาพ ซึ่งจะเปลี่ยนเป็นรับบำนาญชราภาพแทนต่อไป

กรณีทุพพลภาพที่กล่าวนี้ ต้องพิจารณาทุพพลภาพประเภทถาวร และสูญเสียสมรรถภาพในการทำงานตั้งแต่ 2 ใน 3 ของสมรรถภาพในการทำงาน ตามปกติของผู้ประกันตนในแต่ละคน หรือคิดเป็นร้อยละ 67 ขึ้นไป ที่จะมีสิทธิได้รับเบี้ยเลี้ยงชีพ และบำนาญทุพพลภาพ (Invalidity Pension)

5. การประกันกรณีชราภาพ

เมื่อบุคคลเข้าสู่วัยชราหรืออายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ย่อมมีสภาพร่างกาย และความสามารถในการทำงานลดน้อยถอยลงเป็นธรรมดา ถ้าบุคคลนั้นๆ เลิกประกอบอาชีพหรือนายจ้างให้ออกจากงานก็สมควรที่จะมีเงินบำนาญ สำหรับยังชีพให้มีความสุขตามแก่อัตภาพ ในบั้นปลายของชีวิต การประกันสังคมจึงมีหลักการที่จะให้บุคคลที่ยังอยู่ในวัยหนุ่มสาว และประกอบอาชีพมีรายได้เลี้ยงตัวเองอยู่นั้น ไม่เกิดความประมาท โดยร่วมกันสะสมเงินรายได้บางส่วนไว้มีกำหนดระยะเวลา 10 - 15 ปี เพื่อให้มีเงินมากพอที่จะจ่ายกลับคืนให้เป็นเงินบำนาญชราภาพในภายหลัง

6. การประกันกรณีตาย

กรณีตายในที่นี้ หมายถึง การตายของหัวหน้าครอบครัว หรือผู้รับผิดชอบต่อครอบครัว (Death of the Bread – Winner) ซึ่งประกอบอาชีพหารายได้มาเลี้ยงบุคคลในครอบครัว เมื่อบุคคลดังกล่าวต้องตายลงบุคคลในครอบครัวย่อมที่จะได้รับความเดือดร้อน ทั้งในด้านค่าใช้จ่ายในด้านจัดการศพ และในด้านการดำรงชีวิตของคนในครอบครัว ฉะนั้นความมุ่งหมายของการประกันประเภทนี้ จึงกำหนดวิธีการให้ช่วยเหลือแก่ครอบครัวเป็น 2 ประการ คือ ช่วยเหลือในเรื่องค่าใช้จ่ายจัดการศพ การจัดบำนาญให้แก่หญิงม่ายหรือชายม่าย ที่ไม่สามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองได้ บุตรกำพร้า และผู้อยู่ในความอุปการะ โดยเรียกว่า Survivor's Pension

7. การประกันกรณีว่างงาน

บุคคลที่ว่างงาน คือ บุคคลที่ทำงานแล้วต้องออกจากงาน และขาดรายได้สำหรับเลี้ยงตนเองและครอบครัว ซึ่งจะเป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดความทุกข์ยาก จึงจำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือทางการเงิน ให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยระบบการประกันสังคม แต่การว่างงานนั้นมีเงื่อนไขอยู่ว่าจะต้องเกิดขึ้นจากกรณีที่นายจ้างยุบเลิกตำแหน่งงาน เลิกกิจการหรือถูกกีดกันแก่งัดให้ออกจากงานโดยผู้ประกันตนไม่มีความผิด ส่วนการว่างงานในลักษณะอื่นไม่อยู่ในข่ายของการประกันสังคมประเภทนี้

8. การประกันกรณีสงเคราะห์ ครอบครัว

ในการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ของบุคคลในแต่ละคนนั้น ย่อมที่จะแตกต่างกันตามความรู้ความสามารถ บุคคลที่มีรายได้น้อยย่อมไม่สามารถให้การเลี้ยงดูบุคคลในครอบครัวได้เพียงพอหรือบุคคลที่มีครอบครัวใหญ่ มีผู้อยู่ภายใต้การอุปการะมากย่อมจะมีภาระหนักกว่าบุคคลที่มีครอบครัวเล็กฉะนั้นการประกันประเภทนี้ จึงมีจุดมุ่งหมายที่จะช่วยลดภาระในครอบครัวเป็นประการสำคัญเพื่อให้ครอบครัว สามารถดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุขเช่น ครอบครัวที่มีรายได้น้อยก็ให้ความช่วยเหลือทางการเงิน ครอบครัวที่มีบุตรมากก็จัดการสงเคราะห์แก่บุตร เป็นรายบุคคลจนกว่าจะสามารถช่วยเหลือตนเองได้ (อ้างถึงในดวงพร โรจนพันธุ์, 2541 : 19-21)

หลักการของการประกันสังคม

1. นายจ้าง และลูกจ้างจะออกเงินสมทบร่วมกัน ส่วนรัฐบาลจะออกเงินอุดหนุนบางส่วน
2. การเข้าโครงการประกันสังคมเป็นลักษณะบังคับ
3. การจัดตั้งกองทุน เพื่อนำไปจ่ายประโยชน์ทดแทนตามเงื่อนไขที่กำหนด และส่วนหนึ่งของเงินสมทบจะนำไปลงทุน เพื่อให้กองทุนมีสินทรัพย์มากขึ้น
4. สิทธิในการรับประโยชน์ทดแทนเกิดจากการจ่ายเงินสมทบที่เป็นตามเงื่อนไข
5. อัตราเงินสมทบ และประโยชน์ทดแทนมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้ประกันตน

บทบาทของการประกันสังคมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสังคม

จะเห็นได้ว่าการประกันสังคมมีผลดีแก่ทุกฝ่ายทั้งทางตรง และทางอ้อมเพื่อให้เกิดความมั่นคงในกานดำรงชีวิตของบุคคลในสังคม แม้ว่าอาจมีผลเสียอยู่บ้างแต่ส่วนใหญ่จะเป็นผลเสียในทางปฏิบัติเท่านั้นซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขได้ ผลดีของการประกันสังคมต่อลูกจ้าง นายจ้าง และรัฐบาลสรุปได้ ดังนี้

1. ฝ่ายลูกจ้าง

1.1 ช่วยคุ้มครองเงินรายได้ของลูกจ้างหรือผู้ประกันตนไม่ให้สะดุดหยุดลง และอำนวยความสะดวกแทนอื่นๆ ตามกฎหมายกำหนด นอกจากนั้นการประกันสังคมบางประเภทยังให้การคุ้มครองไปถึงครอบครัวด้วย

1.2 ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้แก่ลูกจ้าง การประกันสังคมสามารถให้การคุ้มครองการขาดรายได้ และให้ประโยชน์ทดแทนต่างๆ แก่ลูกจ้าง ทำให้ลูกจ้างหลุดพ้นจากสภาพความเดือดร้อน ซึ่งจะส่งผลให้ลูกจ้างเกิดความพร้อมในการทำงาน และทำงานให้นายจ้างได้เต็มความสามารถ การที่ลูกจ้างสร้างผลงานที่ดีมีผลให้ได้รับการเลื่อนตำแหน่งหรือมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นการยกระดับมาตรฐาน การครองชีพให้แก่ลูกจ้างในทางอ้อม

2. ฝ่ายนายจ้าง

2.1 ช่วยแบ่งเบาภาระในการจัดสวัสดิการของนายจ้าง หากไม่มีการประกันสังคมแล้ว นายจ้างจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดสวัสดิการ แก่ลูกจ้างแต่เพียงฝ่ายเดียวเมื่อมีการประกันสังคม กฎหมายได้กำหนดให้ลูกจ้าง และรัฐบาลเข้ามามีส่วนรับผิดชอบในการส่งเงินสมทบ เข้ากองทุนประกันสังคมร่วมกับนายจ้างด้วย ซึ่งเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่ นายจ้างได้

2.2 ช่วยลดความสูญเสียเนื่องจากการนัดหยุดงานของลูกจ้าง ตามหลักกฎหมายแรงงานสัมพันธ์ ได้กำหนดสิทธิให้ลูกจ้างมีสิทธิในการยื่นข้อเรียกร้อง ให้นายจ้างปรับปรุงค่าจ้าง และสวัสดิการของตนเองให้ดีขึ้น เมื่อนายจ้างไม่ยินยอมปฏิบัติตามข้อเรียกร้อง ลูกจ้างก็มีสิทธิจะใช้วิธีการนัดหยุดงานเพื่อสร้างอำนาจการต่อรองกับนายจ้าง การนัดหยุดงานย่อมนำมาซึ่งความเสียหายต่อการผลิต ส่งผลต่อการสูญเสียรายได้ และชื่อเสียงของนายจ้าง

2.3 ช่วยเพิ่มผลผลิตให้นายจ้าง เมื่อลูกจ้างมีหลักประกัน และไม่กังวลใจในภาวะความเดือดร้อนต่างๆ ทำให้มีความพร้อมในการทำงาน และสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพ

3. ฝ่ายรัฐบาล

3.1 ช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลในการจัดสวัสดิการให้แก่ประชาชน เนื่องจาก รัฐบาลมีภาระที่จะต้องจ่ายงบประมาณ เพื่อพัฒนาประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี การประกันสังคมถือเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาลได้ส่วนหนึ่ง

3.2 กองทุนประกันสังคมเป็นแหล่งเงินกู้แหล่งหนึ่งของรัฐบาล เนื่องจากเงินกองทุนนั้น ไม่ได้มีความจำเป็นจะต้องใช้พร้อมกันในคราวเดียวกันทั้งหมด เงินที่เหลืออยู่จึงสามารถให้ รัฐบาลกู้ยืมหรือนำไปซื้อพันธบัตรรัฐบาลเพื่อนำผลประโยชน์เข้ากองทุน และในขณะเดียวกันก็เป็นการช่วยรัฐบาลให้ได้นำเงินมาพัฒนาประเทศ

3.3 ช่วยเพิ่มรายได้ให้รัฐบาล คือ เมื่อนายจ้างมีผลผลิตสูงขึ้น และลูกจ้างมีรายได้มากขึ้นทั้งลูกจ้าง และนายจ้างก็จะมีกำลังใจในการจ่ายสู่รัฐเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนในสังคม

3.4 ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การประกันสังคมช่วยลดความขัดแย้งระหว่างลูกจ้างกับนายจ้างในเรื่องการจัดสวัสดิการแก่ลูกจ้าง ลดปัญหาการนัดหยุดงานซึ่งส่งผลดีต่อการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ เนื่องจากปัญหาแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญที่นักลงทุนพิจารณาเมื่อเข้ามาลงทุน

ในส่วนการบริหารงานของประกันสังคมนั้น ได้มีการจัดตั้งสำนักงานประกันสังคมจังหวัดไว้ทั้งหมด 76 จังหวัดทั่วประเทศ ได้แก่

ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน พะเยา ลำปาง ลำพูน น่าน แพร่ พิจิตร อุตรดิตถ์ พิชณุโลก เพชรบูรณ์ อุทัยธานี นครสวรรค์ กำแพงเพชร ตาก และสุโขทัย

ภาคกลาง ได้แก่ พระนครศรีอยุธยา ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง ลพบุรี สระบุรี ปทุมธานี นนทบุรี นครนายก ปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม สระแก้ว เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

ภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด

ภาคตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ นครราชสีมา ขอนแก่น ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อำนาจเจริญ กาฬสินธุ์ นครพนม มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อุรธานี อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ

ภาคใต้ ได้แก่ ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี พังงา ภูเก็ต กระบี่ นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

นอกจากสำนักงานประกันสังคมแล้ว ยังมีสาขาย่อยอีก 8 สาขา ที่กระจายอยู่ตามจังหวัดใหญ่ๆ ในการให้บริการแก่ผู้ประกันตน และนายจ้าง ได้แก่

1. สาขาย่อยพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
2. สาขาย่อยบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
3. สาขาย่อยหนองแค จังหวัดสระบุรี
4. สาขาย่อยบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
5. สาขาย่อยกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร
6. สาขาย่อยศรีราชา จังหวัดชลบุรี
7. สาขาย่อยทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
8. สาขาย่อยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

และยังมีศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพลูกจ้าง ที่ประสบอันตรายเนื่องจากการทำงาน โดยให้การฟื้นฟูทั้งด้านการแพทย์ ด้านการฝึกอาชีพเพื่อให้ผู้ประกันตนหรือลูกจ้างสามารถกลับเข้าทำงานได้ตามปกติ หรือสามารถออกไปเริ่มงานกับนายจ้างใหม่ และประกอบอาชีพอิสระสามารถสร้างรายได้เลี้ยงตนเอง และครอบครัวได้โดยไม่เป็นภาระแก่สังคม ปัจจุบันมีศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพอยู่ 4 แห่ง ได้แก่

1. ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพคนงาน จังหวัดปทุมธานี
2. ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพคนงาน จังหวัดระยอง
3. ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพคนงาน จังหวัดเชียงใหม่
4. ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพคนงาน จังหวัดขอนแก่น

ในส่วนของกรุงเทพมหานคร สำนักงานประกันสังคมได้แบ่งเขตพื้นที่ ออกเป็น 10 เขต ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้แก่ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง และประชาชนทั่วไปที่เข้ามาติดต่อในการใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากประกันสังคม ซึ่งทั้ง 10 เขต ได้แก่

1. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 1 มีเขตความรับผิดชอบ 4 เขต ดังนี้ เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพระนคร และเขตสัมพันธวงศ์ ซึ่งมีผู้ประกันตนจำนวน 123,960 คน
2. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 2 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขต ดังนี้ เขตจตุจักร เขตดอนเมือง เขตบางซื่อ เขตบางเขน และเขตหลักสี่ ซึ่งมีผู้ประกันตนจำนวน 340,809 คน
3. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 3 มีเขตความรับผิดชอบ 4 เขต ดังนี้ เขตดินแดง เขตพญาไท เขตราชเทวี และเขตห้วยขวาง ซึ่งมีผู้ประกันตนจำนวน 403,545 คน
4. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 4 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขต ดังนี้ เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตยานนาวา เขตสาทร และเขตบางคอแหลม ซึ่งมีผู้ประกันตนจำนวน 596,786 คน
5. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 5 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขต ดังนี้ เขตคลองสาน เขตธนบุรี เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ และเขตบางพลัด ซึ่งมีผู้ประกันตนจำนวน 153,666 คน
6. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 6 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขต ดังนี้ เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา เขตบางแค เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม ซึ่งมีผู้ประกันตนจำนวน 153,581 คน

8. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 8 มีเขตความรับผิดชอบ 6 เขต ดังนี้ เขตบางนา เขตคลองเตย เขตประเวศ เขตพระโขนง เขตวัฒนา และเขตสวนหลวง ซึ่งมีผู้ประกันตน จำนวน 610,132 คน

9. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 9 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขต ดังนี้ เขตคันทนา เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตวังทองหลาง และเขตบึงกุ่ม ซึ่งมีผู้ประกันตน จำนวน 318,283 คน

10. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 10 มีเขตความรับผิดชอบ 6 เขต ดังนี้ เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตลาดกระบัง เขตสะพานสูง เขตหนองจอก และเขตสายไหม ซึ่งมีผู้ประกันตนจำนวน 206,756 คน

จากข้อมูลข้างต้นเห็นได้ว่าสำนักงานประกันสังคม มีจำนวนสำนักงานประกันสังคม จังหวัด สาขาย่อย และสำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ ไว้คอยให้บริการครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ เพื่อสร้างความสะดวกสบาย รวดเร็ว และความเข้าใจในเรื่องประกันสังคมแก่ ผู้ประกันตนหรือ ลูกจ้าง และประชาชนทั่วไปที่มีปัญหาเกี่ยวกับประกันสังคม รวมไปถึงการได้รับสิทธิประโยชน์ ต่างๆ ที่พึงได้รับจากประกันสังคมของผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง ในส่วนของนายจ้างนั้น สำนักงาน ประกันสังคม อำนวยความสะดวกในเรื่องการติดต่อส่งเงินสมทบของบริษัทให้กับสำนักงาน ประกันสังคม สอบถามข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายประกันสังคม การขึ้นทะเบียนผู้ประกันตน หรือลูกจ้าง สิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม และสถานะข้อมูลส่วนตัวที่เกี่ยวกับประกันสังคม เป็นต้น ของสำนักงานประกันสังคม

แนวคิดที่ได้กล่าวมาทั้งหมดเป็นแนวคิดในเรื่องประวัติความเป็นมา ระบบความมั่นคง ทางสังคมของประเทศไทย ตลอดจนความเป็นมาของกฎหมายประกันสังคมในประเทศไทย และที่ตั้ง สำนักงานประกันสังคมที่กระจายอยู่ทั่วประเทศเพื่อให้ ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้างได้รับบริการ ที่สะดวกสบาย รวดเร็วในการติดต่อ อีกทั้งยังปรึกษาปัญหาที่เกิดจากการทำงาน และขอรับการใช้ ประโยชน์การคุ้มครองของการประกันสังคมทั้ง 7 กรณี ที่ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง พึง ได้รับจากการเข้าร่วมกับกองทุนประกันสังคม และกองทุนเงินทดแทนการประกันสังคม ส่วน ประชาชนทั่วไปสามารถใช้บริการสอบถามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของประกันสังคมได้ทั่วประเทศ พื้นที่ และสำนักงานประกันสังคมจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อให้ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง ได้เข้าถึงการประกันสังคม กฎหมายเกี่ยวกับประกันสังคม และความรู้ประกันสังคมนำไปใช้ใน ชีวิตประจำวันได้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับตนเอง

2.2 ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

แมคคอมส์ และเบคเคอร์ 1979 : 51 - 52 (อ้างถึงในพนาวัลย์ เจียมพุก, 2549 : 12) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของบุคคลว่า บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการของตนเอง ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Action Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจแต่ละวันเพื่อความอยู่รอดในระบบสังคม และการเมืองที่เป็นอยู่
3. ความตื่นเต้น (Exciting) เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันได้ว่าร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
4. เพื่อส่งเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
5. เพื่อประกอบการสนทนากับบุคคลอื่น (Anticipate Communication) ช่วยเพิ่มอรรถรสในการสนทนา
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ยูพา สุภากุล, 2534 : 124 - 125 (อ้างถึงในพนาวัลย์ เจียมพุก, 2549 : 12 - 13) ได้อธิบายถึงเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนเอาไว้เช่นเดียวกันว่า การที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับเกณฑ์การเลือกสื่อดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่จัดหามาให้ (Availability) ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก
2. การเลือกสื่อที่คนสะดวก และนิยม (Convenience Preference) ผู้รับสารสามารถเลือกสื่อได้ตามความสะดวกของตนไม่ว่าด้านหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น
3. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับรู้
4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อมีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะของหนังสือพิมพ์สามารถให้ข่าวสารรายละเอียดดีกว่ารายการวิทยุ และสามารถนำติดตัวไปได้ เป็นต้น

5. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับตน (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน

ประเภทของสื่อ

สื่อเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารให้ติดต่อกัน ดังนั้น สื่อจึงเป็นองค์ประกอบ ประการหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของพฤติกรรมการสื่อสาร ในการสื่อสารจึงจำเป็นต้อง เลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมีความสามารถเข้าสู่ระบบของการรับรู้ของผู้รับสาร การเห็น และได้ยินจากภาพยนตร์โทรทัศน์ ซึ่งสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2546 : 134 - 135)

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งประกอบไปด้วยคนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วภายในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ซึ่งสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อ ที่มีความน่าเชื่อถือได้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ คือ มีทั้งภาพ และเสียงทำให้เกิด ความรู้สึกคล้อยตามของผู้ชมได้เป็นอย่างดี ทุกครัวเรือนสามารถมีโทรทัศน์ได้จนกลายเป็นสมาชิก อีกคนหนึ่งในครอบครัวด้วย (อ้างถึงในนราพร เข้มอำพล, 2549 : 24)

คุณลักษณะของสื่อมวลชน

โรเจอร์ และเชเวนิงส์ 1996, (อ้างถึงในร้อยเอกหญิงวัลลยศรี แก้ววิรุฬ, 2547 : 9) ได้ กล่าวถึง สื่อมวลชนซึ่งมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก สื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยีไม่ได้อาศัย จิตความสามารถตามธรรมชาติของสื่อบุคคล ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีความสามารถในการเข้าถึง ผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่ห่างไกลออกไป และกระจายกระจายในหลายพื้นที่ได้ในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน

2. ความรวดเร็วในการสื่อสารกับคนจำนวนมาก สื่อมวลชนสามารถนำสารจาก แหล่งข้อมูลข่าวสารไปสู่คนจำนวนมากภายในเวลาอันรวดเร็ว ในเวลาที่ใกล้เคียงกับเหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นเนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี เช่น การรายงานข่าวสดทางโทรทัศน์ และวิทยุ เป็นต้น

3. บรรจุเนื้อหาหลากหลายเนื่องจากสื่อมวลชน สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะประชากร และสถานที่สื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่ในการสนองผู้รับสารให้ได้พร้อมกัน ด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายทั้งข่าว ความรู้ ความคิดเห็น ความบันเทิง และโฆษณา

4. นำสารไปสู่ประสาทสัมผัสของผู้รับสารได้จำกัด ในขณะที่สื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้รับสารกับผู้รับสารซึ่งอยู่ห่างไกลกัน ผู้รับสารจะสามารถรับสารจากผู้ส่งสารที่อยู่ห่างไกลได้เพียง 2 ทาง คือ การเห็น และการได้ยิน หากแบ่งสื่อมวลชนออกตามลักษณะการรับสารของผู้รับสาร ก็อาจแบ่งได้เป็น

สื่อที่ได้รับด้วยการเห็น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

สื่อที่ได้รับด้วยการได้ยิน ได้แก่ วิทยุ

สื่อที่ได้รับด้วยการเห็นและการได้ยิน ได้แก่ ภาพยนตร์ และโทรทัศน์

5. ได้รับการสื่อสารกลับที่จำกัด แม้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงผู้สื่อสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกันแต่เนื่องจากความห่างไกลผู้สื่อสาร และผู้รับสารจึงมีขีดความสามารถที่จำกัดในการส่ง และรับสารโอกาสที่ผู้ส่งสารจะได้รับหรือทราบการสื่อสารกลับ (Feedback) จากผู้รับสารจึงมีอยู่อย่างจำกัด กล่าวคือ มีน้อยกว่าสื่อบุคคล และเป็นการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback)

6. เป็นการสื่อสารทางเดียว จากขีดจำกัดของการได้รับการสื่อสารกลับจึงทำให้การสื่อสารมวลชนที่ใช้สื่อมวลชน เป็นสื่อในการสื่อสารมีลักษณะของการสื่อสาร (One-Way Communication) มากกว่าลักษณะของการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้สื่อบุคคลซึ่งการรับทราบการสื่อสารกลับเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีมาก

7. ความถูกต้องของสารมีมาก เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารเป็นจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน เนื้อหาของสารที่ถูกบรรจุในสื่อมวลชนเมื่อไปสู่ผู้รับสารจึงเป็นเนื้อหาเดียวกันไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใคร และอยู่ที่ใด ดังนั้นความถูกต้องของสารจึงมีมาก

8. ไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ จากลักษณะของการนำสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน สื่อมวลชนจึงไม่สามารถที่จะเลือกผู้รับสารคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ โดยเฉพาะ

9. ประสิทธิภาพของการสื่อสารมีอยู่จำกัด เนื่องจากผู้รับสารมีความแตกต่าง ผู้รับสารมีจำนวนมาก และการไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ ดังนั้นการจะเตรียมเนื้อหาของสารในสื่อมวลชนให้เป็นที่พอใจ และถูกใจของผู้รับสารทุกคนจึงย่อมเป็นไปได้

10. การไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสาร ในการรับสารนั้นผู้รับสารจะทำการเลือก (Select) โดยการเลือกใช้สื่อ (Selective Exposure) การเลือกให้ความสนใจเนื้อหาของสื่อ (Selective Attention) การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของเนื้อหาของสื่อ (Selective Perception/ Interpretation) และการเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อ (Selective Retention) ผู้รับสารสามารถที่จะเลือกใช้ เนื้อหาไม่ใช่สื่อมวลชนก็ได้ ผู้ส่งสารจึงไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสารได้ และไม่อาจมีอิทธิพล ต่อผู้ที่ไม่ได้ใช้สื่อมวลชนได้

11. ให้ข่าวสาร และความรู้มากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรม ของผู้รับสาร จากการที่ผู้รับสารสามารถเลือกใช้สื่อมวลชนได้ และการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารก็เป็นการใช้ ตามความต้องการ รสนิยม และทัศนคติของตน สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุน ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสารมากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

Wilbur Schramm (อ้างถึงในร้อยเอกหญิงวัลลภศรี แก้ววิรุฬ, 2547 : 12) ได้กล่าวถึง แนวคิดที่ว่า สื่อมวลชนมีบทบาท ดังนี้

1. เป็นยามตรวจสอบ คือ สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการให้ข่าวสาร และอธิบายถึงความ คืบหน้าของเหตุการณ์ต่างๆ
2. เป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น ส่งเสริมให้เกิดความรู้ และสร้างเสริมประสบการณ์ แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง คือ สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการนำสิ่งใหม่ๆ เข้ามาให้ประชาชนได้รู้ซัด ช่วยส่งเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดี
3. เป็นผู้ก่อให้เกิดความน่าสนใจขึ้น หมายถึงว่า สื่อมวลชนจะเป็นผู้นำเอาสิ่งต่างๆ มา ทำให้เป็นที่น่าสนใจขึ้น
4. สื่อมวลชนสามารถสร้างความทะเยอทะยานให้กับประชาชนได้ โดยจะเป็นผู้สร้าง ความทะเยอทะยานทั้งในส่วนตัว และชาติให้เกิดความอยู่ดีกินดีหรือแสวงหาวิถีชีวิตที่ดีกว่า
5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น หมายถึง สื่อมวลชนได้กระตุ้นให้มี มโนภาพ และความรู้แก่ประชาชนในด้านการพัฒนาต่างๆ อย่างกว้างขวาง
6. ช่วยทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมทั้งในแง่ของทัศนคติ และค่านิยม ต่างๆ สื่อมวลชนเป็นตัวกระตุ้นทางอ้อมให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และค่านิยมเดิม

7. ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจโดยผ่านข่าวสารไปทางสื่อบุคคล หมายถึง การกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไปเพื่อวัตถุประสงค์ ให้ประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้องได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งส่งผลให้มีการตัดสินใจได้ดีขึ้น

8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานภาพให้บุคคลได้ หมายถึง สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคลได้

9. ช่วยขยายนโยบายของรัฐบาลให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันอย่างกว้างขวางขึ้นในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่นได้

10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติไปตามบรรทัดฐานทางสังคมได้

11. สื่อมวลชนสามารถช่วยสนับสนุนการมีระบอบที่ดี สื่อมวลชนช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจเลือก

12. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู สื่อมวลชนทำหน้าที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิต ซึ่งถือว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง

2. สื่อบุคคล (Person Media) หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้การสื่อสารกับผู้รับสาร เจริญหน้าทั้งในรูปของการสนทนาหรือในรูปของการสนทนา หรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิดผลดี คือ สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่เป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่นปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นรายๆ ไปได้ และยังทำให้รับทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ทันที

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หมายถึง เป็นการสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มาทำการสื่อสารในลักษณะตัวต่อตัว (Person-to-Person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสาร ผู้รับสารสามารถติดต่อ และเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (Direct) ในขณะที่คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร และคนอื่นๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (Small Group) ซึ่งมีคนมากกว่าสองคนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (ปรมา สตะเวทิน, 2538 อ้างถึงในร้อยเอกหญิงวัลลภศรี แก้ววิรุฬ, 2547 : 13) ประเภทการสื่อสาร ได้แก่ การพูดจกกัน ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ สรุปได้ว่า การใช้สื่อบุคคลก่อให้เกิดผลดี 3 ประการ คือ 1. สามารถนำข่าวสารที่ต้องเผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้โดยตรง สามารถชักจูงใจผู้รับสารได้โดยใช้วิธีการพูดคุยแบบกันเอง 2. ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่นปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็น

รายๆ ไปได้ 3. ทำให้ได้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าได้ทันที (ประมะ สตะเวทิน, 2531 อ้างถึงในรุ่งกานต์ นัฏวีระชัยกิจ, 2543 : 18)

คุณลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคล

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ 1971 : 28 (อ้างถึงในร้อยเอกหญิงวัลยศรี แก้ววิรุฬ, 2547 : 13) ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ว่า สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิติ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน การที่ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีระดับของปฏิกริยาตอบสนอง (Feedback) สูงทำให้สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร เลือกลงหรือเลือกจำสารได้เนื่องจากสภาพการณ์ที่เห็นหน้ากัน บิบบังคับให้ต้องรับสารนั้นไม่ว่าผู้รับสารจะมีความรู้สึก หรือทัศนคติต่อผู้ส่งสาร หรืออย่างไรก็ตาม และสามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

Lazaerfeld และManzel 1968 : 64 - 28 (อ้างถึงในร้อยเอกหญิงวัลยศรี แก้ววิรุฬ, 2547 : 13) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญ คือ การพูดคุยแบบที่เป็นกันเอง และเป็นส่วนตัวมีส่วนช่วยให้ผู้รับฟังหรือผู้รับสารยอมรับความคิดของผู้พูดได้ง่ายขึ้น และยังได้กล่าวเพิ่มเติมไว้อีกว่า

- การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการพูดคุยแบบกันเอง ส่วนตัวทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดได้ง่ายขึ้น
- เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้
- เป็นการสื่อสารที่ส่งผลให้ได้ทันที และมีลักษณะเป็นตัวในกรณีที่ต้องการชักชวนให้ผู้ฟังตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) หมายถึง สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สไลด์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา คู่มือ นิทรรศการ โปสเตอร์ และอินเตอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งสื่อประเภทนี้สามารถให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับข่าวสารข้อมูล และการให้บริการต่างๆ ได้เป็นอย่างดีสามารถดึงดูดความสนใจ และย้ำเตือนความทรงจำของผู้รับสารได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ แต่ข้อเสียของสื่อเฉพาะกิจ คือ สื่อนี้จะใช้ได้เฉพาะกับผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้ หรืออาจจะต้องอาศัยประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น ฉะนั้นการใช้สื่อเฉพาะกิจให้ประสบผลสำเร็จในการเผยแพร่ข่าวสารนั้น ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของสื่อ คือ การใช้สื่อให้ถูกต้อง เหมาะสม ซึ่งขึ้นอยู่กับการวางกลยุทธ์ในการใช้สื่อ เสน่ห์ นครสันติภาพ, 2541 : 26 (อ้างถึงในสุกัลย์ ตั้งนิรันดรศราญ, 2549 : 19)

ลักษณะของสื่อเฉพาะกิจ

ลักษณะที่ดีของการใช้ สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา คือ ผู้ใช้สามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งมาบรรจุเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นแรงจูงใจหนึ่งในการทำให้บรรลุตามที่ตั้งใจไว้ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการทำให้กลุ่มเป้าหมาย ได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรง และความถูกต้อง นอกจากนี้ยังช่วยให้เกิดการตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธีอีกด้วย

ดังนั้นศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จะเป็นที่รู้จักของผู้ใช้บริการได้นั้นต้องอาศัยสื่อที่เข้ามามีบทบาทที่ช่วยกระจายข่าวสารซึ่งสื่อแต่ละประเภท ให้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันไป เช่น สื่อมวลชนได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายประกาศ ป้ายโฆษณา เอกสาร คู่มือแผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ วารสาร จดหมาย เสียงตามสาย หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ วิทยุทัศน์สำนักงานประกันสังคม และจัดอบรม-สัมมนาความรู้เกี่ยวกับประกันสังคม สื่อบุคคล ได้แก่ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ของสำนักงานประกันสังคม พ่อ-แม่ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง สื่อทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ www.sso.go.th ซึ่งแล้วแต่ผู้ใช้บริการหรือผู้รับสารเลือกรับสาร หรือแสวงหาข้อมูลจากข่าวสารผ่านสื่อของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 นั้นเอง

อาดัมส์ Adams 1971 (อ้างถึงในวสินี จงจริยาธรรม, 2543 :10) ได้กล่าวถึงความสำคัญ ของสื่อเฉพาะกิจ ไว้ดังนี้คือ สื่อเฉพาะกิจ จัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่นวัตกรรม และข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการใช้ความรู้ และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์ เอกสาร จุลสาร แผ่นพับหรือแผ่นปลิว ออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทาง

ไปรษณีย์ (Direct Mail) นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่างๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพ ในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลกๆ และทันสมัยในสังคมนั้นๆ

นอกจากนี้แต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันในด้านคุณสมบัติ และปัจจัยทางสังคม ภายนอกซึ่งความแตกต่างนี้ มีอิทธิพลถึงพฤติกรรมการเปิดรับสาร และการเลือกใช้สื่อของผู้รับสารโดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

พื้นฐานของลักษณะตัวของแต่ละคน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันน่าจะมีรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกัน เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากร ย่อมจะมีกิจกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนกัน (อ้างถึงในประมวลละเวทิน, 2546 : 112 - 118) ได้กล่าวถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้ ดังนี้

อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรมโดยทั่วไป แล้วคนที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมาก สาเหตุที่มีความแตกต่างกันเนื่องมาจากคนที่ต่างรุ่นต่างวัยกันมีประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกันจึงทำให้มีทัศนคติ ความรู้สึกรู้สึกคิด และพฤติกรรมแตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนย่อมแตกต่างกัน คนที่มีอายุมากใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกัน คนที่มีอายุมากมักไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่ แต่จะฟังรายการที่หนัก เช่น วิเคราะห์ข่าว สถานการณ์เศรษฐกิจ และการเมืองหรือรายการที่ให้สาระ ความรู้ที่มีประโยชน์

เพศ ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม สังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมแตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ เป้าหมาย และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกันเป็นตัวบ่งชี้ฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อครอบครัว และการดำรงชีวิต ผู้ที่มีรายได้สูงมักใช้สื่อมวลชนมาก

และมักใช้สื่อมวลชนในการแสวงหาข่าวสารหรือข่าวสารหนักๆ เช่นอ่านหรือดูเรื่องการเมือง ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น

คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์ และมีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักคำนึงถึงยศถาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นราชการ ส่วนคนที่ทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้ และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่คุณต้องการ เพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน ในขณะที่บุคคลที่ประกอบอาชีพเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันมักมีวิถีชีวิต ทัศนคติ ความสนใจในเรื่องต่างๆ คล้ายคลึงกัน

ในส่วนของรายได้นั้นจะเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมต่างๆ รายได้จึงมีอิทธิพลในการกำหนดสถานะทางสังคม วิถีชีวิตการมองโลก และทัศนคติต่างๆ ของบุคคลได้ (William L. Rivers, Theodore Peterson and Jay W. Jensen, op. cit : 283 อ้างถึงในชุดนิพนธ์ สิริโรจนวงศ์, 2550 : 19)

การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวาง และเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ และการศึกษานั้นเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร เพราะส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสาร ทั้งในส่วนของความรู้สึกรู้สึกคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม ความสนใจ การเปิดรับ และการตีความข่าวสารของผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกรู้สึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการแตกต่างกันออกไป (อ้างถึงในชุดนิพนธ์ สิริโรจนวงศ์, 2550 : 17)

2. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคล (อ้างถึงในรัตนวลี จันทนสมิต, 2546 : 24) ได้กล่าวไว้ว่า

แต่ละบุคคลมีความแตกต่างเฉพาะตัว อย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน และการดำรงชีวิตภายในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ทำให้ส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ

ตลอดจนกระบวนการทางจิตใจในแง่ของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ แต่ละบุคคลจะสร้างรูปแบบแห่งความคิดเห็น ความเชื่อ ทักษะคติ รวมทั้งค่านิยมมาภายในตัวเอง และประกอบเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคล ซึ่งนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในแง่ของการเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้ (Selective Perception) การเลือกจดจำ (Selective Retention) จึงอาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์โดยเฉพาะการตีความสารหรือการให้ความหมายแก่สารนั้น จะแตกต่างกันไปตามกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of Reference) ที่สะสมตั้งแต่อดีต และการสื่อสารจะมีผลต่อความเชื่อ ทักษะคติ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้รับสารในลักษณะต่างๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะของสารซึ่งเป็นสิ่งเร้าและสภาพแห่งกรอบแห่งการอ้างอิง

3. ปัจจัยทางสังคม

ลักษณะทางสังคมของคนเรามีผลต่อความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ค่านิยม การแสดงออก รวมทั้ง พฤติกรรมการสื่อสารด้วย เนื่องจากคนเรามีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับสมาชิกในกลุ่มสังคม และจะยึดถือตามกลุ่มสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่เป็นหลัก หรือยึดถือกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิงในการตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม รวมทั้งพฤติกรรมการสื่อสารด้วย เมื่อคนเรากระทำหรือแสดงความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกับค่านิยมของกลุ่มก็จะได้รับความนิยมชมชอบจากกลุ่ม ในทางตรงข้ามหากมีการขัดแย้งกับค่านิยมของกลุ่ม ก็อาจจะได้รับการลงโทษจากกลุ่ม นอกจากนั้นความสัมพันธ์ภายในกลุ่มสังคมแต่ละกลุ่ม ในลักษณะไม่เป็นทางการย่อมมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น และการยอมรับของบุคคลภายในกลุ่ม เช่น ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ ผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) นอกจากนั้น วัฒนธรรมยังเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดทัศนคติ และรูปแบบพฤติกรรมการสื่อสาร เพราะเป็นตัวกำหนดกรอบแห่งการดำเนินชีวิตของสมาชิกในสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมของแต่ละสังคมนิยมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ และการตีความหมาย

นอกจากนี้ เอ็ม แอล เดอเลอร์ (อ้างถึงในพนาวัลย์ เจียมพุก, 2549 : 15) ได้เสนอทฤษฎีที่กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความแตกต่างในการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์ โดยกล่าวถึงตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่า ข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารจะเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นตามเจตคติของผู้ส่งสาร ทฤษฎีที่สำคัญของ เดอเพลอร์ เกี่ยวกับเรื่องนี้มีด้วยกัน 3 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)

เป็นทฤษฎีชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารจากสื่อมวลชนแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันออกไป หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลมี ดังนี้

- มนุษย์มีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบ ทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างนี้บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป
- การเรียนรู้ และสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ ได้กลายเป็นสถานะเงื่อนไขกำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน กล่าวคือ ลักษณะของปัจเจกบุคคลจะมีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสาร

2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory)

ทฤษฎีนี้กล่าวไว้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบสื่อประเภทต่างๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้นได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิภานา เป็นต้น ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมี ความสนใจ หรือมีพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relation Theory)

เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม ในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิหรือกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัว และวงศาณาญาตินี้จะมีอิทธิพลต่อ ผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่าข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดๆ หรือไม่นั้นมักได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือไต่ถามจากเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ความแตกต่างของบุคคลในเรื่องสรีระ ภูมิหลัง และสภาพแวดล้อม นับว่าเป็นเหตุผล

พื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล และส่งผลไปถึงความแตกต่างในทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ในการวิจัยครั้งนี้การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการสื่อสารทางด้านต่างๆ ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารนั้น จำเป็นต้องใช้ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารเป็นกรอบแนวคิดหนึ่งในการวิจัย เพราะจะทำให้ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน เข้าถึงการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการที่มีการเปิดรับข่าวสารข้อมูล ที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไปในการเปิดรับสื่อ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ในการสร้างอิทธิพลต่อผู้รับบริการ นอกจากความรู้ความเข้าใจใน “ความต้องการ” ของผู้รับบริการ ความรู้ในกระบวนการทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับบริการ ซึ่งได้แก่ การรับรู้ ทัศนคติ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ จัดเป็นเรื่องพื้นฐานที่ต้องทำความเข้าใจด้วย (Engle, Blackwell & Mrmiard, 1995 อ้างถึงในรัตนา จักกะพาก, 2550 : 32) ดังนั้น ถ้าเข้าใจในกระบวนการทางจิตวิทยาเหล่านี้ก็จะสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้รับบริการได้มากขึ้น ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น องค์กรนั้นๆ ประสบความสำเร็จได้อย่างดียิ่งขึ้น

ความหมายของความพึงพอใจ

Millet (อ้างถึงในบวรสวรรค์ เจียดำรง, 2550 : 33) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะ (Satisfactory Services) หรือความสามารถในการที่จะพิจารณาว่าบริการสาธารณะนั้นจะเป็นที่พอใจหรือไม่ ก็ให้พิจารณาได้จากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. ความสามารถในการบริหารจัดการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดใ้ห้ นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาค และเสมอหน้า (Equitable Service) แก่ผู้รับบริการ
2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Time Service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบเร่งในบริการ และความต้องการของประชาชนในบริการนั้นๆ
3. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างเพียงพอแก่ความต้องการ ของผู้รับบริการ (Ample Service)

4. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)

5. ความสามารถในการพัฒนาการบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive Service) ตามลักษณะของบริการนั้นๆ ขึ้นไปเรื่อย

หลักการของงานให้บริการ

Paradurman Zeithal และ Barry (อ้างถึงในบรรพวรรค์ เจียดำรง, 2550 : 33) ซึ่งกล่าวถึงหลักการบริการที่ดีต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ
 - 1.2 ความพึงพาได้
2. การตอบสนอง (Responsiveness) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการ และอุทิศเวลา
 - 2.3 ความต่อเนื่องในการติดต่อ
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย
 - 3.1 ความสามารถในการให้บริการ
 - 3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
 - 3.3 ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนจนเกินไป
 - 4.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลาคือน้อย
 - 4.3 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
 - 4.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารที่แจ่มชัด และลักษณะงานบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของพนักงานบริการมีความเกี่ยวข้องน่าเชื่อถือ
8. มีความมั่นคง (Security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - 9.2 การให้คำแนะนำ และเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
 - 9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ
10. การสร้างสิ่งเร้าที่จับต้องได้ (Tangibility)
 - 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ
 - 10.2 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวก
 - 10.3 การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

ความสำคัญของความพึงพอใจ

Gerson , 1993 (อ้างถึงในรัตน จักกะพาก, 2550 : 32) กล่าวว่า การทำให้เกิดความพึงพอใจนั้น เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการให้บริการ เพราะว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้กิจกรรมสามารถดำเนินต่อไปได้เนื่องจากถ้าผู้รับบริการเกิดความไม่พึงพอใจขึ้น ก็อาจจะยุติการทำกิจกรรมนั้นๆ ได้ และถึงแม้ว่ากิจการจะมอบบริการที่ดีเลิศให้กับผู้รับบริการ แต่ถ้าบริการที่ดีนั้นไม่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจได้ ก็ถือว่าการดำเนินงานนั้นไม่ประสบความสำเร็จ

Rust & Oliver , 1994 (อ้างถึงในรัตน จักกะพาก, 2550 : 32) ได้กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำคัญ ของความพึงพอใจว่าการเข้าใจถึงแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะทำให้การจัดการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในใจผู้รับบริการมีผลต่อความทรงจำ และนำไปสู่การตัดสินใจในอนาคตของผู้รับบริการ ดังนั้นถ้าสามารถเข้าใจถึงจิตใจของผู้รับบริการว่าปัจจัยใดจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจได้ ก็จะทำให้ประสบความสำเร็จได้

Gagliano & Hathcote ,1994 (อ้างถึงในรัตนนา จักกะพาก, 2550 : 32) กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากความพึงพอใจถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลทั้งในระยะสั้น และระยะยาวต่อองค์กร

ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ (Consumer Satisfaction Versus Consumer Dissatisfaction)

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Consumer Satisfaction)

Kotler ,2003 (อ้างถึงในรัตนนา จักกะพาก, 2550 : 32) ให้คำนิยาม “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” (Consumer Satisfaction) ว่าหมายถึง ความรู้สึกที่เกิดความพอใจหรือผิดหวัง ที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของผู้รับบริการ

ส่วน Hill & Alexander (2000; อ้างถึงในรัตนนา จักกะพาก, 2550 : 323) ให้นิยาม “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” (Consumer Satisfaction) ว่าหมายถึง การรับรู้ที่มีต่อบริการว่าเป็นไปตามความคาดหวังหรือเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ

Mover & Minor ,1998 และAsseal ,1998 (อ้างถึงในรัตนนา จักกะพาก, 2550 : 33) นิยาม “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” (Consumer Satisfaction) ไว้เหมือนกันคือ หมายถึง ทศนคติโดยรวมที่มีต่อบริการหลังจากที่ได้รับบริการนั้นๆ หรือได้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว โดยที่ความพึงพอใจนี้จะเป็นการเสริมทศนคติในทางบวกต่อองค์กรนั้นๆ ซึ่งนำไปสู่แนวโน้มในการพึงพอใจให้การสนับสนุนองค์กร

Gerson ,1993 (อ้างถึงในรัตนนา จักกะพาก, 2550 : 33) ให้นิยาม “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” (Consumer Satisfaction) ไปในทำนองเดียวกัน หมายถึง การที่สินค้าหรือบริการเป็นไปตามความคาดหวังหรือเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ ก็จะเกิดความพึงพอใจขึ้น

จะเห็นได้ว่าจากคำนิยามที่ได้กล่าวไปข้างต้น พอจะสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการประกอบด้วยปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ ความคาดหวัง (Expectation) และ

การรับรู้ (Perception) ของผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้นๆ ซึ่งจะกล่าวถึงแต่ละปัจจัยอย่างละเอียดในภายหลัง

ความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ (Consumer Dissatisfaction)

Hoyer & Macinnis , 2001 (อ้างถึงในรัตน จักกะพาก, 2550 : 33) กล่าวว่า เมื่อผู้รับบริการเกิดความไม่พึงพอใจ อาจแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะต่างๆ กัน เช่น การตำหนิพนักงาน การบอกต่อถึงความไม่น่าพึงพอใจของบริการให้บุคคลอื่นทราบหรือไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่น หรืออาจไม่แสดงพฤติกรรมใดๆ ออกมา

ส่วน Solomon , 1999 (อ้างถึงในรัตน จักกะพาก, 2550 : 33) กล่าวถึง พฤติกรรมของผู้รับบริการเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจขึ้น ซึ่งคล้ายกับที่ Hoyer & Macinnis (2001) กล่าวไว้ แต่มีการจัดแบ่งพฤติกรรมการตอบสนองต่อความไม่พึงพอใจเป็นประเภทต่างๆ ตามลักษณะการตอบสนองของผู้รับบริการ 1) Voice Response หมายถึง การที่ผู้รับบริการแสดงความไม่พอใจต่อสถานให้บริการนั้นๆ โดยตรง เช่น การขอคืนเงิน (Refund) 2) Private Response หมายถึง การแสดงความไม่พึงพอใจเกี่ยวกับบริการนั้นๆ ให้เพื่อนหรือคนรอบข้างฟัง และร่วมกันไม่ใช้บริการจากสถานทีนั้นๆ ซึ่งการบอกต่อในแง่ลบ จะเป็นการทำลายชื่อเสียงขององค์กรอย่างมาก 3) Third-Party Response หมายถึง การแสดงความไม่พึงพอใจ ผ่านทางบุคคลที่ 3 ไม่ว่าจะเป็นการร้องเรียนให้ดำเนินคดีตามกฎหมาย หรือร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบ การเขียนจดหมายร้องเรียนผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เกี่ยวกับความไม่พึงพอใจที่ได้รับ เพื่อให้บุคคลอื่นรับรู้ด้วย

จากผลสำรวจของ TARP (1985) ที่ทำให้ The White House Office of Consumer Affairs (อ้างถึงในวิรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2545) ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับผลที่ตามมาหลังจากผู้รับบริการเกิดความไม่พึงพอใจ นั่นก็คือ “96% ของผู้ที่ไม่พอใจ หรือไม่สบายอารมณ์กับการให้บริการที่กระด้าง ไร้มารยาท ไม่เคยเอ่ยปากบ่นออกมาเลยแต่ 90% ของผู้ที่ไม่พอใจเหล่านั้นจะไม่กลับมาใช้บริการที่นั่นอีก นอกจากนี้ แต่ละคนที่ไม่พอใจมักจะเล่าความไม่พอใจของตนให้เพื่อนสนิท มิตรสหายหรือญาติพี่น้องของตนอีกอย่างน้อย 9 คน หรือ 13% ของผู้ที่ไม่พอใจได้บอกกล่าวความไม่พอใจของตนแก่คนอื่นๆ อีกมากกว่า 20 คนขึ้นไป”

การประเมินความพึงพอใจ

เนื่องจากการให้คำนิยาม ของความพึงพอใจของผู้รับบริการไว้มากมาย และแตกต่างกัน จึงทำให้ไม่มีคำจำกัดความของความพึงพอใจอย่างชัดเจน ซึ่งถือว่าเป็นข้อจำกัดในการวิจัย เนื่องจากนักวิจัยไม่สามารถที่จะหาคำจำกัดความที่เหมาะสม ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนามาตรวัดความพึงพอใจที่สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน และเปรียบเทียบกันได้ในทุกการวิจัย ดังนั้นจึงยังไม่มีมาตรวัดเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ และเหมาะสมกับทุกๆ งานวิจัย (Giese & Cote, 2000) จึงมีนักวิชาการหลายท่านคิดแบบการประเมินความพึงพอใจที่มีความแตกต่างกัน ดังนี้

Ramaswamy ,1994 (อ้างถึงในรัตนา จักกะพาก, 2550 : 34) แบ่งการประเมินความพึงพอใจออกเป็น 3 แบบ ได้แก่ 1) การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการจากบริการที่ได้รับ (Measure Consumer' Satisfaction with Performance of Service) 2) การวัดความพึงพอใจโดย เปรียบเทียบกับความคาดหวังของผู้รับบริการ (Measure Satisfaction Relative Consumers' Expectations) และ 3) การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยเปรียบเทียบกับบริการของกลุ่มแข่ง (Measure Satisfaction Relative to the Competition)

Parasuraman, et al. (1985, 1988) มีวิธีการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ (Consumer Expectation) กับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริง (Consumer Perception)

Rust & Oliver (1994) ประเมินความพึงพอใจโดยใช้วิธีการเปรียบเทียบความคาดหวังที่มีก่อนการปฏิบัติงานที่รับรู้ในระหว่างหรือหลังเกิดประสบการณ์การรับบริการ

Engle, et al. (1995) มีวิธีการประเมินความพึงพอใจ โดยประเมินจากคุณสมบัติ ของบริการว่ามีความสอดคล้องกับความเชื่อดเดิมเกี่ยวกับคุณสมบัติ นั้นๆ ของบริการหรือไม่

ในงานวิจัยส่วนใหญ่ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการโดย เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ (Consumer Expectation) กับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริง (Consumer Perception) ถ้าผลที่ได้คือ ความคาดหวังของผู้รับบริการสูงกว่าการรับรู้

บริการที่ได้รับจริง แสดงว่าผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้านค้า ถ้าความคาดหวังของผู้รับบริการเท่ากับการรับรู้บริการที่ได้รับจริง แสดงว่าเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และถ้าความคาดหวังต่ำกว่าการรับรู้บริการที่ได้รับจริง แสดงว่าเกิดความประทับใจต่อคุณภาพการบริการหรือหมายถึง คุณภาพการบริการที่ได้รับเกินกว่าที่คาดหวังว่าจะได้รับนั่นเอง (Parasuraman, et al., 1985, 1988)

กระบวนการในการประเมินความพึงพอใจ

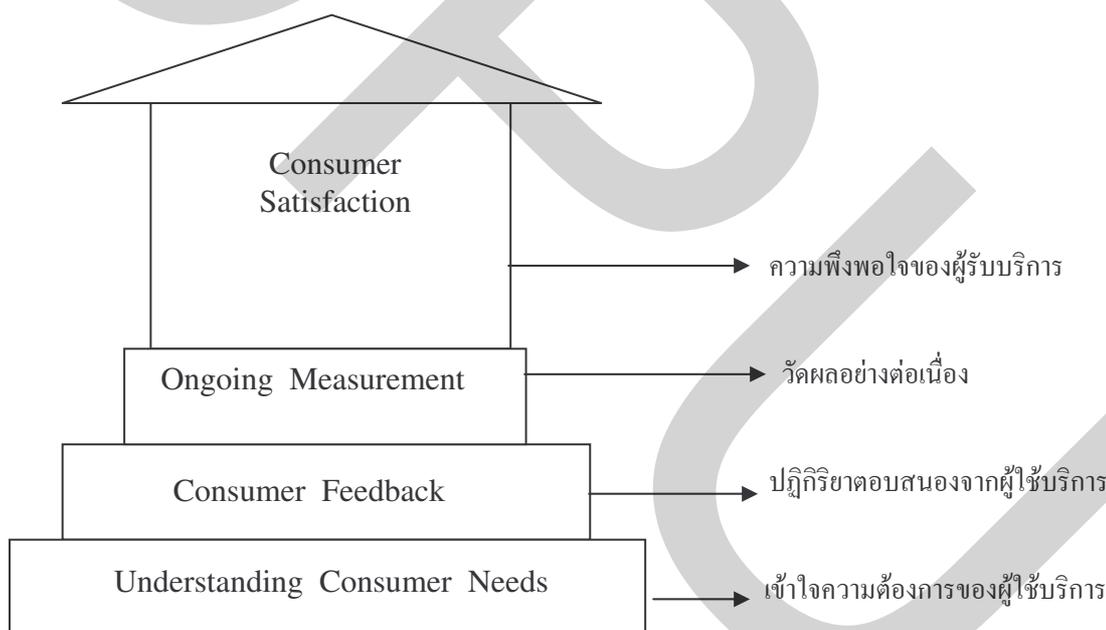
Boone & Kurtz (1998; อ้างถึงในรัตนา จักกะพาก, 2550 : 35) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นแนวคิดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเหตุการณ์ทั้งภายใน และภายนอกสามารถเปลี่ยนความพึงพอใจให้เป็นไม่พึงพอใจได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นหน่วยงาน องค์กรใดๆ ก็ตามที่ต้องการทำให้เกิดความพึงพอใจย่อมต้องมีการวางระบบ ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลงานที่ได้ทำไปตลอดเวลา ซึ่งกระบวนการในการประเมินความพึงพอใจสามารถแบ่งเป็น 3 ชั้นหลักๆ ได้แก่

1. เข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ (Understanding Consumer Needs) กล่าวคือ เมื่อพยายามที่จะประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ จะต้องระลึกรวบรวมข้อมูลที่มีช่องว่างมากมายรวมไปถึงต้องคำนึงถึง ความแตกต่างระหว่างคุณภาพที่คาดหวังกับคุณภาพ ที่ได้รับจริงของบริการด้วย ดังนั้นการรู้ถึงความต้องการ ความปรารถนา และความคาดหวังของผู้รับบริการ จะสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจได้มากขึ้น และถือเป็นบันไดขั้นแรกที่จะนำไปสู่การเกิดความพึงพอใจ

2. ฟังปฏิกิริยาตอบสนองจากผู้รับบริการ (Obtaining Consumer Feedback) ถือเป็นบันไดขั้นที่ 2 ในกระบวนการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการต้องรวบรวมข้อมูลที่ได้ออกกลับมาเกี่ยวกับการกระทำขององค์กร ซึ่งในขั้นนี้ทำให้สามารถทราบว่าผู้รับบริการมองว่าองค์กร สามารถสนองตอบความคาดหวังได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถวัดปฏิกิริยาตอบสนองได้ 2 ทาง คือ 1) วิธีที่ดึงให้ผู้รับบริการมาช่วยประเมินผล (Reactive Method) เช่น มีเบอร์โทรศัพท์ให้โทรฟรีมาให้ความคิดเห็น (Toll-free Customer-Service) ช่างมีอาชีพให้ทำตัวเป็นผู้รับบริการ (Mystery Shoppers) เพื่อประเมินบริการที่ได้รับ โดยการกรอกแบบประเมิน เป็นต้น 2) วิธีการเข้าหาผู้รับบริการเพื่อขอความร่วมมือในการประเมินบริการ (Proactive Method) เช่น ไปเยี่ยม

ผู้รับบริการ (Visit Clients) โทรศัพท์ไปถามความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Call Clients) หรือส่งแบบสอบถามไปให้ประเมินผล (Send Out Written Survey) เป็นต้น

3. วัดผลอย่างต่อเนื่อง (Ongoing Measurement) หลังจากที่เข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ สามารถระบุได้ว่าอะไรทำให้เกิดความพึงพอใจ รวมไปถึงทราบปฏิกิริยาว่ามีความพึงพอใจในบริการมากน้อยเพียงใดแล้ว การวัดผลหรือประเมินความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องถือเป็นบันไดขั้นสุดท้ายที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ โดยองค์กรควรมีการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะได้ทราบถึงความเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ และความต้องการของผู้รับบริการอยู่ตลอดเวลา และทำให้สามารถปรับปรุงแผนงานของบริษัทให้ตรงกับความต้องการในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อองค์กรอยู่ตลอดเวลา ซึ่งกระบวนการในการประเมินความพึงพอใจสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แผนภาพ บันได 3 ขั้นในการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Three Steps to Measure Consumer Satisfaction)

ที่มา : Boone, L.E. & Kurtz, K.L. (1998) Contemporary marketing wired. (9th ed.), Orlando, FL: The Dryden Press: 52.

ในขณะที่ Berkman, Lindquist & Sirgy (1996) กล่าวว่า การประเมินความพึงพอใจไม่ใช่เรื่องง่ายโดยประกอบด้วยเหตุผลหลายประการ ได้แก่ 1) เนื่องจากความพึงพอใจของคนแต่ละคนไม่เหมือนกัน (Satisfaction Means Different Things to Different People) บางคนอาจมีปฏิกิริยาตอบกลับเหตุการณ์ที่นำไปสู่ความไม่พึงพอใจทันที แต่บางคนอาจมีความอดทนต่อความไม่พึงพอใจนั้น และเก็บไว้ไม่แสดงออกไป ซึ่งส่งผลให้การประเมินความพึงพอใจอาจคลาดเคลื่อนจากความรู้สึกที่แท้จริงของผู้รับบริการ 2) ระดับของความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (Level of Satisfaction Can Change, for Better or Worse, Over Time) นั่นคือ ผู้รับบริการอาจมีความพึงพอใจมากขึ้นหรือลดลงตามกาลเวลา เช่น ในบางสถานการณ์เราสามารถประเมินความพึงพอใจได้ทันที ถ้าบริการนั้นๆ ตรงกับความคาดหวัง 3) ความพึงพอใจสามารถเปลี่ยนได้ตามความต้องการและความชอบของผู้รับบริการ เนื่องจากผู้รับบริการมีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต รสนิยมหรือความต้องการอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งอาจกลายเป็นความไม่พึงพอใจในอีกเวลาหนึ่งก็เป็นได้

ซึ่งจากเหตุที่ได้กล่าวมา แสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนของการประเมินความพึงพอใจไม่เพียงแต่ในแง่ที่ว่า จะประเมินความพึงพอใจอย่างไร (How) แต่รวมไปถึงว่า ควรจะประเมินความพึงพอใจเมื่อไร (When) ถึงจะได้ผลที่ดีที่สุด

เหตุผลที่ต้องมีการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจของผู้รับบริการ

การประเมินคุณภาพ และความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินกิจกรรมขององค์กร เหตุผลที่ต้องมีการประเมินคุณภาพ และความพึงพอใจก็เพื่อที่ผู้บริการจะสามารถทราบถึงความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพ เพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพการบริการ และนำไปสู่การเกิดความพึงพอใจของผู้รับบริการมากขึ้นได้

เหตุผลพื้นฐานที่ต้องการมีการประเมินคุณภาพ และความพึงพอใจของผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 7 ประการ ได้แก่ (Gerson, 1993)

1. เพื่อที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้รับบริการ (To Learn about Consumer Perception) ผู้รับบริการแต่ละคนมีความแตกต่างกัน แต่ละคนจะมีการรับรู้ต่อสิ่งต่างๆ ที่ต่างกัน

ถึงแม้ว่าจะอยู่ในสถานการณ์เดียวกันก็ตาม ดังนั้น การประเมินคุณภาพหรือความพึงพอใจก็ควรจะประเมินจากการรับรู้ของแต่ละบุคคลถึงจะได้ผลที่ดีที่สุด

2. เพื่อสรุปให้ได้ว่าจะอะไรคือสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ จำเป็นเรียกชื่อและคาดหวัง (To Determine Consumer Needs, Wants Requirements and Expectations) การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการไม่ใช่เพียงแค่ว่า ผู้รับบริการรู้สึกอย่างไรกับบริการที่พวกเขาได้รับไปแต่จะต้องสรุปให้ได้ว่าจะอะไรคือ สิ่งที่เขาต้องการจากเรานั้นคือ เราจะต้องศึกษาถึงความต้องการในปัจจุบัน และอนาคตของผู้รับบริการเพื่อจะทราบถึงความคาดหวังที่ผู้รับบริการต้องการที่จะได้รับจากในอนาคต สรุปคือ ถ้าจะวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ เราต้องวัดว่าจะอะไรคือสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจำเป็นเรียกชื่อ และคาดหวังที่จะได้รับจากเรา รวมถึงเหตุผลของความต้องการนั้นด้วย

3. เพื่อที่จะลดช่องว่าง (To Close the Gaps) มีช่องว่างมากมายเกิดขึ้นระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ และการที่มีการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ ก็ถือเป็นวิธีในการปิดช่องว่างเหล่านั้นลง เนื่องจากช่องว่างหลายๆ ช่องว่างนั้นเกิดขึ้นจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้ระหว่างสิ่งที่ธุรกิจเชื่อว่าส่งมอบให้กับผู้รับบริการ กับสิ่งที่ผู้รับบริการรับรู้ที่ได้รับอะไรจริงๆ เช่น ช่องว่างระหว่างสิ่งที่องค์กรคิดว่า ผู้รับบริการต้องการกับสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจริงๆ หรือช่องว่างระหว่างคุณภาพการบริการที่ธุรกิจเชื่อว่ากำลังส่งมอบให้ ผู้รับบริการกับสิ่งที่ผู้รับบริการรับรู้ที่ได้รับจริง เป็นต้น ซึ่งการที่มีการประเมินคุณภาพ และความพึงพอใจก็จะนำไปสู่การทราบถึงสาเหตุของการเกิดช่องว่างต่างๆ และนำมาปรับปรุงคุณภาพเพื่อเข้าไปสู่ความพึงพอใจได้

4. เพื่อตรวจสอบว่าจะอะไรคือ สิ่งที่คาดหวังเพื่อที่จะปรับปรุงคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ (To Inspect What you Expect in order to Improve Service Quality and Consumer Satisfaction) การที่จะตรวจสอบได้นั้น จะต้องมีการกำหนดมาตรฐานของบริการให้กับองค์กร โดยมีพื้นฐานอยู่ที่ความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับบริการ และต้องทำการสื่อสารให้พนักงานในองค์กร และผู้รับบริการทราบถึงมาตรฐานนั้น จากนั้นจึงจะสามารถประเมินผล โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้กับการกระทำที่เกิดขึ้นจริง

5. การเพิ่มคุณภาพนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของการร่วมมือ (Because Improved Performance Leads to Profits) ในข้อนี้ไม่สามารถยืนยันได้ว่า การเพิ่มคุณภาพจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของผลประโยชน์เสมอไปหรือไม่แต่องค์กรต่างๆ ต่างก็เชื่อว่าถ้ามีการพัฒนาคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น ผู้รับบริการก็จะเกิดความพึงพอใจสูงขึ้นตามมาทำให้คนยอมเสียเงินมากขึ้นเพื่อแลกกับบริการที่ดี ดังนั้นถ้ามีการพัฒนาคุณภาพการบริการรวมถึงการส่งมอบบริการให้มีคุณภาพก็จะนำไปสู่ การร่วมมือที่เพิ่มมากขึ้นนั่นเอง

6. เพื่อที่จะเรียนรู้ว่าเรากำลังทำอะไรอยู่ และจะก้าวไปในทางใด (To Learn How You are Doing and Where You go from Here) มีเหตุผลดีๆ มากมายที่จะประเมินคุณภาพการบริการ และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ซึ่งเหตุผลในข้อนี้อาจถือว่าเป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุด เพราะการที่เราจำเป็นต้องทราบว่าจะอะไรคือ ช่องว่างระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ และหาทางปิดช่องว่างเหล่านั้น รวมถึงความจำเป็นที่ต้องทราบว่าจะอะไรคือ สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ และคาดหวังหรือทำอย่างไรจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจได้นั้นก็คือ การรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อที่จะนำไปเป็นแนวทางว่าในอนาคตจะต้องทำอย่างไร สรุปก็คือ การประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ และการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

7. เพื่อประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (To Apply the Process of Continuous Improvement) องค์กรควรมีการพัฒนาคุณภาพ การบริการอย่างต่อเนื่อง เพราะถ้าไม่มีการพัฒนาคุณภาพการบริการเลย ผู้รับบริการอาจจะเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการประเมินคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตรงกับความคาดหวัง และความต้องการของผู้รับบริการอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการประกอบด้วยปัจจัยหลัก 2 ประการ นั่นก็คือความคาดหวัง (Expectation) และการรับรู้ (Perception) ของผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้นๆ ซึ่งแต่ละปัจจัยมีองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Consumer Expectation)

Kotler (2003) กล่าวว่า “ความคาดหวังของผู้รับบริการ” คือ มาตรฐานที่แท้จริงสำหรับการตัดสินคุณภาพการบริการ การทำความเข้าใจธรรมชาติ และปัจจัยของความคาดหวังเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการสร้างความมั่นใจว่า คุณภาพการทำงานด้านบริการนั้นตรง หรือเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ

Albrecht (1990) ให้คำจำกัดความ “ความคาดหวังของผู้รับบริการ” คือ ผลจากความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ บวกกับข้อมูลที่ได้รับไปก่อนหน้าจะมาใช้บริการนั้นๆ

Rust, Zahorik & Keiningham (1996) กล่าวว่าความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการนำไปสู่ความพึงพอใจ (Satisfaction) โดยให้คำนิยามคำว่า “ความคาดหวัง” หมายถึง กระบวนการของผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ที่สะท้อนอะไรก็ตามที่เป็นไปได้ (Might) สามารถ (Could) อาจจะ (Should) เกิดหรือไม่เกิดขึ้นก็ได้ซึ่งความคาดหวังในความหมายนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ความคาดหวังที่อาจจะเกิดขึ้น (The will Expectation) หมายถึง ค่าเฉลี่ยของระดับคุณภาพที่สามารถทำนายได้ โดยมีพื้นฐานจากข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดของผู้รับบริการ โดยทั่วไปแล้ว ความหมายนี้จะถูกตีความโดยผู้รับบริการโดยที่ถ้ากล่าวว่า “บริการนี้เกินกว่าความคาดหวัง” นั้นหมายความว่า บริการที่ได้ดีกว่าที่ผู้รับบริการทำนายว่าจะได้รับ 2) ความคาดหวังที่ควรจะเกิดขึ้น (The Should Expectation) หมายถึง อะไรที่ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับระหว่างการเกิดบริการนั้นๆ ซึ่งเป็นความคาดหวังในระดับที่สูงกว่าระดับแรก 3) ความคาดหวังในอุดมคติ (The Ideal Expectation) หมายถึง อะไรที่ควรจะเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ดีที่สุด ระดับนี้ถือเป็นความคาดหวังในระดับสูงที่สุด ซึ่งประสบการณ์ (Experience) ถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการเกิดความคาดหวังในแต่ละระดับ

Ziethaml, et al, 1993 (cited in Ramaswamy, 1996) แบ่งความคาดหวังไว้คล้ายกับของ Rust, et al. (1996) โดยแบ่งความคาดหวังออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ 1) ความคาดหวังในอุดมคติ (Ideal Expectation) หมายถึง ความคาดหวังที่จะได้รับบริการอย่างสมบูรณ์แบบ 2) ความคาดหวังที่ปรารถนา (Desired Expectations) หมายถึง ระดับความหวังที่ผู้รับบริการต้องการจะได้รับจากการบริการ และ 3) ถ้าผู้รับให้บริการไม่สามารถส่งมอบบริการ ให้ผู้รับบริการในระดับที่ผู้รับบริการปรารถนา ผู้รับบริการก็อาจจะเต็มใจที่จะปรับระดับความคาดหวัง ให้อยู่ในระดับที่

สามารถรับได้ (Acceptable Expectations) ซึ่งถ้าความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับความคาดหวังที่สามารถรับได้ก็จะนำไปสู่การเกิดความไม่พึงพอใจขึ้นได้

Vavra (1992) กล่าวว่า “ยิ่งผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อบริการมากเท่าไรผู้รับบริการก็จะเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้นๆ ในระดับที่น้อยลงเท่านั้น”

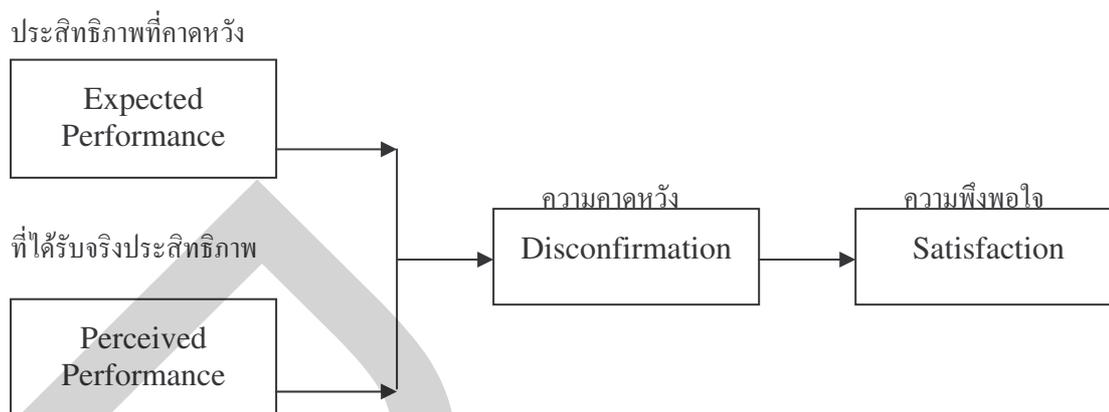
ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจ (Relationship Between Expectation and Satisfaction)

Zeithaml & Bitner, 2000, (cited in Trifa & McQuilken, 2001) กล่าวว่า การเข้าใจความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้บริการ ถือเป็นจุดเริ่มต้นในการทำให้การส่งมอบบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น และนำไปสู่ความพึงพอใจสูงขึ้นตามมาส่วน Berkman, et al. (1996) กล่าวในทำนองเดียวกันว่า การเข้าใจอย่างแน่ชัดว่าอะไรคือ ผลประโยชน์หรืออะไรคือ สิ่งที่ผู้บริหารสัญญาว่าจะทำให้กับประสบการณ์ที่มีต่อบริการ เมื่อผู้บริการต้องพยายามค้นหาให้ได้ว่าอะไรที่ตรงกับความต้องการ และความคาดหวังของผู้บริการโดย Oliver (1980, cited in Ramaswany, 1996) แบ่งประสบการณ์ที่มีต่อสินค้าหรือบริการออกเป็น 3 ประเภท ตามระดับการเติมเต็มความคาดหวังของผู้บริการหรือที่เรียกว่า Expectancy Disconfirmation Model ซึ่งได้แก่ (ดูในแผนภาพ)

1. Confirmation or Zero Disconfirmation คือ การรับบริการที่ได้ผลตามความคาดหวัง ผู้บริการอาจเกิดความรู้สึกเฉยๆ หรืออาจเกิดความรู้สึกพึงพอใจก็ได้แต่ Ramaswany (1996) ได้ตั้งสมมติฐานว่า ผู้บริการที่มีประสบการณ์ที่เป็นไปตามที่ได้ คาดหวังไว้จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจมากกว่า ที่จะรู้สึกเฉยๆ ต่อประสบการณ์นั้นๆ

2. Positive Disconfirmation คือ การรับบริการที่ได้รับผลดีเกินกว่าความคาดหวังนำไปสู่ระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้น

3. Negative Disconfirmation คือ การรับบริการที่ได้รับผลต่ำกว่าความคาดหวังซึ่งนำไปสู่การเกิดความไม่พึงพอใจ



ภาพที่ 2.2 แผนภาพ แนวโน้ม ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Disconfirmation Model of Customer Satisfaction

ที่มา : Ramaswamy, R.(1996) Design and management of service Processes : keeping customer for life. MA : Addison-Wesley Publishing Company Inc.

Oliver ,1980 (cited in Ramaswamy, 1996) สรุปว่า ผู้รับบริการมีความคาดหวังมากเท่าใด ก็มีแนวโน้มที่จะเกิด Negative Disconfirmation มากขึ้นเท่านั้น ส่วนผู้รับบริการยังมีความคาดหวังน้อยเท่าใด แนวโน้มที่จะเกิด Positive Disconfirmation หรือเกิดความพึงพอใจก็จะมีมากขึ้นตามมาด้วย

McQuilken, Breth & Shaw (2000) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการกับระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อการท่องเที่ยวในรัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย โดยใช้มาตรวัดที่พัฒนามาจากมาตรวัด SERVQUAL ของ Parasuraman, et al. (1985, 1988) พบว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการสูงขึ้นไม่ได้นำไปสู่ ระดับของความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นเสมอไปแต่อย่างไรก็ตาม การที่ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในระดับที่สูงกว่าจะมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวในออสเตรเลียมากกว่า ผู้รับบริการที่เกิดความพึงพอใจในระดับที่ต่ำกว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างผลกับความพึงพอใจ (Relationship Between Performance and Satisfaction)

Berkman, et al. (1996) แบ่งความสัมพันธ์ระหว่างผลกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

1. Objective Performance หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับบริการ และขึ้นอยู่กับว่าผลจากการใช้บริการตรงกับความคาดหวังในด้านประโยชน์ใช้สอยหรือไม่ (Churchill, 1983 as cited in Berkman, et al., 1996)

2. Affective Performance หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ และขึ้นอยู่กับว่าการใช้บริการนั้นๆ ได้ผลกับความคาดหวังทางด้านอารมณ์ของผู้ใช้บริการหรือไม่

โดยสรุปก็คือ การที่บุคคลจะเลือกใช้สื่อข้อมูลหรือเปิดรับข้อมูลสื่อใดสื่อหนึ่งก็ตาม ย่อมต้องมีเหตุผลต่างๆ กันไปขึ้นอยู่กับว่าสื่อข้อมูลนั้นๆ สามารถจะตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้แก่บุคคลได้หรือไม่นั้นย่อม หมายถึง ผู้รับข่าวสารสารมีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจ ต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะนำไปสู่การบริโภคสื่อ และการได้รับความพึงพอใจตามมาซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อ และความพึงพอใจ

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของผู้รับสารมาเป็นกรอบในการศึกษา เกี่ยวกับการความพึงพอใจของผู้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงาน ประกันสังคม ว่ามีการนำประโยชน์ที่ได้รับจากการสอบถามข้อมูลของผู้ประกันตน มาใช้ ประโยชน์ และพัฒนาอย่างไรกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในส่วนด้านความพึงพอใจ ของการให้บริการสอบถามข้อมูลประกันสังคม เป็นการลดช่องว่างระหว่างความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตนกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 อันจะนำไปสู่ระดับของ ความพึงพอใจที่มากขึ้นในที่สุด ในการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของ สำนักงานประกันสังคม

2.4 แนวคิดประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ที่นักประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงหลายท่านให้ไว้ ดังนี้

Edward L. Bernays (1952) กล่าวไว้ว่า “เป็นความพยายามโดยการให้ข่าวสารการจูงใจ และการปรับตัวเพื่อให้ได้การสนับสนุนจากสาธารณะสำหรับกิจกรรม สาเหตุการเคลื่อนไหวหรือสถาบัน” และยังได้ให้ทัศนะไว้อีกว่า “การประชาสัมพันธ์มิใช่การเผยแพร่ (Publicity) ถึงแม้ว่าบางครั้ง” ถึงแม้ว่าบางครั้งอาจต้องใช้การเผยแพร่บ้างก็ตาม การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อในระบบ 2 ทาง (Two-way Street) แต่การเผยแพร่เป็นการสื่อสาร ในระบบทางเดียว (One-way Street)

Scott M. Cutlip Allen H. Center (1987) ให้คำจำกัดความว่าการประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสาร และสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็น และประชาคติที่ประชาชนมีต่อองค์กร สถาบันด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งเน้นที่จะสร้างประโยชน์ต่อร่วมกัน และช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้ สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้

สะอาด ตันสุภผล ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการต่อเนื่องกันไปในอันที่จะสร้าง หรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบัน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเกิดประโยชน์ให้สถาบันนั้น การดำเนินไปได้ผลดีสมความมุ่งหมายโดยมีประชาคติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญ

จะเห็นได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนสถาบันการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่างให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โดยมีสาระไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีอย่างหนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรสถาบัน กับประชาชน (อ้างถึงในจิตรรา วุฒิสัทธาพิบูลกิจ, 2535 : 11 - 12)

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ให้ประชาชนทราบตามแผนการสื่อสารที่กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน สร้างความเชื่อถือ

ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายก่อให้เกิดการยอมรับ และร่วมสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายทั้งในระยะสั้น และระยะยาวอย่างต่อเนื่อง (Edward L. Berneys, 1952 : 3, Raymond Simon, 1984 : 109 - 110, อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2544 : 11 - 19) ซึ่งการประชาสัมพันธ์ มีบทบาทสำคัญในการเสนอข่าวสารข้อเท็จจริง (Informative Function) และความคิดเห็น (Opinion Function) เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และการเปลี่ยนแปลงไปในแนวทางที่เหมาะสม รวมถึงการให้การศึกษ (Educational Function) ความบันเทิง (Entertain Function) เผยแพร่โฆษณา (Public and Advertising) และให้บริการสาธารณะ (Public Service) รวมทั้งกระตุ้น และโน้มน้าว (Persuasive Function) ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางนโยบายต่างๆ และมีความรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาด้วย (อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2544 : 178 - 179)

เนื่องจากสื่อ คือ ตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้นสื่อแต่ละชนิดจึงมีคุณสมบัติต่างกัน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งสื่อการใช้ในการประชาสัมพันธ์ ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ (อ้างถึงในลักษณา สตะเวทิน, 2542 : 105) คือ

1. สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อที่แพร่หลายได้อย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันเป็นการเพิ่มความรู้ แพร่กระจายข่าวสารได้ดี รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้ (อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2529 : 26 - 29) สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดข่าวสารความรู้มักใช้ร่วมกับสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยพิจารณาตามลักษณะประชากรกลุ่มเป้าหมาย สิ่งสำคัญที่สุดคือ ต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนั้นๆ สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ซึ่งทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารเกี่ยวกับการตรวจสุขภาพก่อนแต่งงานยังกลุ่มเป้าหมาย

2. สื่อบุคคล (Personal Media) สื่อบุคคลเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป (Two-way Communication) แม้ว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่ไม่สามารถส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ในเวลาอันรวดเร็วแต่สื่อบุคคลก็เป็นสื่อที่ดีที่สุด ในการสร้าง และเปลี่ยนทัศนคติที่พึงปรารถนาได้ซึ่ง (อ้างถึงในKatz และ Lazarsfeld, 1955 : 27) ให้ความหมายตรงกันว่า สื่อบุคคลมีผลต่อการโน้มน้าวใจผู้รับสารที่มีความเฉยเมย หรือมีปฏิกิริยาต่อต้านผู้รับสารให้ยอมรับ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ และให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนใจชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในขั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้าง

ในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน ซึ่งสื่อบุคคลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม พ่อ-แม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง

3. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media หรือ Controlled Media) เป็นสื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเอง ทั้งในด้านเนื้อหาวิธีการรูปแบบการผลิต รวมถึงวิธีการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เป็นสื่อที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา และสถานที่ สามารถบรรจุรายละเอียดข่าวสารตามที่ต้องการมีความคงทนถาวรสามารถเก็บไว้ค้นคว้าอ้างอิง และเผยแพร่ต่อไปยังผู้อื่นได้ สื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ โปสเตอร์ (Posters) ใบปลิว (Leaflets) แผ่นพับ (Folders) ป้ายโฆษณา ข่าวสารประชาสัมพันธ์ วารสาร/จดหมาย เสียงตามสาย หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ วิทยุทัศน์สำนักงานประกันสังคม และการจัดอบรม – สัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคม

4. สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นเทคโนโลยีใหม่ในโลกปัจจุบัน และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตนได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีรายละเอียดต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตนให้ความสนใจเข้าไปค้นหา สืบค้นเนื้อหาสาระ ความรู้ที่เกี่ยวกับประกันสังคม กฎหมายประกันสังคม ติดต่อกับสำนักงานประกันสังคมหรือแม้กระทั่งการแจ้งเรื่องร้องเรียน ตั้งคำถามเพื่อสอบถามข้อเท็จจริงกับเจ้าหน้าที่ที่ดูแลเว็บไซต์นั้น ด้วยการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

หลักในการประชาสัมพันธ์ คือ ต้องการกระทำอย่างมีแบบแผน มีแนวโน้มนักทัศนคติหรือความคิดเห็นของประชาชน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพราะความรู้สึกนึกคิดหรือความคิดเห็นของประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นที่จะต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป (อ้างถึงในสุพิน ปัญญาภรณ์, 2526 : 27-28) ดังนั้นในการประชาสัมพันธ์จึงเป็นการให้ความรู้กับประชาชน เพื่อให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อเรื่องนั้นๆ และนำไปสู่พฤติกรรมในที่สุด

ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความสามารถของผู้เรียนที่สามารถจดจำหรือระลึกได้ โดยมองเห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Fact) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์ และข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากประสบการณ์ การสังเกตหรือการเปิดรับสื่อต่างๆ แบ่งเป็นความรู้ต่อสถานการณ์ (Situation Image) ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับการเรียนรู้ (Perception) และความรู้

ในระดับกว้าง (World Image) ที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วยความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน ที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมแสดงออกของมนุษย์ได้ (Bickhard H. Mark, 1980,p.45, Carter V. Good, 1973, p.325, อ้างถึงในวิชัย วงษ์ใหญ่, 2523 : 130) อย่างไรก็ตามความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารเกิดจากการตอบข้อสงสัย (Ambiguity) การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) การกำหนดวาระ (Agenda Setting) การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) และการรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ซึ่ง (อ้างถึงใน Benjamin S. Bloom, 1971 : 271 - 273) ได้แยกระดับความรู้ออกเป็น 6 ระดับ คือ

1. การระลึก (Recall) ความสามารถในการจำ และการระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว เป็นความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาเฉพาะความรู้เกี่ยวกับกลวิธี และการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวคิด และโครงสร้าง

2. ความเข้าใจ (Comprehensive) ความสามารถในการใช้สติปัญญา และทักษะเบื้องต้นมากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ แบ่งเป็นการแปลความหมายของคำ และข้อความจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง โดยรักษาความหมายให้ถูกต้อง การตีความหมายโดยการแปลความทั้งหมดแล้วสรุปความ และการขยายจากเนื้อความเดิมตามมุมมองใหม่ โดยต้องให้ข้อมูลเพียงพอ และสามารถเปรียบเทียบความคิดอื่นๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นได้

3. การนำไปใช้ (Application) ความสามารถในการนำข้อเท็จจริง และความคิดเห็นที่เป็นนามธรรม (Abstract) ไปปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม

4. การวิเคราะห์ (Analysis) ความสามารถในการนำวิธีการต่างๆ ในเรื่องที่มีประสบการณ์อยู่แล้ว มาใช้ปฏิบัติในสถานการณ์ต่างๆ ได้

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) คือ ความสามารถในการนำข้อมูล หรือแนวความคิดมาประกอบกันจนสามารถสร้างสรรค์ (Creative) สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากสิ่งเดิมที่มีอยู่

6. การประเมิน (Evaluation) คือ ความสามารถในการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยอาศัยเกณฑ์หรือมาตรฐานที่ได้วางไว้

อย่างไรก็ตาม การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับสภาพจิตใจของบุคคลที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้เป็นผลมาจากประสบการณ์ที่สั่งสมมารวมทั้งสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลมีความคิด และแสดงออกตามความคิดความรู้สึนึกของตน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าความรู้เป็นบ่อเกิดแห่งทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ (Objects) และสถานการณ์ (Situations) ที่เกี่ยวข้องอย่างใดอย่างหนึ่งในทางที่ยอมรับ (ทัศนคติเชิงบวก Positive Attitude) ปฏิเสธ (ทัศนคติเชิงลบ Negative Attitude) หรือเฉยๆ (ทัศนคติที่ไม่แสดงความคิดเห็น Passive Attitude) ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้จากประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) และความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น และมีผลให้บุคคลพร้อมที่จะแสดง ปฏิกริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกัน (Norman L. Munn, 1971 : 71, Newcomb, 1954 : 128, อ้างถึงในเสรี วงษ์มณฑา, 2528 : 655) จากความหมายดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าทัศนคติมีส่วนประกอบ ที่สำคัญ 3 ประการ (อ้างถึงในTriandis, 1971 : 2 - 3) คือ

1. ส่วนประกอบด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive Component) หมายถึง ความรู้หรือความคิดที่บุคคลมี ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งซึ่งจะกำหนดลักษณะ และทิศทางทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเรานั้นไปในทางบวก (Positive) หรือทางลบ (Negative)
2. ส่วนประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง อารมณ์หรือความรู้สึกของบุคคลที่สอดคล้องกับความคิด ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งใดบุคคลก็จะมีทัศนคติในทิศทางบวกต่อสิ่งนั้น
3. ส่วนประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง ความพร้อมที่จะทำ หรือมีแนวโน้มที่จะนำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา อันเป็นผลเนื่องมาจากความคิด และทัศนคติซึ่งจะออกมาในรูปของการยอมรับ หรือปฏิเสธ

ส่วนประกอบการเกิดทัศนคติทั้ง 3 ต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน การก่อตัวของทัศนคติ (Attitude Formation) จึงอาจเกิดขึ้นได้ทั้งทางบวก และทางลบ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change) จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเปลี่ยนแปลงก็จะมีผล ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา (อ้างถึงในZimbardo and others, 1977 : 49 - 53) ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติคือ กระบวนการสื่อสารได้แก่ คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติของช่องทางการสื่อสาร และคุณสมบัติของผู้รับสารล้วนแต่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ขึ้นอยู่กับ ความสอดคล้องกันระหว่างข่าวสารกับความรู้ และทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำให้ทัศนคติเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้ เพราะการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะกระทำได้ยาก หากเกิดความไม่พึงพอใจถึงเรานั้นตั้งแต่ใน

อดีตคั้งนั้น กระบวนการสื่อสารจึงมีบทบาทที่สำคัญ กับการเปลี่ยนทัศนคติเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมที่ต้องการ

พฤติกรรม (Practica) คือ การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ ต่อสถานการณ์ใด สถานการณ์หนึ่งที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องจากการเปิดรับสื่อ และการแปลความหมายสารที่ตนเองได้รับแตกต่างกัน จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่ต่างกันอันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล (อ้างถึงในสุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 :118 - 121) ซึ่ง Cronbach (อ้างถึงในปกิจ พรหมายน, 2531: 29 - 30) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของพฤติกรรมทั้ง 7 ประการ ดังนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เกิดขึ้นกิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือแต่ความต้องการ หรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานาน จึงจะสามารถบรรลุความต้องการคนเราจะมีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกันจึงมักจะต้องเลือกตอบสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน และตอบสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) คือ ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถในการทำ กิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งคนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อน แล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวังในกรณีเช่นนี้ เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายเสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเป็นการให้ความสำคัญกับความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารโดยมีหลักการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดีทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงก็จะมี การยอมรับปฏิบัติ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้นการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใด ต้องพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติก่อนโดยการให้ความรู้ซึ่งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข่าวสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ การสร้างทัศนคติที่ดี และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสมผ่านสื่อประเภทต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดำเนินโครงการด้านต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมาย (อ้างถึงในสุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 118 - 121)

โดยปกติเมื่อบุคคลมีความรู้ และทัศนคติอย่างไร ก็จะมีแนวโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามความรู้ และทัศนคติที่มีอยู่นั้น นั่นคือ K (Knowledge) -> A (Attitude) -> P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กัน แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปในบางกรณีอาจเกิดช่องว่างของความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP - Gap) ได้เพราะทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป แม้ว่าการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติเชิงบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่ แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ซึ่ง (Rogers, 1971 : 288 - 289) ได้เสนอวิธีแก้ไข ซึ่งสอดคล้องกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวพฤติกรรมของ (อ้างถึงในสุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 123) ดังนี้

1. การให้ความรู้ และคำแนะนำเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจเรื่องนั้นๆ มากขึ้น
2. การให้รางวัล (Reward) เพื่อเป็นแรงจูงใจในการยอมรับปฏิบัติ
3. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวโดยการปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) และการสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms)

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์ใหญ่ๆ อยู่ 2 ประการด้วยกัน

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

การบอกกล่าวชี้แจงหรือเผยแพร่ให้ทราบนี้ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การให้ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ และรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในองค์กร ทำให้องค์กรรู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปทางที่ดีต่อองค์กร สถาบัน การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์ จึงมุ่งหมายไปในด้านการแจ้งให้ทราบ (To Inform) และในด้านการให้ข่าวสารความรู้ (To Educate) แก่ประชาชนรวมทั้งการเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่การโฆษณา (Advertising) หรือการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ดังที่บางคนเข้าใจ

การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบ และเข้าใจในตัวองค์กรย่อมเป็นสิ่งเอื้ออำนวยความสะดวกต่อองค์กรในการได้รับความสนับสนุน ความร่วมมือจากประชาชนเพราะเมื่อเข้าใจอย่างถ่องแท้ย่อมเกิดความเลื่อมใสศรัทธา และให้ความร่วมมือด้วย

2. การป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิด

การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ทางวิชาการประชาสัมพันธ์ ถือว่าการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมดีกว่าการแก้ไขปัญหาล่าช้า ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็น การกระทำป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับ องค์การเกิดความเข้าใจผิดได้ ในความเป็นจริงความเข้าใจผิดอาจเกิดขึ้นได้เสมอ และเกิดขึ้นหลายกรณี การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นหน้าที่หลักของฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องพยายามค้นหาสาเหตุที่อาจทำให้ประชาชนเข้าใจผิด เพื่อป้องกันไว้ก่อน

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีหลักการสำคัญ 5 ประการคือ

1. การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง และหยุดไม่ได้ต้องพยายามโดยไม่มีสิ้นสุด เพราะตัวแปรที่สำคัญคือ ความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นของประชาชนซึ่งเรียกว่า ประชามติ
2. การย้ำ หรือซ้ำบ่อยๆ จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจ และจดจำได้มากขึ้นแต่วิธีการนี้ต้องตระหนักด้วยว่าเมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งจะถึงจุดอิ่มตัว เมื่อถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับสารจะเบื่อหน่าย หรือชินชา เพราะฉะนั้นการย้ำอย่างต่อเนื่องต้องให้มีความหลากหลายด้วยเช่นกัน
3. ต้องกระทำอย่างมีแผน มีระบบเป็นขั้นตอน มีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด การทำงานต้องมีเอกภาพสอดคล้องกันทุกขั้นตอน
4. ต้องโน้มน้าวให้ประชาชนมีความเห็นสนับสนุนกิจการของหน่วยงาน
5. ให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วมเป็นการใช้การสื่อสาร 2 ทาง ช่วยกระตุ้นความสนใจจากกลุ่มประชาชน และช่วยให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชน

หลักในการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งจำเป็นที่นักประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาอย่างรอบครอบ วิเคราะห์ถึงผลดีผลเสีย และการเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ การพิจารณาเลือกสื่อไม่ควรละเลยที่แตกต่างกันของสื่อแต่ละชนิด

บทบาทของสื่อสารในการพัฒนางานประกันสังคม คือ

1. ให้ข่าวสารเพื่อแจ้งให้ผู้ประกันตน นายจ้างทราบถึงสิทธิประโยชน์ และข่าวสารข้อมูลความเคลื่อนไหวได้
2. ให้ความรู้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจประโยชน์ของการประกันสังคม เข้าใจสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากประกันสังคม วิธีการใช้สิทธิของตนเอง

3. ชักจูงใจเพื่อให้ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้างมีทัศนคติที่ดีต่อการประกันสังคม เพื่อให้มีการพัฒนาระบบประกันสังคมที่ดีไว้รองรับ ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง (อ้างถึงในดวงพร โรจนพันธุ์, 2541 : 75 - 76)

ช่องทางในการเปิดรับข่าวสารข้อมูลมีหลากหลายขึ้นอยู่กับผู้รับสาร ในการเลือกที่จะเปิดรับการประชาสัมพันธ์ เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเปิดรับ และเป็นสื่อกลางในการติดต่อประสานความต้องการระหว่างผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง และประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการผ่านศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ที่เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลให้กับองค์กร ในการกระจายข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์ออกสู่สาธารณะชน สร้างภาพลักษณ์ (Public Image) ให้กับประกันสังคมในแง่ดี และยังสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติในเรื่องการเข้าร่วมกับประกันสังคมอีกด้วย

การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม โดยใช้ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ช่วยเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลความรู้ ให้แก่ ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน นายจ้าง และประชาชนทั่วไป ตามแผนของการสื่อสารที่สำนักงานประกันสังคมที่กำหนดไว้ ในการสื่อสารนั้นศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 มีทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของประกันสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อีกทั้งยังทำให้ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน นายจ้าง และประชาชนทั่วไปเข้าใจในตัวองค์กร อีกทั้งยังเป็นที่ยึดถือ มีความรู้สึกไปในทางที่ดีก่อให้เกิดทัศนคติเชิงบวก ประกอบกับโน้มน้าวให้ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน สามารถเป็นส่วนหนึ่งของกองทุนประกันสังคมผ่านศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม ได้ด้วยความเต็มใจ

2.5 แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Approach)

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ เป็นแนวความคิดที่มีหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของมนุษย์ที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน ส่วนคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย งานวิจัยทางด้านประชากรศาสตร์มักจะมองหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรม และการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างที่แตกต่างกัน เช่น ผู้หญิงที่เป็นกลุ่มแม่บ้านมักนิยมฟังวิทยุ และดูโทรทัศน์ มากกว่าการเปิดรับสื่ออย่างอื่น คนที่มีการศึกษาน้อยนิยมฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ คุณสมบัติของประชากรศาสตร์ ได้ผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกัน ต้องมีกิจกรรมในทำนองเดียวกัน และพฤติกรรมต่างๆ ก็คล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่เป็นตัวแปรหลักๆ นั้นนิยมใช้เพียง 4 ตัวแปรคือ (อ้างถึงในรุ่งกานต์ ภัตตรีระชัยกิจ, 2543 : 23 - 26)

1. เพศ (Sex) โดยลักษณะของสังคมไทย ถึงแม้ได้มีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเรื่องเพศก็ตาม แต่เพศก็ยังมีผลต่อการสื่อสารอยู่อีก มีงานวิจัยหลายชิ้นที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างนั้นชายและหญิงต่างกัน เช่น จากการศึกษาทัศนคติของครูผู้ชายกับครูผู้หญิงที่มีต่อการสอน “เพศศึกษา” นั้น พบว่าครูผู้ชายมีทัศนคติที่ดีมากกว่าครูผู้หญิง หรือจากการศึกษาการใช้เวลาของนักเรียนหญิง กลับพบว่า นักเรียนหญิงทำการบ้าน และทบทวนบทเรียนมากกว่านักเรียนชาย นอกจากนี้พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของชายและหญิงก็ต่างกัน ดังเช่น การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมชมภาพยนตร์ โทรทัศน์ของวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงคราม และจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่เด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่แสดงว่า ชายและหญิงนั้นไม่แตกต่างกัน เช่น จากการศึกษาวิจัยแบบทดลอง พบว่าผู้รับสารชายและหญิงไม่มีความสัมพันธ์ทางการโน้มน้ำหนักใจจาก ผู้พูด หรือจากการวิจัยเกี่ยวข้องกับ ความคล่องในความคิด ความยืดหยุ่นในการคิด และความคิดริเริ่ม พบว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างนักศึกษชายและหญิง เป็นต้น

ชายและหญิงต่างก็มีความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน และเหมือนกันซึ่งต่างธรรมชาติแล้วชาย และหญิงจะมีคุณลักษณะที่ต่างกันถึงแม้สภาพสังคมปัจจุบัน

จะเปลี่ยนแปลงไปมากแต่ก็ยังมีหลายอย่างที่ ชายและหญิงยังมีสถานะของตนเองอยู่อีก ดังนั้นการสื่อสารทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคล กลุ่ม หรือมวลชน จะต้องคำนึงถึงการสื่อสารนี้กำลังสื่อสารกับผู้รับสารเพศใด

2. อายุ (Age) อายุของผู้รับสารจะมีอิทธิพลกับการสื่อสารไม่มากนักน้อย ซึ่งอาจออกมาในรูปของการเข้าใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้รับสาร ด้วยเหตุดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารเป็นกลุ่ม การสื่อสารสาธารณะชน หรือการสื่อสารมวลชน ซีมเปิล (C. Maple) และไอ แอล เจนิส และดีไรฟ์ (I.L. Janis and D. Rife) ได้ทำการวิจัย และให้ผลสรุปว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้แล้วอายุยังมีความสัมพันธ์ต่อข่าวสาร และสื่ออีกด้วย ตัวอย่างเช่น การฟังเทศน์ การเข้าวัดไปบิณฑบาต จะพบว่า ผู้สูงอายุจะมีกิจกรรมด้านนี้สูงกว่าผู้มีอายุน้อยหรือวัยรุ่น หรือภาษาที่ใช้ในวัยต่างกันก็ยังมีความแตกต่างกันด้วย โดยจะพบว่าภาษาใหม่ๆ แปลกๆ จะพบในคนหนุ่มสาวสูงกว่าผู้สูงอายุ เป็นต้น

ปรมะ สตะเวทิน (อ้างถึงในศิริวรรณ เกรียงโกมล, 2547 : 33) ได้อธิบายว่า อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม โดยคนอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีความมาก ในขณะที่มีอายุมากมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนที่มีความอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดอุดมการณ์มากกว่าใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีว่าคนที่มีความมาก ในขณะที่มีอายุมากมักจะเป็นคนยึดถือปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีความมาก มีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคเช็ญต่างๆ มาแล้วตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีความอายุน้อย อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการจูงใจด้วย โดยเมื่อคนที่มีความมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงจะน้อยลง

3. อาชีพ (Occupation) มีงานวิจัยหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของคน เช่น จากการศึกษาถึงความทะเยอทะยานของเด็กวัยรุ่นไทยที่มาจากครอบครัวชั้นกลาง และชั้นต่ำ พบว่า ผู้ที่มาจากครอบครัวชั้นกลางมีความทะเยอทะยานมีความสนใจตนเอง และผู้อื่นมีความต้องการจะเห็นสังคมเจริญ และมีส่วนช่วยให้สังคมเจริญขึ้นมากกว่าผู้ที่มาจากครอบครัวชั้นต่ำ หรือการศึกษาถึงความพร้อมในการอ่านของเด็กพบว่า เด็กที่หัวหน้าครอบครัวมีการศึกษามาก มีความพร้อมในการอ่านมากกว่าเด็กที่

มีหัวหน้าครอบครัวมีการศึกษาน้อย หรือการศึกษาถึงการสร้างความคิดรวบยอด และการอ่าน พบว่า เด็กจีนและเด็กลูกครึ่งไทย - จีน สร้างความคิดรวบยอด และความเข้าใจในการอ่านสูงกว่า เด็กไทย และจากการศึกษาการลงโทษของบิดามารดา พบว่าฐานะทางสังคม และเศรษฐกิจมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญต่อการเคยถูกบิดามารดาใช้การลงโทษ ครอบครัวระดับต่ำ และบิดามารดาที่มีความรู้ได้น้อย มักใช้การลงโทษทางกายที่ใช้อารมณ์มากกว่าครอบครัวระดับสูง และระดับปานกลาง ขณะเดียวกันครอบครัวระดับสูง และระดับปานกลางมักใช้การลงโทษทางใจมากกว่าทางกาย เป็นต้น

4. ระดับการศึกษา (Education) เป็นตัวแปรที่สำคัญมากต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสาร ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่การอ่านออกเขียนได้ก็จะต้องมีการศึกษาระดับหนึ่ง การมีความรู้ความเข้าใจคำศัพท์หรือคำพูด บางประโยคก็อาจต้องการความรู้ที่ระดับหนึ่ง เช่นเดียวกันสาขาวิชาที่จบมาก็คือ อิทธิพลที่ทำให้บุคคลนั้นมีความรู้ความเข้าใจ หรือความสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งต่างกัน

มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องที่ได้ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันออกไป เช่น บุคคลที่ยังมีการศึกษาสูงก็จะมี ความสนใจ ในข่าวสาร กว้างขวางแต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ จะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอถึงจะเชื่อ หรือผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น

5. รายได้ (Income) รายได้จัดได้ว่าเป็นตัวแปรสำคัญ ที่กำหนดฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมของบุคคล ดังนั้น การศึกษาวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์ จึงมักมีตัวแปร รายได้ของบุคคลรวมอยู่ด้วยเสมอ เนื่องจากรายได้ของคนเป็นตัวกำหนดความต้องการ ตลอดจน ความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรม

นอกจากนั้น ยุค บ็อบบี้ (2534) ยังได้อธิบายเกี่ยวกับตัวแปรด้านรายได้เพิ่มเติมอีกว่า รายได้เป็นตัวแปรที่สามารถนำมาอธิบายถึง พฤติกรรมสื่อสารของบุคคลได้ดี เช่น เดียวกันกับกรณีตัวแปรการศึกษา เพราะเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกัน และมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่

การงานที่ดีจึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอการเปิดรับสื่อจึงจำเป็น สำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มอื่น

โดยสรุปแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นแนวความคิดที่พยายามชี้ให้เห็นถึงประเด็นความแตกต่างในด้านคุณสมบัติทางประชากรระหว่างบุคคล ซึ่งมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลที่แตกต่างกันออกไป นั่นก็คือ การมองว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร มีส่วนช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดความสนใจในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร อาจกล่าวได้ว่าสารต่างๆ ที่ผู้ส่งสารส่งไปมายังผู้รับสารนั้นมิได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารโดยตรง แต่เป็นการสนับสนุนความเข้าใจ ในการวิเคราะห์เรื่องการเปิดรับความเชื่อดั้งเดิม หรือประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคลให้มีความหนักแน่นมากยิ่งขึ้น บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน จึงทำให้การเลือกเปิดรับสื่อมีความแตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งการนำแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ข่าวสาร พฤติกรรมในการใช้บริการ และทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม นั้นเป็นการวิเคราะห์ผู้รับสารในเรื่องการเปิดรับข่าวสาร อย่างไรก็ตามแนวคิดนี้เป็นการมองถึงพฤติกรรมของผู้รับสารว่าเกิดจากแรงผลักดันภายนอก (External - forces) อันได้แก่ ตัวแปรทาง เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ซึ่งทั้งหมดจะใช้เป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมการสื่อสารนั้น แต่ตัวแปรเหล่านี้จะมีตัวแปรอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ก็ไม่ได้หมายความว่า ผู้ชายไม่ชอบเปิดรับสื่อโทรทัศน์ พฤติกรรมการเปิดรับสารของผู้รับสารอาจจะไม่ได้มาจากแรงผลักดันจากภายนอก แต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้นยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ลักษณะทางจิตวิทยา เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ และรสนิยมของผู้บริโภค นั้น จะมีบทบาทในการเลือกรับสื่อ ทั้งในแง่ของประเภท และเนื้อที่ในการเสนอสื่อ เช่นคนที่มีรสนิยมต่างกัน อาจเลือกเปิดรับสื่อต่างประเภท เนื่องจากสื่อบางประเภทมีเนื้อหาที่หนักหรือเบา หรือให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับผู้รับสื่อต่างๆ ตามความต้องการของผู้บริโภค

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลิปดา จันทรศักดิ์ (2541 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง การวิจัยประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการประกันสังคม ผู้สถานประกอบการของศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคม

ผลการวิจัยพบว่า ก่อนเข้าร่วมโครงการกลุ่มตัวอย่างผู้ประกันตน มีระดับความรู้โดยเฉลี่ยร้อยละ 60 ของความรู้ที่เผยแพร่ตามสื่อต่างๆ ร้อยละ 94.5 ของผู้แสดงความเห็นชอบสื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมในโครงการ สื่อบุคคล และสื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อที่ผู้ประกันตนชอบมากที่สุด รองลงมาคือ เอกสารเผยแพร่ นิทรรศการ และกิจกรรมเล่นเกมตอบคำถามชิงรางวัล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า บุคลิกที่อบอุ่นเป็นกันเองทำให้กล้าซักถาม การให้ความรู้ได้อย่างคล่องแคล่วชัดเจนของสื่อบุคคล เนื้อหาที่เข้าใจได้ง่ายของสื่อนิทรรศการ ความชัดเจนของตัวอักษรของสื่อเอกสารเผยแพร่ เป็นคุณลักษณะที่เด่นของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ

ผลจากการวิจัยจะเห็นได้ว่า ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกันตนมีผลต่อความรู้ที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ และกิจกรรมการเล่นเกมตอบคำถามชิงรางวัลซึ่งมีการใช้คำถามประกอบการเล่น และการปฏิสัมพันธ์กับสื่อบุคคลในโครงการมีผลต่อการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ให้ผลการเรียนรู้ที่ดีขึ้น

สำหรับทัศนคติต่อการเป็น ผู้ประกันตนของกลุ่มตัวอย่าง สื่อบุคคล และสื่อนิทรรศการทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการจงใจให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกันตน ส่วนคุณลักษณะของสื่อที่ให้รายละเอียดเรื่องสิทธิประโยชน์ การใช้สิทธิ และความน่าเชื่อถือของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ มีผลต่อทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกันตน

จิตรรา วุฒิสัทธาภักดิ์ (2535 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง “การรับรู้ของลูกจ้างและนายจ้างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม” สื่อที่ทำให้นายจ้างมีการรับรู้ดีที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ รองลงมา คือ การฝึกอบรม โทรทัศน์ แผ่นพับ และหนังสือ “ท่านกับประกันสังคม” วารสาร “สปส.สาร” วิทยุ วีดิโอ ตามลำดับ

สื่อที่ทำให้นายจ้างมีการรับรู้ถึงเรื่องขอรับบริการทางการแพทย์มากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์รองลงมา คือ การฝึกอบรม โทรทัศน์ วิทยุ วารสาร “สปส.สาร” แผ่นพับและหนังสือ “ท่านกับประกันสังคม” วีดิโอ ตามลำดับ

สื่อที่ทำให้นายจ้างมีการรับรู้เรื่องการขอรับประโยชน์ทดแทนมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับและหนังสือ “ท่านกับประกันสังคม” การฝึกอบรม วารสาร “สปส.สาร” โทรทัศน์ วิทยุ วิดีโอ ตามลำดับ

สื่อที่ทำให้นายจ้างมีการรับรู้เรื่องการขอรับบริการทางการแพทย์มากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับและหนังสือ “ท่านกับประกันสังคม” การฝึกอบรม วารสาร “สปส.สาร” โทรทัศน์ วิทยุ วิดีโอ ตามลำดับ

การได้รับ และรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของลูกจ้าง

สื่อที่ลูกจ้างเคยได้รับสูงสุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับและหนังสือ “ท่านกับประกันสังคม” ตามลำดับ และพบว่า

เพศ อายุ อาชุนาน สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับการได้รับสื่อของลูกจ้าง แต่พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการได้รับสื่อแผ่นพับและหนังสือ “ท่านกับประกันสังคม” การฝึกอบรม และหนังสือพิมพ์ลูกจ้างที่มี ระดับการศึกษาสูงได้รับสื่อเหล่านี้มากกว่าลูกจ้างที่มีระดับการศึกษาน้อย

ลูกจ้างส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ และพบว่าเพศ อาชุนาน สถานภาพ และสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ของลูกจ้างแต่พบว่า ลูกจ้างที่มีระดับการศึกษาสูง มีระดับการรับรู้เรื่องสาระของพระราชบัญญัติประกันสังคมมากกว่าลูกจ้างที่มีระดับการศึกษาต่ำ

ปาริชาติ สารินุตรานนท์ (2548 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ประกันตน ต่อการมารับบริการการประกันสังคม สำนักงานประกันสังคมจังหวัดลพบุรี

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 2 - 30 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท และมีระยะเวลาการเป็นผู้ประกันตนอยู่ระหว่าง 6 - 10 ปี มารับบริการการประกันสังคมเพราะเบิกได้ตามสิทธิ ผู้มีอิทธิพลต่อการมารับบริการคือ ตนเอง มารับบริการในช่วงเวลาเที่ยง 11.01 - 13.00 น. ประมาณปีละ 1 - 2 ครั้ง มูลค่าที่มาใช้บริการไม่เกิน 500 บาท อัตราเงินสมทบที่เหมาะสมเป็น 5% มารับบริการการประกันสังคมกรณีเจ็บป่วย มารับบริการที่สำนักงานประกันสังคมจังหวัดลพบุรี และได้รับข้อมูลข่าวสารการประกันสังคมจากเอกสารสำนักงานประกันสังคม ผู้ประกันตนให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่ตามลำดับ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้ประกันตนที่มารับบริการการประกันสังคม สำนักงาน

ประกันสังคมจังหวัดลพบุรีกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ประกันตนที่มารับบริการการประกันสังคม สำนักงานประกันสังคมจังหวัดลพบุรี คือ ความถี่ในการมารับบริการประกันสังคม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และระยะเวลาการเป็นผู้ประกันตน

ศิริวรรณ เกรียงโกมล (2547 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา Bug1113 ของบริษัท สามารถอินโฟมีเดีย จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการบริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน Bug1113 จากป้ายโฆษณามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.56 ครั้งต่อเดือน และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.42 ครั้งต่อเดือน โดยการบริการข้อมูลรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ที่กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่รับทราบจากสื่อต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมาคือ บริการข้อมูลด้านร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 15.9 ส่วนบริการส่งข้อความ (SMS) บริการส่งเสียงเพลงเรียกเข้า (Ring Tone) คิดเป็น ร้อยละ 15.5

ส่วนประเภทของสื่อกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่าสามารถใช้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับบริการ Bug1113 ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 ตอบว่าสื่อโทรทัศน์มีประสิทธิภาพมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อป้ายโฆษณา มีจำนวนผู้ตอบ 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ส่วนสื่อโปสเตอร์ และสื่อแผ่นพับมีจำนวนผู้ตอบแทนเท่ากัน และน้อยที่สุด คือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับหนึ่งเฉย ต่อบริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน Bug1113 ทั้งในเรื่องคุณภาพของข้อมูล และคุณภาพของบริการ รวมถึงมีทัศนคติในระดับหนึ่งเฉยต่อบริการโดยรวมด้วย

สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน Bug1113 พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน Bug1113 เฉลี่ยประมาณเดือนละ 4.42 ครั้ง โดยใช้บริการข้อมูลรายนามผู้ใช้โทรศัพท์มากเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 35.8 ครั้ง อันดับที่ 2 คือ บริการส่งข้อความ (SMS) บริการส่งเสียงเพลงเรียกเข้า (Ring Tone) คิดเป็นร้อยละ 22.2 และอันดับที่ 3 บริการข้อมูลด้านร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 15.0

เมื่อพิจารณาถึงประเภทของโทรศัพท์ที่ใช้เพื่อเข้าถึงบริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน Bug1113 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ซึ่งมีจำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 ใช้

โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อเข้าถึง บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน Bug1113 รองลงมาคือ ใช้โทรศัพท์พื้นฐานมีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 (PCT) มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

สุกัลย์ ตั้งนิรันดรสรณู (2549 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ดังนี้ สื่อโทรทัศน์ ทุกวัน (บ่อยมาก) มากที่สุด จำนวน 279 สื่อวิทยุ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 127 คน สื่ออินเทอร์เน็ต ทุกวัน (บ่อยมาก) มากที่สุด จำนวน 116 คน สื่อหนังสือพิมพ์ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 143 คน สื่อนิตยสาร เดือนละครั้ง (นานๆ ครั้ง) มากที่สุดจำนวน 117 คน สื่อแผ่นพับเดือนละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 125 คน สื่อโปสเตอร์เดือนละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 111 คน สื่อป้ายโฆษณาสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 130 คน และสื่อบุคคล เดือนละครั้ง (นานๆ ครั้ง) มากที่สุด จำนวน 137 คน

สำหรับประเภทของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสามารถ ให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้อย่างชัดเจนมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนสื่อวิทยุ สื่อโปสเตอร์ สื่อป้ายโฆษณา มีสัดส่วนเท่ากัน และน้อยที่สุดคือ สื่อนิตยสาร

ความพึงพอใจการให้บริการ ณ ทูช้อป (True Shop) ของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการให้บริการ ณ ทูช้อป (True Shop) ของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในด้านกระบวนการการให้บริการมีความพึงพอใจมาก โดยมีพนักงานที่ให้บริการ มีความพึงพอใจที่มาก

ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นว่ากระบวนการให้บริการ ขาดความเร็วในการดำเนินงาน และขั้นตอนการดำเนินงานซ้ำซ้อนเกินไป จำนวน 12 คน ส่วนสถานที่ที่ให้บริการควรมีบริเวณในการให้บริการที่กว้าง ทันสมัยสะดวกมากกว่าปัจจุบัน และเพิ่มสาขาให้มากกว่านี้ ควรปรับอากาศให้เย็นสบายกว่านี้ เป็นจำนวนเท่ากัน จำนวน 9 คน นอกจากนี้พนักงานที่ให้บริการ ไม่ใส่ใจลูกค้าเท่าที่ควร จำนวน 15 คน

รองศาสตราจารย์รัตนา จักกะพาก (2549 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่อง การสำรวจ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ณ สำนักงานประกันสังคมจังหวัด และพื้นที่ทั่วประเทศ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ 20 - 29 ปี มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ ช่วงอายุที่พบน้อยที่สุด คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่จบ การศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้รับบริการที่เป็นโสด และสมรสแล้วมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน และ ภูมิฐานะเดิมของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่อยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับ ผู้ใช้บริการที่ไม่เคยย้ายถิ่นที่อยู่จากปัจจุบันเลย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 33 ซึ่งเป็น ผู้ปฏิบัติงานมากกว่าผู้บริหาร ช่วงรายได้ที่พบมากที่สุด คือ 5,000 - 7,500 บาทต่อเดือน และมีผู้ใช้ มากกว่า 50% ที่สมาชิกในครอบครัวไม่มีบัตรประกันสังคม สำหรับความบ่อยครั้งในการใช้บริการ ในรอบ ส่วนใหญ่รับบริการครั้งเดียว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาขอรับบริการเกี่ยวกับเรื่องของตนเอง โดย ผู้แนะนำให้มาใช้บริการ คือ ฝ่ายบุคคล/เจ้าหน้าที่ของบริษัท ส่วนใหญ่กรณีที่มาขอรับบริการนั้น เป็นการรับประโยชน์ทดแทน จากกองทุนประกันสังคม กรณีทันตกรรม กรณีประสบอันตราย - เจ็บป่วย และกรณีคลอดบุตร ตามลำดับ ส่วนใหญ่ระบุว่า ได้รับบริการแบบครบทุกขั้นตอนจน เสร็จ เรียบร้อยในห้องเดียว (One Stop Service)

อาบบุญ พิชัยพันธุ์ (2549 : บทคัดย่อ) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคาดหวัง ความรู้ และความคิดเห็นที่มีการเผยแพร่ข่าวสารและการให้บริการของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้ทางพิเศษในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 29 - 39 ปี และมีอาชีพรับจ้างหรือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการใช้ทางด่วนพิเศษ 1 - 5 ครั้ง และใช้รถยนต์ 4 ล้อ มากที่สุด

ด้านการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐมากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ส่วนวิทยุ ได้แก่ FM. 105.5 สำหรับการ เปิดรับข่าวสารของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิก สารศรีรัชมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้ทางพิเศษทั่วไปในสื่อทุก ประเภท และมีความรู้เกี่ยวกับบริษัทมากกว่าด้วย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลไว้ ดังนี้

- 3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา
- 3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.6 การวัดค่าตัวแปรและการให้คะแนน
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตนที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 เขตพื้นที่ ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,172,029 คน (ข้อมูลจากกองวิจัยและพัฒนา สำนักงานประกันสังคม ณ เดือนมกราคม 2551) ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากร คือ ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม ในเขตกรุงเทพมหานคร

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) จากผู้ประกันตนที่เข้ามาใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 3,172,029 คน กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% กำหนดความผิดพลาดไม่เกิน $\pm 5\%$ หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากรเท่ากับ 3,172,029 คน

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 0.05 (ความเชื่อมั่น 95%)

$$\begin{aligned} n &= 3,172,029 / (1 + 3,172,029 (0.05)^2) \\ &= 399.94 \end{aligned}$$

3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ชุด และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Multistage Sampling) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sample) โดยสำนักงานประกันสังคมมีเขตพื้นที่ทั้งหมด 10 เขต ที่กระจายอยู่รอบในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 10 เขต คือ

1. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 1 มีเขตความรับผิดชอบ 4 เขตดังนี้ เขตคูสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพระนคร และเขตสัมพันธวงศ์

2. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 2 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขตดังนี้ เขตจัตุจักร เขตดอนเมือง เขตบางซื่อ เขตบางเขน และเขตหลักสี่
3. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 3 มีเขตความรับผิดชอบ 4 เขตดังนี้ เขตดินแดง เขตพญาไท เขตราชเทวี และเขตห้วยขวาง
4. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 4 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขตดังนี้ เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตยานนาวา เขตสาทร และเขตบางคอแหลม
5. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 5 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขตดังนี้ เขตคลองสาน เขตธนบุรี เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ และเขตบางพลัด
6. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 6 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขตดังนี้ เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา เขตบางแค เขตภาษีเจริญ และเขตหนองแขม
7. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 7 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขตดังนี้ เขตทุ่งครุ เขตจอมทอง เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน และเขตราษฎร์บูรณะ
8. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 8 มีเขตความรับผิดชอบ 6 เขตดังนี้ เขตคลองเตย เขตบางนา เขตประเวศ เขตพระโขนง เขตวัฒนา และเขตสวนหลวง
9. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 9 มีเขตความรับผิดชอบ 5 เขตดังนี้ เขตคันนายาว เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตวังทองหลาง และเขตบึงกุ่ม
10. สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 10 มีเขตความรับผิดชอบ 6 เขตดังนี้ เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตลาดกระบัง เขตสะพานสูง เขตหนองจอก และเขตสายไหม

โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการจับฉลากเพื่อเลือกตัวแทนแต่ละกลุ่มเขต ผลการจับฉลากเป็น ดังนี้

1. เขตพื้นที่ 1. ได้เขตตัวแทน คือ เขตพระนคร(มหาดไทย)
2. เขตพื้นที่ 2. ได้เขตตัวแทน คือ เขตจัตุจักร
3. เขตพื้นที่ 3. ได้เขตตัวแทน คือ เขตดินแดง
4. เขตพื้นที่ 4. ได้เขตตัวแทน คือ เขตบางรัก
5. เขตพื้นที่ 5. ได้เขตตัวแทน คือ เขตธนบุรี
6. เขตพื้นที่ 6. ได้เขตตัวแทน คือ เขตบางแค
7. เขตพื้นที่ 7. ได้เขตตัวแทน คือ เขตบางขุนเทียน
8. เขตพื้นที่ 8. ได้เขตตัวแทน คือ เขตคลองเตย
9. เขตพื้นที่ 9. ได้เขตตัวแทน คือ เขตบางกะปิ
10. เขตพื้นที่ 10. ได้เขตตัวแทน คือ เขตมีนบุรี

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) โดยทำการเก็บข้อมูลเฉพาะ ผู้ที่มีเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 และทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามข้อมูลกับผู้ใช้บริการทั้ง 10 เขต เขตละ 40 ชุด

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้สำหรับการศึกษานี้ ทางผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกประเภทของตัวแปรได้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ อาชีพ

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 รายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ รายได้

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 แตกต่างกัน

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self - Administered Questionnaires) ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close - Ended Questionnaires) และแบบสอบถามปลายเปิด (Open - Ended Questionnaires) ในการแจกแบบสอบถามของวิจัย จะทำการแจกแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ที่ให้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

3.6 การวัดค่าตัวแปรและการให้คะแนน

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน และเกณฑ์การวัดค่าตัวแปร ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามในเรื่องเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้คำถามแบบเลือกตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ของผู้ให้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ การเปิดรับข่าวสารที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยกำหนดเกณฑ์การวัดค่าตัวแปรออกเป็น 5 ระดับ คือ

มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	ให้คะแนน	5	คะแนน
5-6 ครั้งต่อเดือน	ให้คะแนน	4	คะแนน
3-4 ครั้งต่อเดือน	ให้คะแนน	3	คะแนน
1-2 ครั้งต่อเดือน	ให้คะแนน	2	คะแนน
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	ให้คะแนน	1	คะแนน

โดยจัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยระดับ 4.21 - 5.00 หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน

ค่าเฉลี่ยระดับ 3.41 - 4.20 หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร 5-6 ครั้งต่อเดือน

ค่าเฉลี่ยระดับ 2.61 - 3.40 หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร 3-4 ครั้งต่อเดือน

ค่าเฉลี่ยระดับ 1.81 - 2.60 หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร 1-2 ครั้งต่อเดือน

ค่าเฉลี่ยระดับ 1.00 - 1.80 หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการ ให้ความสำคัญในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้ในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ ลักษณะการรับบริการ และสาเหตุในการใช้บริการโดยใช้คำถามแบบเลือกตอบ (Checklist) ส่วนการวัดค่าตัวแปรจะใช้การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยกำหนดเกณฑ์การวัดค่าตัวแปรออกเป็น 5 ระดับ คือ

มากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
มาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยใช้การคำนวณดังนี้

ได้ช่วงคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่วงมีขนาดเท่ากับ 0.8 ดังนั้น จึงให้ความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 ถือว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 ถือว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 ถือว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 ถือว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 ถือว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 มี 1 ข้อย่อย คือ ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ควรปรับปรุง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยทำการปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา จึงสามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ครบ 400 ชุด โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม 400 ชุด มาลงรหัส (Coding) เปลี่ยนสภาพของข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องหมายคอมพิวเตอร์คำนวณได้ ต่อจากนั้นนำข้อมูลไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR WINDOWS

2. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ดังนี้

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

- ค่าความถี่ (Frequency)
- ค่าร้อยละ (Percentage)
- ค่าเฉลี่ย (Means)
- ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

- วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way-ANOVA)

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

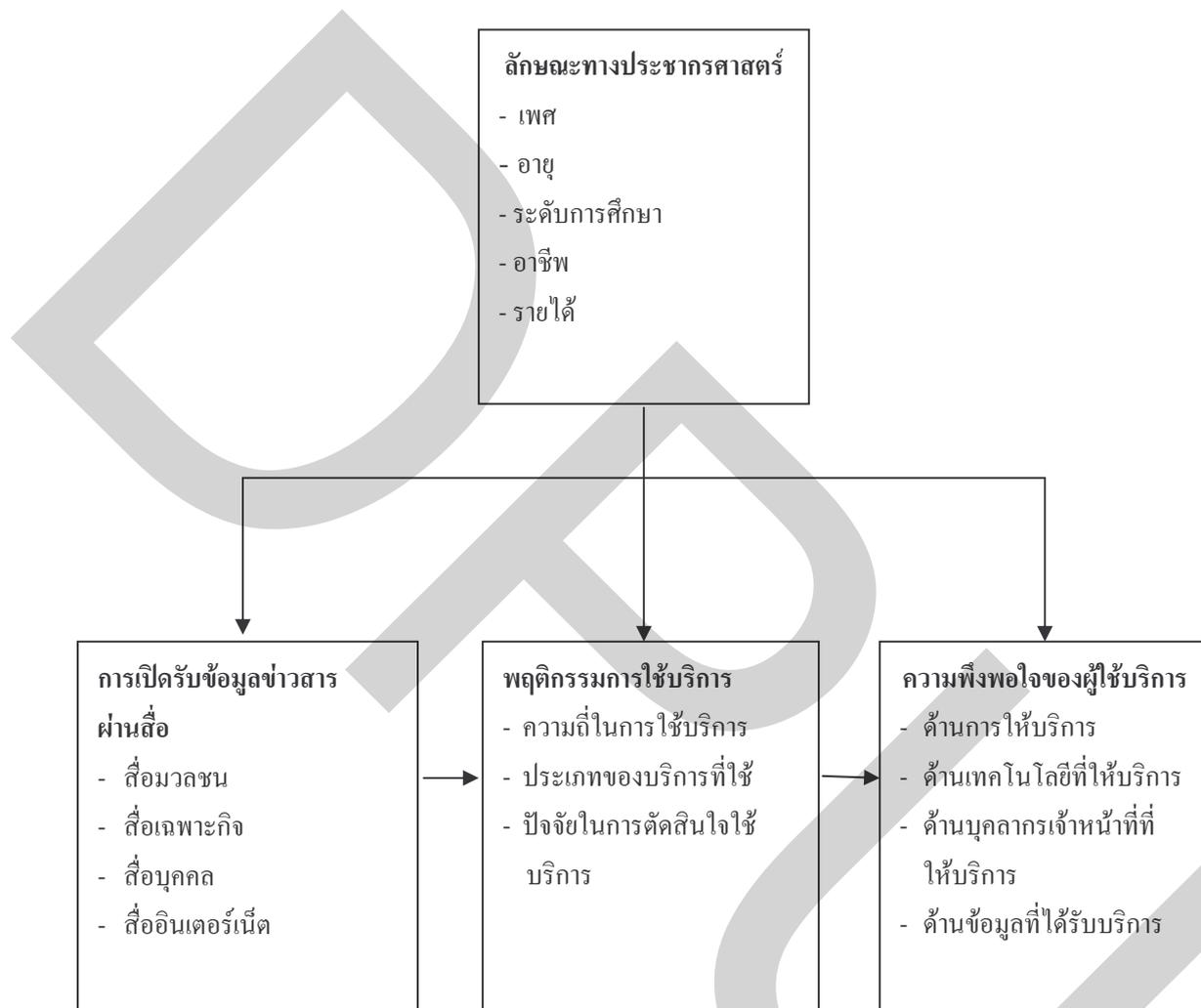
ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาเสนอ และการสรุปผลวิจัยครั้งนี้ได้ใช้การคำนวณค่าสถิติต่างๆ โดยแบ่งเป็น

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยระบุค่าของข้อมูลเป็นความถี่ (Frequency) วิเคราะห์ด้วยจำนวนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) มีดังนี้

- สถิติทดสอบ T – test และการวิเคราะห์แปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way - ANOVA) เพื่อทดสอบ และอธิบายในกรณีที่ทำค่าความแตกต่างในเรื่องของ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

3.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยใช้วิธีแจกแบบสอบถาม ที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ชุดนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตาราง และการบรรยายประกอบตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2. การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ตอนที่ 3. พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ตอนที่ 4. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ตอนที่ 5. การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลด้านลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยได้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 4.1 - 4.5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	111	27.8
หญิง	289	72.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 72.3 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 27.8

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 22 ปี	14	3.5
23 - 30 ปี	143	35.8
31 - 38 ปี	162	40.5
39 - 46 ปี	50	12.5
47 - 54 ปี	24	6.0
55 ปีขึ้นไป	7	1.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 38 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 23 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.8 อันดับที่ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 39 - 46 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.5 และกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	5	1.3
มัธยมศึกษา	33	8.2
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	78	19.5
ปริญญาตรี	256	64.0
สูงกว่าปริญญาตรี	28	7.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 19.5 อันดับที่ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.3 และกลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา หรือต่ำกว่าน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	19.5
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	5.5
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	4.8
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.5
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	1.8
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	4.0
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	7.3
บริษัทเอกชน	203	50.8
แม่บ้าน	16	4.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาคือ หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.5 อันดับที่ 3 คือ โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 7.3 และกลุ่มตัวอย่างธนาคาร/สถาบันการเงินน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	1.3
5,000 - 10,000 บาท	122	30.5
10,001 - 15,000 บาท	145	36.3
15,001 - 20,000 บาท	57	14.3
20,001 - 25,000 บาท	28	7.0
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	10.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ 5,000 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.5 อันดับที่ 3 คือ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยที่สุด ต่ำกว่า 4,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ข้อมูลด้านการเปิดรับข่าวสาร ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เป็นข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวกับประกันสังคม ของสำนักงานประกันสังคมผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่เปิดรับ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยได้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะแสดงผลได้ดังตารางที่ 4.6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

สื่อที่เปิดรับ	ความถี่ในการเปิดรับ					S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับการเปิดรับข่าวสาร (ต่อเดือน)
	มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	5 - 6 ครั้งต่อเดือน	3 - 4 ครั้งต่อเดือน	1 - 2 ครั้งต่อเดือน	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน			
สื่อมวลชน สื่อโทรทัศน์	84 (21.0)	43 (10.8)	91 (22.8)	114 (28.5)	68 (17.0)	1.38	2.90	3 - 4 ครั้ง
สื่อวิทยุ	41 (10.3)	38 (9.5)	87 (21.8)	85 (21.3)	149 (37.3)	1.36	2.35	1 - 2 ครั้ง
สื่อหนังสือพิมพ์	44 (11.0)	43 (10.8)	84 (21.0)	93 (23.3)	136 (34.0)	1.34	2.41	1 - 2 ครั้ง
สื่อนิตยสาร	22 (5.5)	24 (6.0)	78 (19.5)	104 (26.0)	172 (43.0)	1.21	2.06	1 - 2 ครั้ง
สื่อเฉพาะกิจ สื่อโปสเตอร์	19 (4.8)	42 (10.5)	112 (28.0)	96 (24.0)	131 (32.8)	1.16	2.30	1 - 2 ครั้ง
สื่อแผ่นพับ, โบปปลิว	16 (4.0)	48 (12.0)	102 (25.5)	106 (26.5)	128 (32.0)	1.15	2.29	1 - 2 ครั้ง
สื่อป้ายโฆษณา	22 (5.5)	47 (11.8)	107 (26.8)	112 (28.0)	112 (28.0)	1.16	2.38	1 - 2 ครั้ง
ข่าวสารประชาสัมพันธ์	24 (6.0)	55 (13.8)	117 (29.3)	101 (25.3)	103 (25.8)	1.18	2.49	1 - 2 ครั้ง
วารสาร, จดหมาย	16 (4.0)	37 (9.3)	96 (24.0)	110 (27.5)	141 (35.3)	1.13	2.19	1 - 2 ครั้ง
เสียงตามสาย	5 (1.3)	19 (4.8)	50 (12.5)	72 (18.0)	254 (63.5)	0.96	1.62	น้อยกว่า 1 ครั้ง
หน่วยประชาสัมพันธ์ เคลื่อนที่	3 (0.8)	11 (2.8)	47 (11.8)	90 (22.5)	249 (62.3)	0.85	1.57	น้อยกว่า 1 ครั้ง

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

สื่อที่เปิดรับ	ความถี่ในการเปิดรับ					S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับการ การเปิดรับ ข่าวสาร (ต่อเดือน)
	มากกว่า 6 ครั้ง ต่อ เดือน	5 - 6 ครั้ง ต่อเดือน	3 - 4 ครั้ง ต่อเดือน	1 - 2 ครั้ง ต่อเดือน	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อ เดือน			
เว็บไซต์สำนักงาน ประกันสังคม	3 (0.8)	9 (2.3)	52 (13.0)	113 (28.3)	223 (55.8)	0.84	1.64	น้อยกว่า 1 ครั้ง
การจัดอบรม-สัมมนา เกี่ยวกับประกันสังคม	2 (0.5)	11 (2.8)	54 (13.5)	95 (23.8)	238 (59.5)	0.85	1.61	น้อยกว่า 1 ครั้ง
สื่อบุคคล ข้าราชการ,เจ้าหน้าที่ ประกันสังคม	14 (3.5)	43 (10.8)	106 (26.5)	72 (18.0)	165 (41.3)	1.18	2.17	1 - 2 ครั้ง
พ่อ-แม่,ญาติพี่น้อง, เพื่อนฝูง	5 (1.3)	22 (5.5)	77 (19.3)	104 (26.0)	192 (48.0)	0.99	1.86	1 - 2 ครั้ง
สื่ออินเทอร์เน็ต www.sso.go.th	19 (4.8)	59 (14.8)	79 (19.8)	71 (17.8)	172 (43.0)	1.37	2.28	1 - 2 ครั้ง

จากตารางที่ 4.6 พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วใน 1 เดือน กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจาก ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยในการ เปิดรับสื่อเท่ากับ 2.90 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 3 - 4 ครั้ง/เดือน รองลงมาคือ ข่าวสารประชาสัมพันธ์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยในการเปิดรับสื่อเท่ากับ 2.49 จัดอยู่ในเกณฑ์การ เปิดรับสื่อในระดับ 1 - 2 ครั้ง/เดือน อันดับที่ 3 คือ สื่อหนังสือพิมพ์มีค่าคะแนนเฉลี่ยในการ เปิดรับสื่อเท่ากับ 2.41 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับในระดับ 1 - 2 ครั้ง/เดือน ส่วนการเปิดรับ ข่าวสารจากศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด คือ หน่วย ประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ โดยมีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับสื่อเท่ากับ 1.57 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับ สื่อในระดับ น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้แก่ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ประเภทการใช้บริการ และปัจจัยในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยได้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะแสดงผลได้ดังตารางที่ 4.7 - 4.9 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
06.01 – 12.00 น.	95	23.8
12.01 – 18.00 น.	229	57.3
18.01 – 00.00 น.	61	15.3
00.01 – 06.00 น.	15	3.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 06.01 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.8 อันดับที่ 3 คือ ช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. คิดเป็นร้อยละ 15.3 และช่วงเวลา 00.01 – 06.00 น. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทการบริการในการใช้
บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ประเภทการบริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506	จำนวน	ร้อยละ
บริการข้อมูล / ข่าวสารประกันสังคม	136	34.0
บริการขอเอกสารและแบบฟอร์ม	38	9.5
บริการรับแจ้งเรื่อง / ร้องเรียน	23	5.8
บริการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกันตน	55	13.8
สิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม	52	13.0
บริการตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกันตน	27	6.8
บริการขึ้นทะเบียนลูกจ้าง / ผู้ประกันตน	8	2.0
ข้อมูลสำนักงานเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร	11	2.8
บัตรประกันสังคม / บัตรรับรองสิทธิ / สถานพยาบาลในโครงการ	41	10.3
เสนอแนะ / ดิชม	9	2.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการข้อมูล / ข่าวสารประกันสังคม คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ บริการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกันตน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อันดับ ที่ 3 คือ สิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม คิดเป็นร้อยละ 13.0 และบริการขึ้นทะเบียนลูกจ้าง / ผู้ประกันตนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยในการใช้บริการของ ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ปัจจัยในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการบริการข้อมูล / ข่าวสารประกันสังคม	96	24.0
ต้องการขอเอกสารและแบบฟอร์ม	16	4.0
ต้องการบริการรับแจ้งเรื่อง / ร้องเรียน	30	7.5
ต้องการขอคำปรึกษาแก่ผู้ประกันตน	62	15.5
ต้องการสอบถามสิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม	83	20.8
ต้องการตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกันตน	19	4.8
ต้องการตรวจสอบการขึ้นทะเบียนลูกจ้าง / ผู้ประกันตน	8	2.0
ต้องการสอบถามข้อมูลสำนักงานเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร	6	1.5
ต้องการสอบถามบัตรประกันสังคม / บัตรรับรองสิทธิ / สถานพยาบาลในโครงการ	71	17.8
ต้องการเสนอแนะ / ทิชม	9	2.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยในการใช้บริการที่ต้องการบริการข้อมูล / ข่าวสารประกันสังคม คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ ต้องการสอบถามสิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม คิดเป็นร้อยละ 20.8 อันดับที่ 3 คือ ต้องการสอบถามบัตรประกันสังคม / บัตรรับรองสิทธิ / สถานพยาบาลในโครงการ คิดเป็นร้อยละ 17.8 และต้องการสอบถามข้อมูลสำนักงานเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ข้อมูลด้านความพึงพอใจของ กลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้แก่ ความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ระดับความพึงพอใจ ความชอบที่ได้รับจากการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ของสำนักงานประกันสังคม โดยได้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะแสดงผลได้ดังตารางที่ 4.10 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน และร้อยละ จำแนกตามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ความพึงพอใจที่ได้จากการ บริการ “ศูนย์บริการข้อมูล ประกันสังคม 1506”	ระดับความพึงพอใจ จำนวน (ร้อยละ)					S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ พึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ด้านการบริการ ความรวดเร็วในการติดต่อทาง โทรศัพท์	14 (3.5)	69 (17.3)	199 (49.8)	76 (19.0)	42 (10.5)	0.99	2.86	ปานกลาง
ความพร้อมในการให้บริการ ทางโทรศัพท์	9 (2.3)	75 (18.8)	214 (53.5)	63 (15.8)	39 (9.8)	0.90	2.88	ปานกลาง
ความสะดวกและเหมาะสมใน ช่วงเวลาในการให้บริการ	12 (3.0)	87 (21.8)	211 (52.8)	56 (14.0)	34 (8.5)	0.90	2.96	ปานกลาง
ความต้องการผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร	17 (4.3)	79 (19.8)	204 (51.0)	62 (15.5)	38 (9.5)	0.94	2.93	ปานกลาง
ด้านเทคโนโลยี ความทันสมัย บริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ทันสมัย รองรับบริการ ให้บริการ	8 (2.0)	93 (23.3)	218 (54.5)	50 (12.5)	31 (7.8)	0.86	2.99	ปานกลาง
มีโทรศัพท์คู่สายที่รองรับความ ต้องการ ในการให้บริการ	10 (2.5)	61 (15.3)	208 (52.0)	81 (20.3)	40 (10.0)	0.90	2.80	ปานกลาง

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ จำนวน (ร้อยละ)					S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ที่รับโทรศัพท์ การสนทนา กับผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี	14 (3.5)	113 (28.3)	193 (48.3)	53 (13.3)	27 (6.8)	0.90	3.08	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการ	17 (4.3)	111 (27.8)	195 (48.8)	50 (12.5)	27 (6.8)	0.91	3.10	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการกับผู้ใช้บริการ	14 (3.5)	94 (23.5)	201 (50.3)	62 (15.5)	29 (7.3)	0.90	3.00	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่แสดงน้ำเสียงไม่พอใจ และแสดงความรำคาญกับผู้ใช้บริการ	14 (3.5)	52 (13.0)	174 (43.5)	101 (25.3)	59 (14.8)	0.99	2.65	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่การตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหา กับผู้ใช้บริการ ได้ชัดเจน	15 (3.8)	88 (22.0)	203 (50.8)	61 (15.3)	33 (8.3)	0.92	2.97	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญ ในเรื่องประกันสังคม	16 (4.0)	95 (23.8)	228 (57.0)	41 (10.3)	20 (5.0)	0.82	3.11	ปานกลาง
การมีอัตรายศมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ	19 (4.8)	110 (27.5)	220 (55.0)	34 (8.5)	17 (4.3)	0.82	3.20	ปานกลาง
ด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ ท่านได้รับคำอธิบาย เกี่ยวกับการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ	14 (3.5)	81 (20.3)	232 (58.0)	55 (13.8)	18 (4.5)	0.81	3.04	ปานกลาง

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ จำนวน (ร้อยละ)					S.D.	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ท่านรู้สึกพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ปรัชญา ซึ่งช่วยให้ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้	20 (5.0)	88 (22.0)	212 (53.0)	59 (14.8)	21 (5.3)	0.88	3.06	ปานกลาง
ท่านไม่เคยได้รับคำอธิบายที่เกี่ยวกับเรื่องประกันสังคมตามที่ท่านต้องหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง	9 (2.3)	45 (11.3)	196 (49.0)	94 (23.5)	56 (14.0)	0.93	2.64	ปานกลาง
ข้อมูลที่ได้จากเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง	8 (2.0)	40 (10.0)	201 (50.3)	101 (25.3)	50 (12.5)	0.89	2.63	ปานกลาง
ความพึงพอใจที่ได้จากการบริการ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506” โดยรวม							2.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยรวมเท่ากับ 2.93 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง โดยอันดับที่ 1 ในด้านการมีธยาศัย มิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคม ในการให้บริการ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ ความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจที่ได้จากการบริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 น้อยที่สุดคือ ข้อมูลที่ได้จากเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร” กำหนดสมมติฐานไว้ 2 ข้อดังนี้

1. อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 แตกต่างกัน
2. รายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้การวิเคราะห์จากสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way-ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป ซึ่งจะแสดงผลไว้ในตารางที่ 4.11 - 4.45 ดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.11 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อโทรทัศน์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	3.03	1.32	1.607	0.121
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	3.50	1.26		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	3.26	1.40		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.60	1.26		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	2.57	0.97		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	2.81	1.16		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.96	1.40		
บริษัทเอกชน	203	2.83	1.41		
แม่บ้าน	16	2.12	1.50		
รวม	400	2.90	1.38		

จากตารางที่ 4.11 พบว่าค่า Sig. (0.121) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อโทรทัศน์ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.12 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อวิทยุ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.50	1.30	1.234	0.278
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	2.59	1.40		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	2.12	1.27		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.40	1.26		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	2.00	1.15		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	1.87	0.80		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.55	1.45		
บริษัทเอกชน	203	2.33	1.38		
แม่บ้าน	16	1.62	0.95		
รวม	400	2.34	1.33		

จากตารางที่ 4.12 พบว่าค่า Sig. (0.278) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อวิทยุ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.13 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อหนังสือพิมพ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.38	1.33	1.611	0.120
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	3.13	1.58		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	2.57	1.30		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.40	1.26		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	2.28	1.25		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	2.18	1.10		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.75	1.45		
บริษัทเอกชน	203	2.35	1.32		
แม่บ้าน	16	1.81	1.16		
รวม	400	2.41	1.34		

จากตารางที่ 4.13 พบว่าค่า Sig. (0.120) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อหนังสือพิมพ์ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ
นิตยสารที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.14 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของ
ผู้ให้บริการจากสื่อ นิตยสาร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	1.97	1.17	1.411	0.190
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	2.59	1.58		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	2.26	1.19		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	1.90	1.19		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	1.71	0.95		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	2.00	0.96		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.17	1.16		
บริษัทเอกชน	203	2.05	1.15		
แม่บ้าน	16	1.43	0.62		
รวม	400	2.05	1.16		

จากตารางที่ 4.14 พบว่าค่า Sig. (0.190) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับ
ข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อ นิตยสาร ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโปสเตอร์ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อโปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.75	1.17	3.943	0.000
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	2.77	1.19		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	2.68	1.49		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.50	0.97		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	1.71	0.95		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	2.50	1.21		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.31	1.07		
บริษัทเอกชน	203	2.07	1.08		
แม่บ้าน	16	1.87	1.25		
รวม	400	2.30	1.16		

จากตารางที่ 4.15 พบว่าค่า Sig. (0.000) น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อโปสเตอร์ ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับและใบปลิวที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อแผ่นพับและใบปลิว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.70	1.21	3.510	0.001
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	2.95	1.13		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	2.21	1.13		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.40	1.17		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	2.71	0.75		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	2.37	1.20		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.27	0.88		
บริษัทเอกชน	203	2.07	1.11		
แม่บ้าน	16	2.00	1.21		
รวม	400	2.29	1.15		

จากตารางที่ 4.16 พบว่าค่า Sig. (0.001) น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อแผ่นพับและใบปลิว ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ
ป้ายโฆษณาที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของ
ผู้ใช้บริการจากสื่อป้ายโฆษณา จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.85	1.15	3.478	0.001
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	2.90	1.06		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	1.94	0.84		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.60	1.07		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	2.14	1.21		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	2.56	1.26		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.31	1.10		
บริษัทเอกชน	203	2.19	1.16		
แม่บ้าน	16	2.25	1.12		
รวม	400	2.38	1.16		

จากตารางที่ 4.17 พบว่าค่า Sig. (0.001) น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับ
ข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อป้ายโฆษณา ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.8 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.94	1.19	3.098	0.002
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	3.04	1.17		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	2.31	1.05		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.40	1.34		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	2.14	1.06		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	2.37	1.14		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.44	1.12		
บริษัทเอกชน	203	2.33	1.15		
แม่บ้าน	16	2.00	1.21		
รวม	400	2.49	1.18		

จากตารางที่ 4.18 พบว่าค่า Sig. (0.002) น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.9 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารและจดหมายที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อวารสารและจดหมาย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.44	1.25	1.962	0.050
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	2.72	1.16		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	2.10	1.14		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	1.90	1.10		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	2.00	0.81		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	1.97	0.92		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.41	1.08		
บริษัทเอกชน	203	2.08	1.09		
แม่บ้าน	16	1.81	1.04		
รวม	400	2.19	1.13		

จากตารางที่ 4.19 พบว่าค่า Sig. (0.050) เท่ากับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อวารสารและจดหมาย ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.10 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสายที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อเสียงตามสาย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	1.17	1.10	1.338	0.223
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	1.95	1.32		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	1.84	1.06		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	1.80	1.13		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	1.42	0.53		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	1.37	0.50		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	1.58	1.11		
บริษัทเอกชน	203	1.59	0.90		
แม่บ้าน	16	1.12	0.34		
รวม	400	1.62	0.96		

จากตารางที่ 4.20 พบว่าค่า Sig. (0.223) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อเสียงตามสาย ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.11 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	1.76	0.99	1.377	0.205
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	1.77	1.26		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	1.57	1.12		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	1.60	1.07		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	1.28	0.48		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	1.62	0.71		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	1.68	0.80		
บริษัทเอกชน	203	1.48	0.74		
แม่บ้าน	16	1.25	0.57		
รวม	400	1.57	0.85		

จากตารางที่ 4.21 พบว่าค่า Sig. (0.205) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.12 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ
 วิทยุทัศน์สำนักงานประกันสังคมที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของ
 ผู้ใช้บริการจากสื่อวิทยุทัศน์สำนักงานประกันสังคม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	1.79	0.93	2.270	0.022
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	2.04	1.29		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	1.78	1.18		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	1.08	1.03		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	1.57	0.53		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	1.75	0.57		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	1.82	0.88		
บริษัทเอกชน	203	1.50	0.72		
แม่บ้าน	16	1.31	0.47		
รวม	400	1.64	0.84		

จากตารางที่ 4.22 พบว่าค่า Sig. (0.022) น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับ
 นัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับ
 ข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อวิทยุทัศน์สำนักงานประกันสังคม ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.13 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ
การจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคมที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของ
ผู้ให้บริการจากสื่อการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	1.83	1.02	1.394	0.197
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	1.72	1.12		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	1.47	0.84		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	1.60	0.69		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	2.00	0.57		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	1.62	0.88		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	1.58	0.86		
บริษัทเอกชน	203	1.53	0.77		
แม่บ้าน	16	1.31	0.60		
รวม	400	1.61	0.85		

จากตารางที่ 4.23 พบว่าค่า Sig. (0.197) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับ
ข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับ
ประกันสังคม ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.14 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ
ข่าวราชการ และเจ้าหน้าที่ประกันสังคมที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของ
ผู้ให้บริการจากสื่อข่าวราชการ และเจ้าหน้าที่ประกันสังคม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.79	1.15	6.611	0.000
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	2.59	1.59		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	2.05	1.01		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.50	0.84		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	2.42	1.39		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	2.62	1.14		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.41	1.15		
บริษัทเอกชน	203	1.83	1.03		
แม่บ้าน	16	1.81	1.22		
รวม	400	2.17	1.18		

จากตารางที่ 4.24 พบว่าค่า Sig. (0.000) น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับ
ข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อข่าวราชการ และเจ้าหน้าที่ประกันสังคม
ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.15 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อพ่อแม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูงที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่อพ่อแม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.14	1.12	1.404	0.193
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	1.95	1.13		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	1.78	0.78		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	1.50	0.70		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	1.85	1.46		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	1.93	1.06		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	1.72	1.03		
บริษัทเอกชน	203	1.80	0.93		
แม่บ้าน	16	1.50	0.73		
รวม	400	1.86	0.99		

จากตารางที่ 4.25 พบว่าค่า Sig. (0.193) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อพ่อแม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูงไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.16 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต www.sso.go.th ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการจากสื่ออินเทอร์เน็ต www.sso.go.th จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	2.55	1.29	3.262	0.001
โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล	22	2.90	1.54		
ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย	19	2.26	1.24		
โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ขนส่ง	10	2.40	1.34		
ธนาคาร/สถาบันการเงิน	7	3.14	1.06		
ร้านอาหาร/สถานบันเทิง/ศูนย์บริการ	16	2.12	1.08		
โรงงานอุตสาหกรรม/ก่อสร้าง	29	2.24	1.24		
บริษัทเอกชน	203	1.98	1.20		
แม่บ้าน	16	1.75	1.12		
รวม	400	2.20	1.26		

จากตารางที่ 4.26 พบว่าค่า Sig. (0.001) น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่ออินเทอร์เน็ต www.sso.go.th ต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.40	1.14	1.964	0.083
5,000 - 10,000 บาท	122	3.00	0.81		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.71	0.98		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.70	1.06		
20,001 - 25,000 บาท	28	2.96	0.96		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	2.88	0.93		
รวม	400	2.84	0.94		

จากตารางที่ 4.27 พบว่าค่า Sig. (0.083) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์ต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.40	0.54	2.070	0.068
5,000 - 10,000 บาท	122	3.00	0.77		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.73	0.95		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.78	1.06		
20,001 - 25,000 บาท	28	2.92	0.85		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.04	0.81		
รวม	400	2.88	0.90		

จากตารางที่ 4.28 พบว่าค่า Sig. (0.068) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความสะดวกและเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ ต่างกัน

ตารางที่ 4.29 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความสะดวกและเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.20	0.83	0.522	0.760
5,000 - 10,000 บาท	122	3.03	0.75		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.89	0.95		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.94	1.12		
20,001 - 25,000 บาท	28	2.89	0.87		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.06	0.82		
รวม	400	2.96	0.90		

จากตารางที่ 4.29 พบว่าค่า Sig. (0.760) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความสะดวกและเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความต้องการของผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร ต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความต้องการของผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.40	0.54	0.867	0.503
5,000 - 10,000 บาท	122	2.99	0.81		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.91	1.07		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.75	1.00		
20,001 - 25,000 บาท	28	2.92	0.76		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.04	0.89		
รวม	400	2.93	0.94		

จากตารางที่ 4.30 พบว่าค่า Sig. (0.503) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความต้องการของผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการบริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย รองรับการใช้งานให้บริการ ต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการบริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย รองรับการใช้งานให้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.40	0.54	1.655	0.145
5,000 - 10,000 บาท	122	3.14	0.75		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.91	0.90		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.84	1.03		
20,001 - 25,000 บาท	28	3.03	0.74		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	2.95	0.87		
รวม	400	2.99	0.86		

จากตารางที่ 4.31 พบว่าค่า Sig. (0.145) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการบริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย รองรับการใช้งานให้บริการ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีโทรศัพท์ที่คู่สายที่รองรับความต้องการในการให้บริการ ต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีโทรศัพท์ที่คู่สายที่รองรับความต้องการในการให้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.20	0.44	1.890	0.095
5,000 - 10,000 บาท	122	2.96	0.82		
10,001- 15,000 บาท	145	2.71	0.93		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.61	0.94		
20,001 - 25,000 บาท	28	2.89	0.87		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	2.76	0.97		
รวม	400	2.80	0.90		

จากตารางที่ 4.32 พบว่าค่า Sig. (0.095) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีโทรศัพท์ที่คู่สายที่รองรับความต้องการในการให้บริการ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ การสนทนา กับผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ต่างกัน

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ การสนทนากับผู้ให้บริการเป็นอย่างดี จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	2.80	0.83	1.251	0.285
5,000 - 10,000 บาท	122	3.18	0.79		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.96	0.98		
15,001 - 20,000 บาท	57	3.05	0.95		
20,001 - 25,000 บาท	28	3.10	1.06		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.25	0.69		
รวม	400	3.08	0.90		

จากตารางที่ 4.33 พบว่าค่า Sig. (0.285) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ การสนทนากับผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ให้บริการ ต่างกัน

ตารางที่ 4.34 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.20	0.44	0.559	0.731
5,000-10,000 บาท	122	3.15	0.76		
10,001-15,000 บาท	145	3.04	0.99		
15,001-20,000 บาท	57	3.01	1.02		
20,001-25,000 บาท	28	3.28	1.11		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.13	0.74		
รวม	400	3.10	0.91		

จากตารางที่ 4.34 พบว่าค่า Sig. (0.731) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ให้บริการ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการกับผู้ใช้บริการ ต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการกับผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.00	0.70	1.407	0.221
5,000 - 10,000 บาท	122	3.15	0.79		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.88	0.91		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.89	1.01		
20,001 - 25,000 บาท	28	3.03	1.23		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.09	0.78		
รวม	400	3.00	0.90		

จากตารางที่ 4.35 พบว่าค่า Sig. (0.221) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการกับผู้ใช้บริการ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่แสดงน้ำเสียงไม่พอใจ และแสดงความรำคาญกับผู้ใช้บริการ ต่างกัน

ตารางที่ 4.36 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่แสดงน้ำเสียงไม่พอใจ และแสดงความรำคาญกับผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	2.80	0.83	0.738	0.595
5,000 - 10,000 บาท	122	2.69	0.99		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.66	0.97		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.49	1.08		
20,001 - 25,000 บาท	28	2.46	1.17		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	2.79	0.83		
รวม	400	2.65	0.99		

จากตารางที่ 4.36 พบว่าค่า Sig. (0.595) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่แสดงน้ำเสียงไม่พอใจ และแสดงความรำคาญกับผู้ใช้บริการ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหาของผู้ใช้บริการได้ชัดเจน ต่างกัน

ตารางที่ 4.37 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหาของผู้ใช้บริการได้ชัดเจน จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.60	0.54	1.654	0.145
5,000 - 10,000 บาท	122	3.04	0.85		
10,001-15,000 บาท	145	2.86	0.97		
15,001-20,000 บาท	57	2.87	1.00		
20,001-25,000 บาท	28	3.21	0.99		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.06	0.76		
รวม	400	2.97	0.92		

จากตารางที่ 4.37 พบว่าค่า Sig. (0.145) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหาของผู้ใช้บริการได้ชัดเจน ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.12 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ ต่างกัน

ตารางที่ 4.38 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.80	0.83	1.300	0.263
5,000 - 10,000 บาท	122	3.16	0.76		
10,001 - 15,000 บาท	145	3.03	0.89		
15,001 - 20,000 บาท	57	3.08	0.93		
20,001 - 25,000 บาท	28	3.28	0.85		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.09	0.56		
รวม	400	3.11	0.82		

จากตารางที่ 4.38 พบว่าค่า Sig. (0.263) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.13 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีอัตราค่าธรรมเนียมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ ต่างกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีอัตราค่าธรรมเนียมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.40	0.54	1.854	0.101
5,000 - 10,000 บาท	122	3.36	0.73		
10,001 - 15,000 บาท	145	3.08	0.87		
15,001 - 20,000 บาท	57	3.12	1.00		
20,001 - 25,000 บาท	28	3.32	0.81		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.13	0.55		
รวม	400	3.20	0.82		

จากตารางที่ 4.39 พบว่าค่า Sig. (0.101) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีอัตราค่าธรรมเนียมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.14 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการได้รับคำอธิบายในการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ ต่างกัน

ตารางที่ 4.40 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการได้รับคำอธิบายในการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.40	0.54	1.072	0.376
5,000 - 10,000 บาท	122	3.08	0.71		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.94	0.86		
15,001 - 20,000 บาท	57	3.05	0.93		
20,001 - 25,000 บาท	28	3.25	0.84		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.09	0.71		
รวม	400	3.04	0.81		

จากตารางที่ 4.40 พบว่าค่า Sig. (0.376) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการได้รับคำอธิบายในการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.15 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ปรีกษา ซึ่งช่วยให้ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ ต่างกัน

ตารางที่ 4.41 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ปรีกษา ซึ่งช่วยให้ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	0.36	0.89	1.271	0.275
5,000 - 10,000 บาท	122	3.14	0.76		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.95	0.90		
15,001 - 20,000 บาท	57	3.03	1.06		
20,001 - 25,000 บาท	28	3.21	0.95		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	3.11	0.73		
รวม	400	3.06	0.88		

จากตารางที่ 4.41 พบว่าค่า Sig. (0.275) มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ปรีกษา ซึ่งช่วยให้ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.16 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคมตามที่ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง ต่างกัน

ตารางที่ 4.42 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคม ตามที่ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.60	0.89	2.464	0.032
5,000 - 10,000 บาท	122	2.68	0.87		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.57	0.94		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.47	0.88		
20,001 - 25,000 บาท	28	3.00	1.15		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	2.62	0.90		
รวม	400	2.64	0.93		

จากตารางที่ 4.42 พบว่าค่า Sig. (0.032) น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคมตามที่ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเองได้ ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.17 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง ต่างกัน

ตารางที่ 4.43 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า F	Sig.
ต่ำกว่า 4,999 บาท	5	3.40	0.54	2.378	0.038
5,000 - 10,000 บาท	122	2.73	0.81		
10,001 - 15,000 บาท	145	2.60	0.92		
15,001 - 20,000 บาท	57	2.36	0.85		
20,001 - 25,000 บาท	28	2.82	1.18		
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	43	2.60	0.82		
รวม	400	2.63	0.89		

จากตารางที่ 4.43 พบว่าค่า Sig. (0.038) น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยอมรับ H_1 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง ต่างกัน

ตารางที่ 4.44 แสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.2 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.3 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.4 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อนิตยสารที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.5 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโปสเตอร์ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.6 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับและใบปลิวที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.7 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อป้ายโฆษณาที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.8 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.9 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารและจดหมายที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.10 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสายที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.11 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ปฏิเสธ

ตารางที่ 4.44 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1.12 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวีดิทัศน์สำนักงานประกันสังคมที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.13 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคมที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.14 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคมที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.15 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อพ่อ-แม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูงที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.16 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต www.sso.go.th ที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	ยอมรับ

สรุปตารางที่ 4.44 แสดงสมมติฐาน และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานทั้งหมด 7 สมมติฐาน และปฏิเสธสมมติฐานทั้งหมด 9 สมมติฐาน

ตารางที่ 4.45 แสดงสมมติฐานและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.2 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.3 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความสะดวกและเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.4 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.5 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการบริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย รองรับการใช้บริการ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.6 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีโทรศัพท์คู่สายที่รองรับความต้องการ ในการให้บริการ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.7 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ การสนทนา กับผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.8 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ให้ความช่วยเหลือต่อผู้บริการ ต่างกัน	ปฏิเสธ

ตารางที่ 4.45 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.9 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการกับผู้ใช้บริการ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.10 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่แสดงน้ำเสียงไม่พอใจ และแสดงความรำคาญกับผู้ใช้บริการ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.11 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหา กับผู้ใช้บริการได้ชัดเจน ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.12 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญ ในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.13 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการมีอัยยาศัยมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.14 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการได้รับคำอธิบายในการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ ต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.15 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับความพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ปรัชญา ซึ่งช่วยให้ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ ต่างกัน	ปฏิเสธ

ตารางที่ 4.45 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.16 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับการไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคม ตามที่ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง ต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.17 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง ต่างกัน	ยอมรับ

สรุปตารางที่ 4.45 แสดงสมมติฐาน และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานทั้งหมด 2 สมมติฐาน และปฏิเสธสมมติฐานทั้งหมด 15 สมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) เก็บข้อมูลในช่วงเดือนตั้งแต่เดือนเมษายน – มิถุนายน 2551 โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ให้บริการที่ใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 และเป็นผู้ประกันตนที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานด้วยโปรแกรม SPSS FOR WINDOWS

มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506
3. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

5.1 สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ให้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เป็นเพศหญิงร้อยละ 72.2 เป็นเพศชายร้อยละ 27.8 ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 38 ปี (ร้อยละ 40.5) รองลงมาคือ 23 - 30 ปี (ร้อยละ 35.8) ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 64.0) รองลงมาคือระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา (ร้อยละ 19.5) โดยประกอบอาชีพเป็นบริษัทเอกชน (ร้อยละ 50.8) รองลงมาคือ อาชีพหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 19.5) มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท (ร้อยละ 36.3) รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนในช่วง 5,000 - 10,000 บาท (ร้อยละ 30.5) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ผู้ให้บริการมีการเปิดรับข่าวสารที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.90 และมีความถี่ในการเปิดรับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.41 และมีความถี่ในการเปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

สื่อมวลชน

ผู้ให้บริการมีการเปิดรับข่าวสารที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อโทรทัศน์ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.90 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน ซึ่งถือว่าการเปิดรับสื่อที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ในทุกกลุ่ม ทางด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ พบว่า ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 2.35 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ในส่วนการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.38 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน ทางด้านสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 2.06 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งถือว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับการเปิดรับสื่อต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ในกลุ่มสื่อมวลชน

สื่อเฉพาะกิจ

ส่วนผู้ให้บริการมีการเปิดรับข่าวสารที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อโปสเตอร์ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.30 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ทางด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับและใบปลิว พบว่า ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 2.29 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ในส่วนการเปิดรับสื่อป้ายโฆษณา พบว่า ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 2.38 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ทางด้านสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 2.49 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งถือว่าการเปิดรับสื่อที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ในกลุ่มสื่อเฉพาะกิจ ทางด้านสื่อวารสารและจดหมาย พบว่า ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 2.19 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ในส่วนการเปิดรับสื่อเสียงตามสาย พบว่า ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 1.62 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ทางด้านสื่อประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ พบว่า ผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 1.57 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ซึ่งถือว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับการเปิดรับสื่อต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ในทุกกลุ่ม

ทางด้าน สื่อวีดิทัศน์สำนักงานประกันสังคม พบว่า ผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 1.64 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ทางด้านสื่อการจัดอบรม - สัมมนาเกี่ยวกับสำนักงานประกันสังคม พบว่า ผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 1.61 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

สื่อบุคคล

ในส่วนของผู้ใช้บริการที่มีการเปิดรับข่าวสารที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อบุคคล คือ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคม โดยมีค่าเฉลี่ย 2.17 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ในส่วนการเปิดรับจากสื่อบุคคล คือ พ่อ-แม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง พบว่า ผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 1.86 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับในระดับ 1-2 ครั้งต่อเดือน

สื่ออินเทอร์เน็ต

ผู้ใช้บริการที่มีการเปิดรับข่าวสารที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จากสื่อเว็บไซต์ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.28 จัดอยู่ในเกณฑ์การเปิดรับสื่อในระดับ 1-2 ครั้งต่อเดือน

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ช่วงเวลาที่ใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมในการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการ 06.01 – 12.00 น. มีจำนวน 95 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 23.8 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 – 18.00 น. มีจำนวน 229 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 57.3 ซึ่งมีผู้ใช้บริการในช่วงเวลานี้มากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 18.01 – 00.00 น. มีจำนวน 61 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 15.3 และช่วงเวลาที่ใช้บริการ 00.01 – 06.00 น. มีจำนวน 15 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 3.8 ซึ่งมีผู้ใช้บริการในช่วงเวลานี้น้อยที่สุด

ประเภทการบริการในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ผู้ให้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการต่อประเภทการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยมีประเภทการให้บริการดังต่อไปนี้

- การบริการข้อมูลและข่าวสารประกันสังคม มีจำนวน 136 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 34.0 (ประเภทในการใช้บริการมากที่สุด)
- การบริการขอเอกสารและแบบฟอร์ม มีจำนวน 38 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 9.5
- การบริการรับแจ้งเรื่องและร้องเรียน มีจำนวน 23 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 5.8
- การบริการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกันตน มีจำนวน 55 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 13.8
- การให้สิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม มีจำนวน 52 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 13.0
- การบริการตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกันตน มีจำนวน 27 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 6.8
- การบริการขึ้นทะเบียนลูกจ้างและผู้ประกันตน มีจำนวน 8 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.0 (ประเภทในการใช้บริการน้อยที่สุด)
- การให้ข้อมูลสำนักงานเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 11 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.8
- การให้บริการบัตรประกันสังคม บัตรรับรองสิทธิ และสถานพยาบาลในโครงการ มีจำนวน 41 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 10.3
- การเสนอแนะและติชม มีจำนวน 9 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.3

ปัจจัยในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ผู้ให้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการต่อปัจจัยในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยมีปัจจัยการให้บริการดังต่อไปนี้

- ความต้องการบริการข้อมูลและข่าวสารประกันสังคม มีจำนวน 96 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 24.0 (ปัจจัยในการใช้บริการมากที่สุด)
- ความต้องการบริการขอเอกสารและแบบฟอร์ม มีจำนวน 16 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 4.0
- ความต้องการบริการรับแจ้งเรื่องและร้องเรียน มีจำนวน 30 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 7.5

- ความต้องการบริการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกันตนมีจำนวน 62 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 15.5
- ความต้องการสอบถามสิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคมมีจำนวน 83 คน โดยคิดเป็น ร้อยละ 20.8
- ความต้องการบริการตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกันตนมีจำนวน 19 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 4.8
- ความต้องการบริการตรวจสอบขึ้นทะเบียนลูกจ้างและผู้ประกันตนมีจำนวน 8 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.0 (ปัจจัยในการใช้บริการน้อยที่สุด)
- ความต้องการสอบถามข้อมูลสำนักงานเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีจำนวน 6 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 1.5
- ความต้องการสอบถามบัตรประกันสังคม บัตรรับรองสิทธิ และสถานพยาบาลในโครงการมีจำนวน 71 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 17.8
- ความต้องการเสนอแนะและติชมมีจำนวน 9 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.3

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ คือ การมีอัธยาศัยมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง รองลงมาคือ ความพึงพอใจในด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ คือ เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ที่มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.11 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ตามลำดับ

ด้านการบริการ

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ด้านความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.86 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ทางด้านความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.88 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ในทางด้านความสะดวก และเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.96 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง และในทางด้านความต้องการผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร โดยมีค่าเฉลี่ย 2.93 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ด้านเทคโนโลยี ความทันสมัย

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ด้านบริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัยรองรับการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.99 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง และในด้านที่มีโทรศัพท์คู่สายที่รองรับความต้องการในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.80 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ด้านเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ การสนทนากับผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.08 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ทางด้านเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.10 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ในทางด้านเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการกับผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ทางด้านเจ้าหน้าที่แสดงน้ำเสียงไม่พอใจ และแสดงความรำคาญกับผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.65 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ทางด้านเจ้าหน้าที่การตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหากับผู้ใช้บริการได้ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.97 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ในทางด้านเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญ ในเรื่องประกันสังคม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.11 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง และในด้านการมีอธยาศัยมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ซึ่งถือว่ามีความพึงพอใจที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจด้านอื่นๆ ในทุกกลุ่ม

ด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ

ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ด้านการได้รับคำอธิบายเกี่ยวกับการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.04 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ด้านความรู้สึกรู้สึกพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ปรีกษา ซึ่งช่วยให้ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ในส่วนด้านที่ไม่เคยได้รับคำอธิบายที่เกี่ยวกับเรื่องประกันสังคมตามที่ท่านต้องหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.64 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง และในด้านข้อมูลที่ได้จากเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.63 มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ซึ่งถือว่ามีความพึงพอใจต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจด้านอื่นๆ ในทุกกลุ่ม

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโปสเตอร์ สื่อแผ่นพับและใบปลิว สื่อป้ายโฆษณา สื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ สื่อวีดิทัศน์ สำนักงานประกันสังคม สื่อข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคม และสื่ออินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ www.sso.go.th ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เพื่อเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

แต่มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร สื่อวารสารและจดหมาย สื่อเสียงตามสาย สื่อหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ สื่อการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคม สื่อพ่อ - แม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง ไม่ต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคมตามที่ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง ข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง โดยมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

แต่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์ เกี่ยวกับความสะดวก และเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการเกี่ยวกับความต้องการของผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการบริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัยรองรับการให้บริการ เกี่ยวกับการมีโทรศัพท์คู่สายที่รองรับความต้องการในการให้บริการ เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ การสนทนากับผู้ให้บริการเป็นอย่างไรเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ให้บริการ เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการกับผู้ให้บริการ เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่แสดงน้ำเสียงไม่พอใจ และแสดงความรำคาญกับ

ผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหา กับผู้ใช้บริการ ได้ชัดเจน เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ เกี่ยวกับการมีอสังหาริมทรัพย์ มิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ เกี่ยวกับการได้รับคำอธิบายในการ ใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจเกี่ยวกับความพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ประึกษา ซึ่งช่วยให้ สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าว ได้ ไม่ต่างกัน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้แบ่งการอภิปรายออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การอภิปรายผลการสำรวจ และการอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

5.2.1 การอภิปรายผลการสำรวจ

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 31 - 38 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพบริษัทเอกชนมากที่สุด และมีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท ซึ่งเป็นรายได้ระดับปานกลาง อีกทั้ง เพศหญิงที่มีอายุ 31 - 38 ปี อยู่ในช่วงกำลังทำงาน สร้างฐานะให้กับตนเอง และครอบครัว จึงทำให้มีความสนใจ ใฝ่หาความรู้ เพื่อประโยชน์แก่ตนเองในการทำงาน และเพศหญิงที่มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 38 ปี นั้นอาจทำงานที่เกี่ยวกับบุคลากรในบริษัทของตนเอง และต้องติดต่อกับสำนักงานประกันสังคม ในการขอข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่พนักงานในบริษัทพึงได้รับจากประกันสังคม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อพนักงานที่จะได้มีความรู้ ความเข้าใจ ในการใช้บัตรรับรองสิทธิประกันสังคม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ เกรียงโกมล (2547) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Bug1113 ของ บริษัท สามารถอินโฟมีเดีย จำกัด (2547) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อายุ 26 - 35 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน และมีรายได้ 5,000 - 15,000 บาท

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม

1506

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เปิดรับ 1-2 ครั้งต่อเดือน มีการเปิดรับสื่อมวลชน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์มากที่สุดคือ เปิดรับ 3-4 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ เปิดรับ 1-2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับสื่อที่ใช้ในการสื่อสารของ ประมะ สตะเวทิน (2546) ที่ได้กล่าวว่า สื่อมวลชน เป็นสื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารซึ่งประกอบไปด้วย คนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วภายในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน โดยผลการวิจัยนี้ได้สอดคล้องกับที่ นราพร เข้มอำพล (2549) กล่าวว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ คือ มีทั้งภาพ และเสียงทำให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามของผู้ชมได้เป็นอย่างดี ทุกครัวเรือนสามารถมีโทรทัศน์จนกลายเป็นสมาชิกอีกคนหนึ่งในครอบครัวด้วย จากผลการวิจัยเห็นได้ว่าสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการสอบถามข้อมูลของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากคุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่ออันทรงพลัง และมีอิทธิพลต่อผู้รับสารสามารถให้ได้ทั้งภาพ และเสียงทำให้สามารถให้ความรู้ และข่าวสารกับผู้รับสารได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มยุรี น่วมพิพัฒน์ (2540) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารความปลอดภัยในการทำงานของคนงานระดับปฏิบัติการ พบว่า คนงานรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเช่นเดียวกัน

ในด้านการเปิดรับของสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการเปิดรับสื่อโปสเตอร์ สื่อแผ่นพับและใบปลิว สื่อป้ายโฆษณา สื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ และสื่อวารสาร/จดหมาย เปิดรับ 1-2 ครั้งต่อเดือน ในส่วนการเปิดรับสื่อเสียงตามสาย หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ วิทยุทัศน์ สำนักงานประกันสังคม และการจัดอบรม - สัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคม เปิดรับ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนเท่านั้น โดยสื่อเหล่านี้จะเป็นสื่อที่ถูกผลิตขึ้น โดยมีเนื้อหาสาระและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มในที่นี้คือ ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตนของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยสื่อเฉพาะกิจนี้ ทางศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 สามารถนำข้อมูลข่าวสารมาเผยแพร่เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดการตัดสินใจมาใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่อไป ผลการการวิจัยนี้สอดคล้องกับที่ วลีณี จงจริยาธรรม (2543) ได้กล่าวว่า สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลที่มี

เนื้อหาเฉพาะ และการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้โดยตรงแก่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ ศิริวรรณ เกรียงโกมล (2547) ได้กล่าวว่า สื่อเฉพาะกิจ สามารถย้ำเตือนความจำ และสามารถให้รายละเอียดเพิ่มเติมได้เป็นอย่างดี ซึ่งบริการสอบถามข้อมูลของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อหลักในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อสนับสนุน

การเปิดรับของสื่อบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการมีการเปิดรับสื่อบุคคลคือ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคม เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ พ่อ-แม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งจะเห็นได้ว่าข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคมนั้นจะมีบทบาทสำคัญ และมีอิทธิพลต่อการจูงใจให้ผู้ใช้บริการเปิดรับข่าวสารของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้มากขึ้น โดยจะสอดคล้องกับการใช้สื่อบุคคลของ ประมะ สตะเวทิน (2531) ที่ได้กล่าวว่า การใช้สื่อบุคคลจะก่อให้เกิดผลดี 3 ประการ คือ 1. สามารถนำข่าวสารที่ต้องเผยแพร่ไปสู่ประชาชน ได้โดยตรง สามารถชักจูงใจผู้รับสารได้โดยใช้วิธีการพูดคุยแบบกันเอง 2. ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นรายๆ ไปได้ 3. ทำให้ได้รับทราบความรู้ตื้นลึกของลูกค้านั่นเอง โดยข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคม ถือว่าเป็นสื่อบุคคลที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร และเป็นตัวเชื่อมโยงในการให้คำอธิบายเกี่ยวกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จะนิยมใช้สื่อบุคคลในการชักจูง และเผยแพร่ข่าวสารให้กับผู้ใช้บริการเพื่อสร้างความคุ้นเคย และเป็นกันเองก่อให้เกิดความประทับใจของผู้ใช้บริการที่ใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร โรจนพันธ์ (2542) ที่กล่าวว่า สื่อบุคคลเจ้าหน้าที่ประกันสังคม เป็นสื่อสำคัญที่ทำให้ผู้ประกันตน (ผู้ใช้บริการ) ได้ทราบเรื่องราวเกี่ยวกับการประกันสังคม สำหรับญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูง ซึ่งถือว่าไม่อยู่ในสังคมที่ทำงานของผู้ประกันตนแต่ก็ยังมีบทบาทในการแลกเปลี่ยนข่าวสารการประกันสังคมกับผู้ประกันตน นอกจากนี้ พูนทวี สุขพานิช (2535) ได้กล่าวว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพต่อการสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการประกันสังคมดีกว่าสื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่อบุคคลเป็นสื่อที่คนงานระดับปฏิบัติการยอมรับว่ามีบทบาทในการให้ความรู้ ความเข้าใจเรื่องความปลอดภัยในการทำงานมากที่สุด ซึ่งสื่อบุคคลยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลิปดา จันทศักดิ์ (2541) ได้พบว่า ในการประชาสัมพันธ์สำนักงานประกันสังคมโดยใช้สื่อบุคคลควบคู่ไปกับสื่ออื่นๆ นั้นจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

ด้านการเปิดรับของสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ใช้บริการมีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ต www.sso.go.th ที่สามารถให้ข้อมูล ข่าวสาร และรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตน และสถานพยาบาลที่เข้าร่วมกับประกันสังคม รวมถึงรายละเอียดต่างๆ ที่ผู้ให้บริการเข้าไปใช้บริการของประกันสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ เกรียงโกมล (2547) ที่ได้กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ต มีข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดการบริการอย่างชัดเจน ซึ่งเมื่อเข้าใจในบริการอย่างถ่องแท้แล้ว และรับรู้ว่าการดังกล่าวให้ประโยชน์อย่างใดแก่ผู้ให้บริการ ก็มีโอกาที่จะมีการใช้บริการมากกว่าผู้ที่ไม่ทราบรายละเอียดของบริการ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม

1506

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 พบว่า ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมในการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการส่วนใหญ่คือ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.01 - 18.00 น. โดยคิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 06.01 - 12.00 น. โดยคิดเป็นร้อยละ 23.8 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลากลางวัน และเป็นช่วงที่มีเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 คอยให้บริการ ให้คำปรึกษาแนะนำ สอบถามปัญหา และรับเรื่องร้องทุกข์ อีกทั้งยังเป็นช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการประกอบสัมมาอาชีพ รวมทั้งมีความสะดวกสบายในการติดต่อใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 และในช่วงเวลาที่ใช้บริการผู้ให้บริการอาจเกิดปัญหา ข้อสงสัยหรือข้อแนะนำเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ประกันสังคมในช่วงเวลาดังกล่าว จึงทำให้มีผู้ให้บริการมากที่สุดของช่วงเวลา 12.01 - 18.00 น.

ในส่วนประเภทการบริการในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านการบริการข้อมูลและข่าวสารประกันสังคม โดยคิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ด้านการบริการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกันตน โดยคิดเป็นร้อยละ 13.8 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ให้การบริการข้อมูลข่าวสาร ให้คำปรึกษาแนะนำ และสอบถามปัญหาที่เกี่ยวกับประกันสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2534) ได้กล่าวว่า การบริการที่ดีต้องมีความสอดคล้องกับ

ความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ และบริการที่จัดให้มันต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ มิใช่จัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

ส่วนปัจจัยในการใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้บริการ ในด้านความต้องการบริการข้อมูลข่าวสารประกันสังคม โดยคิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ ด้านความต้องการสอบถามสิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม โดยคิดเป็นร้อยละ 20.8 ดังนั้นการให้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เพื่อสิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน ไม่ว่าจะเป็นกรณีเจ็บป่วย หรือประสบอันตรายที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน กรณีคลอดบุตร กรณีทุพพลภาพ กรณีเสียชีวิต กรณีสงเคราะห์บุตร กรณีชราภาพ และกรณีว่างงาน อาจอยู่ในรูปตัวเงิน การให้บริการทางการแพทย์ และการฝึกอบรมวิชาชีพแก่สมาชิกที่อยู่ในประกันสังคม ซึ่งในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่โทรศัพท์เข้ามายังศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 นั้นทางสำนักงานประกันสังคมให้ความสำคัญในด้านการบริการความสะดวก ความรวดเร็ว และสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ ดังวิสัยทัศน์ในปีพ.ศ. 2550 ของสำนักประกันสังคมที่ว่า “เป็นองค์กรคุณภาพ ในด้านบริการประกันสังคมก้าวหน้า รักษาเสถียรภาพกองทุน”

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ คือ การมีอัธยาศัยมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ที่มีความรู้ มีความชำนาญในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ในด้านการบริการผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 อันดับที่ 1 ด้านความสะดวกและเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง อันดับที่ 2 ด้านความต้องการผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง อันดับที่ 3 ด้านความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์ ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยจะสอดคล้องกับงานวิจัยของบรรดรรค์ เจียดำรง (2550) ที่ได้กล่าวว่า การบริการจะต้องมีความสะดวกในการขอรับบริการ มีขั้นตอน มีความรวดเร็ว และมีความสม่ำเสมอเนื่องของการบริการ

ในส่วนด้านเทคโนโลยี ความทันสมัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 อันดับที่ 1 ด้านบริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย รองรับบริการให้บริการ ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง อันดับที่ 2 ด้านที่มีโทรศัพท์คู่สายที่รองรับความต้องการในการให้บริการ ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยจะสอดคล้องกับแนวคิดของหลักการบริการของ Paraturman Zeithal และ Barry บวรสรรพ์ เจียดำรง (2550) ได้กล่าวไว้ว่า หลักการบริการที่ดีต้องประกอบด้วย การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการ

ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 อันดับที่ 1 ด้านการมีอخصยาศย มิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง อันดับที่ 2 ด้านเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคม ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง อันดับที่ 3 ด้านเจ้าหน้าที่เอาใจใส่ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยจะสอดคล้องกับแนวคิดของหลักการบริการของ Paraturman Zeithal และ Barry บวรสรรพ์ เจียดำรง (2550) ได้กล่าวไว้ว่า หลักการบริการที่ดีต้องประกอบด้วยผู้ให้บริการจะต้องมีความสุภาพอ่อนโยน โดยต้องแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสารผู้ให้บริการหรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมาย ซับซ้อนจนเกินไปผู้บริการใช้เวลาคายน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาสะดวกสำหรับผู้บริการ การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้บริการ และการให้ความสนใจต่อผู้บริการ

ส่วนด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 อันดับที่ 1 ด้านความรู้สึกรู้สึกพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ปรีกษา ซึ่งช่วยให้ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง อันดับที่ 2 ด้านการได้รับคำอธิบายเกี่ยวกับการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง อันดับที่ 3 ด้านที่ไม่เคยได้รับคำอธิบายที่เกี่ยวกับเรื่องประกันสังคม ตามที่ท่านต้องหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัลย์ ตั้งนิรันดรสรายุ (2549) ที่ได้กล่าวว่า การบริการที่ดี ได้แก่ การดูแลลูกค้าในแง่ของความเป็นมิตร การให้ความช่วยเหลือเมื่อลูกค้ามีข้อสงสัยทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ ความสะดวก และรวดเร็ว ในการให้บริการตลอดจนมีการจัดสถานที่ให้บริการได้อย่างเหมาะสม จากเหตุผลดังกล่าวนับได้ว่าเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

5.2.2 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

การอภิปรายผลจากการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถจำแนกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อโปสเตอร์ สื่อแผ่นพับและใบปลิว สื่อป้ายโฆษณา สื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ สื่อวีดิทัศน์สำนักงานประกันสังคม สื่อข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคม และสื่ออินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ www.sso.go.th ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอาชีพที่แตกต่างกันนั้นจะมีรูปแบบในการสื่อสารที่แตกต่างกัน เนื่องจากบุคคลที่อยู่แต่ละอาชีพย่อมมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับที่ ประมะ สตะเวทิน (2529) ได้กล่าวถึง อายุ อาชีพ การศึกษา สถานทางสังคม และเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสพการณ์ ทักษะคิด ค่านิยม เป้าหมาย พฤติกรรม และลักษณะการใช้สื่อที่แตกต่างกัน

สำหรับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโปสเตอร์ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล มีการเปิดรับสื่อโปสเตอร์มากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพธนาคาร/สถาบันการเงิน เนื่องจากส่วนใหญ่สื่อโปสเตอร์ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้ติดประกาศไปตามโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล จึงทำให้ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล สามารถเปิดรับสื่อโปสเตอร์มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ อีกทั้งสื่อโปสเตอร์ยังเน้นให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบข่าวสาร ความรู้ พร้อมทั้งสิทธิประโยชน์ที่พึงได้รับจากประกันสังคมโดยตรง และจะเห็นได้ว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพธนาคาร/สถาบันการเงิน ไม่ค่อยสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อโปสเตอร์ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เนื่องจากมีสวัสดิการที่ดีของบริษัทจึงไม่เห็นความสำคัญ และความจำเป็นของการใช้บริการประกันสังคม ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งกานต์ นัตรีวิระชัยกิจ (2543) ที่พบว่า สื่อโปสเตอร์เป็นสื่อเฉพาะกิจ หรือสื่อสนับสนุนของธนาคารทั้งนี้ การใช้สื่อโปสเตอร์ก็เพื่อ

เดือนความจำ สร้างความสนใจ และสามารถเข้าร่วมกับสื่อหลักได้เป็นอย่างดีด้วย โดยจะเน้นให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารข้อมูล และความรู้โดยตรงจากสื่อ

ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับและใบปลิวของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล มีการเปิดรับสื่อแผ่นพับและใบปลิวมากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน เนื่องจากส่วนใหญ่สื่อแผ่นพับและใบปลิวของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้มีการแจกฟรีที่เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ตามโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล สื่อแผ่นพับและใบปลิวเป็นสื่อที่พบเห็นได้ง่าย จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการประกันสังคมโดยตรง อีกทั้งสำนักงานประกันสังคมได้จัดส่งสื่อแผ่นพับและใบปลิวไปยังโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาลเป็นประจำ จึงทำให้ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล สามารถเปิดรับสื่อแผ่นพับและใบปลิวมากกว่ากลุ่มแม่บ้าน ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร โรจนพันธุ์ (2542) ที่พบว่า สื่อแผ่นพับและใบปลิวเป็นสื่อที่หาอ่านได้ง่าย และเป็นสื่อที่สถานประกอบการสามารถจัดเตรียมไว้ให้ลูกจ้างอ่านได้ ลูกจ้างหรือประกันตนจึงพบเห็นสื่อเหล่านี้ได้ง่าย

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อป้ายโฆษณาของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล มีการเปิดรับสื่อป้ายโฆษณามากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่าย เนื่องจากส่วนใหญ่สื่อป้ายโฆษณาของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้ติดประกาศป้ายโฆษณาไปตามโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล จึงทำให้ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล สามารถเปิดรับสื่อป้ายโฆษณามากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ตัวแทนจำหน่ายจากสื่อป้ายโฆษณานั้นไม่ได้มีความยุ่งยากซับซ้อนในการให้รายละเอียดมากนัก สิ่งสำคัญสำหรับผู้ให้บริการคือ สามารถเน้นย้ำให้ผู้ใช้บริการสามารถจดจำหมายเลขบริการ 1506 ให้ได้ซึ่งป้ายโฆษณาก็สามารถทำหน้าที่นี้ได้เป็นอย่างดี โดยสื่อป้ายโฆษณาเป็นสื่อเฉพาะกิจที่สามารถพบเห็นได้เด่นชัด ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล พบเห็นป้ายโฆษณาของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ย่อมจดจำได้เป็นอย่างดี และมีโอกาสที่จะใช้บริการมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ ที่เปิดรับสื่อป้ายโฆษณาประเภทนี้น้อยกว่า ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวรรณ เกรียงโกมล (2547) ที่พบว่า สื่อป้ายโฆษณา เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพรองจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งสื่อประเภทนี้จัดเป็นสื่อที่ใช้สนับสนุนสื่อหลัก ที่สามารถย้ำเตือนความจำของผู้รับสารต่อบริการได้เป็นอย่างดี

ในส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ของศูนย์บริการข้อมูล ประกันสังคม 1506 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล มีการเปิดรับสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์มากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน เนื่องจากส่วนใหญ่สื่อ ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้เผยแพร่ข่าวสารไปตาม โรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล จึงทำให้ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/ สถานพยาบาล สามารถเปิดรับสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์มากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน โดยสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์สามารถให้รายละเอียดในเรื่องต่างๆ และสามารถเสนอข่าวสาร ความเคลื่อนไหวใหม่ๆ อีกทั้งสื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ นี้ยังให้ความรู้ในเรื่องประกันสังคมได้ เป็นอย่างดี ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร โรจนพันธุ์ (2542) ที่พบว่า สำนักงาน ประกันสังคม ได้ใช้สื่อข่าวสารประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารให้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ ประกันสังคมรวมถึงความเคลื่อนไหวข่าวใหม่ๆ ทุกเดือน

ข่าวสารจากสื่อวีดิทัศน์สำนักงานประกันสังคมของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล มีการเปิดรับสื่อวีดิทัศน์สำนักงานประกันสังคมมากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักให้เช่า/ทัวร์/ ขนส่ง เนื่องจากส่วนใหญ่สื่อวีดิทัศน์สำนักงานประกันสังคมของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้เผยแพร่ไปยังโรงพยาบาล/คลินิก/สถานพยาบาล โดยการเผยแพร่ของสื่อวีดิทัศน์นั้น ส่วนใหญ่จะใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคม ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบสารคดีโทรทัศน์ สปอตประชาสัมพันธ์ กฎหมายที่ควรรู้เกี่ยวกับประกันสังคม เช่น สิทธิการเบิกถอนค่าทำฟัน สิทธิในการรับเงินค่าคลอดบุตร และสิทธิในการรับเงินจากการเสียชีวิต เป็นต้น จะเห็นได้ว่าเป็นสื่อที่มีภาพ และเสียงมีความกระชับของข้อมูลรายละเอียด และชัดเจนในการให้ความรู้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสื่อวีดิทัศน์ก็เป็นสื่อที่น่าสนใจซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจให้กับผู้ใช้บริการได้ เป็นอย่างดี

สำหรับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคมของ ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพหน่วยงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีการเปิดรับสื่อข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคมมากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพ แม่บ้าน เนื่องจากส่วนใหญ่สื่อข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคมของศูนย์บริการข้อมูล ประกันสังคม 1506 เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับประกันสังคมโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นความสามารถใน การสื่อสาร ความสามารถในความรู้ทางวิชาการ การแสดงความสุขภาพต่อผู้ใช้บริการ การให้

คำแนะนำ และการเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ จึงเป็นแหล่งข้อมูล ข่าวสารที่มีความชำนาญ จึงทำให้เกิดประสิทธิผลอย่างมากในการจูงใจ และโน้มน้าวใจให้ใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในส่วนกลุ่มที่ประกอบอาชีพแม่บ้านได้เปิดรับข่าวสารจากสื่อข้าราชการและเจ้าหน้าที่ประกันสังคมน้อยมาก เนื่องจากมักไม่ค่อยมีเวลาในการเปิดรับสื่อ และติดตามข่าวสาร รวมไปถึงการสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประกันสังคม

ข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ www.sso.go.th ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 พบว่า ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพธนาคาร/สถาบันการเงิน มีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ www.sso.go.th มากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน เนื่องจากส่วนใหญ่สื่ออินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ www.sso.go.th ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องประกันสังคมได้เป็นอย่างดี รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับการบริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย จึงทำให้ผู้ใช้บริการที่ประกอบอาชีพธนาคาร/สถาบันการเงิน มีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ www.sso.go.th เพราะเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในการใช้งานและสนใจในเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ ทำให้มีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ www.sso.go.th มากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพแม่บ้านที่มักไม่ค่อยมีเวลาในการเปิดรับสื่อใหม่ๆ หรืออาจจะเป็นเพราะว่าไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ เกรียงโกมล (2547) ที่พบว่า คุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตที่สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เมื่อกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชน BUG1113 จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากย่อมได้รับข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการบริการ BUG1113 อย่างชัดเจน ซึ่งเมื่อเข้าใจในบริการแล้ว และรับรู้ว่าการบริการดังกล่าวให้ประโยชน์อย่างใดแก่ผู้ใช้บริการ ก็มีโอกาที่จะมีพฤติกรรมใช้บริการมากกว่าผู้ที่ไม่ทราบรายละเอียดของบริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณี สกุลศรีเศรษฐี (2549) ที่พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตให้ข้อมูลข่าวสารด้านการจองตั๋วโดยสารเครื่องบิน เป็นจำนวนมากกว่าสื่ออื่นๆ ดังนั้นผู้รับสารจึงเลือกเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารด้านการจองตั๋วโดยสารเครื่องบิน

จากผลการวิจัยในสมมติฐานที่ 1 สามารถอธิบายได้ว่าผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ยังมีการเลือกเปิดรับสื่อ และเลือกสนใจข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งแตกต่างกันไป โดยธรรมชาติแล้วมนุษย์จะมีการเปิดรับสารอยู่ตลอดเวลา แต่จะเปิดรับประเภทข่าวสาร ประเภทสื่อ และลักษณะของการเปิดรับที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยบุคคลมัก

เลือกเปิดรับข่าวสารที่อยู่ในความสนใจของตนเอง สอดคล้องกับความคิดเห็น ประสบการณ์ และ ภูมิหลังของตนเอง ดังนั้นผู้ใช้บริการที่ใช้บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 จะมีความสนใจในข่าวสารต่างๆ ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ที่ไม่เหมือนกันจึงเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไป ซึ่งจะสอดคล้องกับที่ ประมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า คนที่มีอาชีพ ต่างกันย่อมมองโลกมีแนวคิด มีอุดมการณ์ และมีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป คนที่รับ ราชการมักคำนึงถึงยศถาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นราชการ ส่วนคนที่ทำงาน ธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้ และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถจับจ่ายใช้สอย สิ่ง ที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน ในขณะที่บุคคลที่ประกอบอาชีพเดียวกันหรือ คล้ายคลึงกัน มักมีวิถีชีวิต ทักษะคติ ความสนใจในเรื่องต่างๆ คล้ายคลึงกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการ ใช้ บริการของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการ ไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคม ตามที่ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่ อื่นๆ ด้วยตนเอง และข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และ คลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ต่างกัน ซึ่งเป็นไป ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยจะสอดคล้องกับที่ ประมะ สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกัน เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนกัน

สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับการไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคม ตามที่ ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,999 บาท มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการไม่เคยได้รับคำอธิบายในเรื่องของประกันสังคม ตามที่ ต้องการหาข้อมูล และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท เนื่องจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,999 บาท มีการศึกษาน้อยทำให้ขาดความรู้ ความ เข้าใจในเรื่องประกันสังคม เสียโอกาสในเรื่องสิทธิประโยชน์ต่างๆ ใให้กับตนเอง และมัก ตีความหมายในเรื่องประกันสังคมด้วยตนเอง หรือฟังเรื่องประกันสังคมมาจากผู้อื่น จึงทำให้เกิด ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับประกันสังคมแบบผิดๆ

ส่วนความพึงพอใจที่เกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,999 บาท มีความพึงพอใจเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของประกันสังคมไม่ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท เนื่องจาก ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,999 บาท มีการศึกษาน้อยทำให้ขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องประกันสังคม และเกิดการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับเจ้าหน้าที่ไม่ตรงกับความต้องการในเรื่องของข้อมูลประกันสังคม จึงเกิดความอคติต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

จากผลการวิจัยในสมมติฐานที่ 2 จะสอดคล้องกับที่ William L. Rivers, Theodore Peterson and Jay W. Jensen ชูตินันท์ สิริโรจนวงศ์ (2550) ได้กล่าวว่า รายได้นั้นจะเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมต่างๆ รายได้จึงมีอิทธิพลในการกำหนดสถานะทางสังคม วิถีชีวิตการมองโลก และทัศนคติต่างๆ ของบุคคลได้

5.3 ความคิดเห็นอื่นๆ

จากการที่ได้แจกแบบสอบถามข้อมูลทั้งสิ้น 400 ชุด และทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามข้อมูลกับผู้บริการทั้ง 10 เขต เขตละ 40 ชุดในเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้บริการที่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ที่อยากจะให้ทาง “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506” ของสำนักงานประกันสังคม ควรปรับปรุงแก้ไข ให้เป็นที่ต้องการของผู้บริการที่มีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างมาเสนอในงานวิจัย มีดังนี้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้บริการที่มีต่อ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506”

5.3.1 คำแนะนำด้านการให้บริการ

1. ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ควรมีการประสานข้อมูลกับหน่วยงานในเขตพื้นที่ และจังหวัดให้มีประสิทธิภาพมากกว่านี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือความคลาดเคลื่อนของข้อมูล เพราะจากการให้บริการพบว่า การสอบถามข้อมูลไปยังศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 และในเขตพื้นที่บางครั้งก็ได้รับข้อมูลคลาดเคลื่อน ไม่ตรงกันกับความต้องการ

2. เวลาให้บริการควรขยายเวลาเพิ่มขึ้น และระหว่างรอสายควรมีสาระความรู้เกี่ยวกับประกันสังคมสอดแทรกระหว่างรอสายด้วย
3. สามารถใช้บัตรประกันสังคมได้ทุกโรงพยาบาล ไม่จำเป็นต้องเลือกโรงพยาบาล
4. ให้คำแนะนำ และคำปรึกษา รวมทั้งข้อมูลสำคัญๆ แก่ผู้ประกันตนที่สอบถามเข้ามายังศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506
5. ควรเน้นเรื่องข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการให้ข้อมูลที่ชัดเจน ตอบปัญหาของผู้ใช้งาน ได้ตรงตามจุดประสงค์ที่ถูกลูกถาม
6. ไม่ควรแบ่งแยกผู้ป่วยที่ใช้บัตรประกันสังคม กับผู้ป่วยที่ไม่มีบัตรในโรงพยาบาลต่างๆ
7. ช่วยแจ้งกับทางโรงพยาบาลในเครือข่ายด้วย ทำไมต้องแยกคนไข้ที่เสียเงินกับคนไข้ที่ใช้บัตรรับรองสิทธิคนละส่วนกัน และจ่ายยาเกรดไม่เหมือนกัน
8. การประชาสัมพันธ์น้อย ต่อสายโทรเข้าศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ยากมาก และไม่ได้ข้อมูลที่ต้องการส่วนมากจะติดต่อฐานข้อมูลไม่ได้
9. ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้มีความถี่มากกว่านี้ โดยการผ่านสื่อสาธารณะที่ครอบคลุมถึงผู้ใช้บริการในหลายรูปแบบมากกว่านี้ เพื่อเป็นที่สนใจแก่ผู้พบเห็น
10. อยากให้ทราบข้อมูลให้ลึกกว่านี้ ทฤษฎีกับแนวทางปฏิบัติจะได้ตรงกัน เพราะฉะนั้นควรจะต้องรู้ถึง วิธีการปฏิบัติของเขตพื้นที่ให้มากกว่านี้
11. เวลาในการให้บริการควรขยายเวลาเพิ่มขึ้น และระหว่างรอสายควรมีสาระความรู้เกี่ยวกับประกันสังคม สอดแทรกด้วยในการรอสาย
12. น่าจะมีการประชาสัมพันธ์ได้ทราบอย่างต่อเนื่อง อย่างป้ายโฆษณาตามแหล่งโรงงาน อุตสาหกรรม หรือตามแหล่งที่มีผู้ประกันตนอยู่อย่างหนาแน่น น่าจะมีประโยชน์มากกว่านี้
13. อยากให้ประกันสังคมมีกรรมธรรม์เหมือนกับ ประกันชีวิตเพื่อให้ผู้ประกันตนได้รู้ว่าตนเองมีสิทธิประโยชน์อะไรบ้าง และครอบครัวได้รับอะไรบ้าง เมื่อเกิดเหตุการณ์ต่างๆ กับสมาชิกในครอบครัวตนเอง เพื่อเป็นลายลักษณ์อักษรให้แก่ผู้ประกันตน เพื่อให้มีทัศนคติที่ดีกับประกันสังคม และไม่มีข้อโต้แย้งในการทำประกันสังคม เมื่อเทียบกับการทำประกันชีวิต

5.3.2 ด้านเทคโนโลยี ความทันสมัยในการให้บริการ

1. โทรศัพท์ไปสายว่าง และไม่มีเจ้าหน้าที่รับสาย ต้องรอนานจนต้องเปลี่ยนช่องทางในการติดต่อ และต้องหาข้อมูลจากที่อื่นแทน

2. ควรมีคู่สายมากกว่านี้ เนื่องจากรอสายนานมากในการโทรศัพท์แต่ละครั้ง และปรับปรุงระบบคอมพิวเตอร์ให้มีพร้อมอยู่เสมอในการเช็คข้อมูลส่วนตัว และสิทธิของผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน

3. ติดต่อกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ทาง E-MAIL ยากมาก ตอบไม่ตรงคำถามให้ข้อมูลไม่ชัดเจน และไม่ครบถ้วน

4. และอยากให้ส่งข่าวสารข้อมูลต่างๆ เข้า MAIL ของผู้ประกันตนบ้างเพื่อเป็นช่องทางใหม่ๆ ให้กับผู้ประกันตน

5. อยากให้ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ส่งข่าวสารข้อมูลต่างๆ หรือข้อความเตือนเกี่ยวกับประกันสังคมทางโทรศัพท์ โดยส่งข้อความผ่าน SMS ให้ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตนบ้างเพื่อเป็นช่องทางใหม่ๆ ในการรับข่าวสารข้อมูล ทันทับเหตุการณ์ในปัจจุบัน อีกทางหนึ่งของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

5.3.3 ด้านบุคลากร และเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ

1. สามารถตอบข้อซักถามให้ชัดเจนมากกว่านี้ เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ ความเข้าใจที่สามารถตอบคำถามของผู้ประกันตนได้ทุกเรื่อง

2. อยากให้เจ้าหน้าที่พูดจาให้สุภาพ และอย่าปล่อยให้รอสายนานจนเกินไป

3. การที่เข้ามาเบิกชดเชย เช่น การทำฟันโดยจ่ายก่อนแต่กลับโดน ต่อว่ากลับมาว่าเบิกบ่อย แล้วพูดจาไม่สุภาพ

4. เจ้าหน้าที่ควรให้ข้อมูลต่างๆ กับผู้ใช้บริการได้ และไม่ควรเอาแต่โอนสาย เมื่อเวลาไม่สามารถตอบข้อซักถามของผู้ที่ใช้บริการ

5. ต้องการให้เจ้าหน้าที่อธิบายให้กับผู้ประกันตนทราบถึงข้อเท็จจริง และไม่ใช้อารมณ์กับผู้ประกันตน ที่มาใช้บริการ

6. อยากให้มีการอบรมเจ้าหน้าที่ บุคลากรของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ให้รู้ทันข่าวสารข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

7. เคยติดต่อสอบถามบัตรรับรองสิทธิกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 หลายๆ ครั้งแต่ระบบตอบเพียงอย่างเดียวว่า “ขณะนี้กำลังปรับปรุงการให้บริการ กรุณาติดต่อภายหลัง” ซึ่งทำให้ไม่สะดวกในการสอบถามสิทธิได้

5.3.4 ด้านผู้ใช้บริการ

1. ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง ควรให้ความสนใจในการรับข่าวสารข้อมูล และศึกษาข่าวสารมากกว่านี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเองในการติดต่อสอบถามที่ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เพราะคนไทยชอบอ้างเหตุผลอะไรๆ ก็ต้องถาม 1506 แทนที่จะค้นคว้าหาข้อมูลหรือศึกษาด้วยตนเองก่อน เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506
2. กิจการที่ประกอบเป็นธุรกิจโรงเรียนเอกชน สามารถยื่นประกันสังคมได้โดยมีเงินสมทบจากโรงเรียนเอกชน เหมือนบริษัทเอกชน
3. ควรจัดให้พนักงานทำงานในโรงเรียนเอกชนมีสิทธิเข้าประกันสังคมได้

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งนี้

5.4.1 จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ดังนั้นศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ควรพิจารณาในการเลือกใช้สื่อในการกระจายข่าวสาร โดยเฉพาะสื่อมวลชนเป็นสื่อหลัก ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร เพราะสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังสามารถส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ได้รวดเร็วตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

5.4.2 จากการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งถือว่ามีการเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย ดังนั้นศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐ มีหน้าที่ในการให้บริการประชาสัมพันธ์ จะต้องมีการดำเนินการในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ให้เป็นที่รู้จัก และจดจำในหมู่ของผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตนอย่างแพร่หลาย และให้นำนี้ถึงศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เป็นแห่งแรกเมื่อต้องการความช่วยเหลือ หรือขอข้อมูลสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของประกันสังคม เช่น เพิ่มสเปคโฆษณา ทางวิทยุ โทรทัศน์ และเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ตลอดจนโครงการต่างๆ ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประกันสังคม เช่น เสียงตามสาย หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เพื่อสามารถทำให้ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขตามกฎหมายของสำนักงานประกันสังคม

5.4.3 จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่และบุคลากร มิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอยรับโทรศัพท์ ตอบปัญหาที่มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องประกันสังคม และคอยให้บริการ ถือได้ว่าเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 นำเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดทางหนึ่ง เพราะเป็นสื่อบุคคล เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเข้าใจงานประกันสังคมได้เป็นอย่างดี ดังนั้นควรที่จะส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 มีความรู้ มีความเข้าใจในเรื่องงานประกันสังคมทุกๆ เรื่อง และทุกคน ตลอดจนการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ บุคลากรในสำนักงานประกันสังคมให้มีความรู้ครอบคลุมในทุกด้านของประกันสังคม และพร้อมที่จะให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแก้ไขปัญหา และแนะนำแนวทางให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงประโยชน์ตามสิทธิของตนเองที่ควรได้รับจากประกันสังคมได้

5.4.4 ในด้านการบริการสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ www.sso.go.th ควรปรับปรุงให้ง่ายต่อการใช้งาน ไม่สลับซับซ้อนของหน้าจอเพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าใจง่าย มีข่าวสารที่เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา และมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ผู้ใช้บริการ ได้รับความสะดวกสบายในการค้นหาข้อมูล หรือการให้บริการต่างๆ ของสำนักงานประกันสังคม เป็นการประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่าย และสามารถลดปัญหาการมาติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้ ซึ่งมีข้อจำกัดด้วยเวลาการทำงานปกติ ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าใจง่ายขึ้นในการเข้าไปค้นหาตรวจสอบข้อมูล และใช้บริการได้ทันทีหากมีข้อสงสัย หรือมีข้อเสนอแนะสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยผ่านทางเว็บไซต์ www.sso.go.th ของสำนักงานประกันสังคม

5.4.5 ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ควรมีการจัดส่งข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ให้ผู้ใช้บริการทาง E-MAIL เพื่อให้ได้รับข่าวสารข้อมูลใหม่ๆ ของสำนักงานประกันสังคม ได้อย่างรวดเร็วเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน อีกช่องทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ สอบถามข้อมูลของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ไม่ได้เป็นการศึกษาแบบเจาะลึก ดังนั้น เพื่อให้การศึกษาในเรื่องลักษณะนี้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรทำการวิจัยโดยใช้การ สัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ใช้บริการ เพื่อทราบความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

2. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบ และเนื้อหาของสื่อ ประชาสัมพันธ์ทุกสื่อ และเปรียบเทียบประสิทธิผลของสื่อในแต่ละประเภทว่ามีความแตกต่างกัน อย่างไร ในการให้ข้อมูลข่าวสารประกันสังคมแก่ผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ ประกอบการใช้สื่อที่เหมาะสม เพื่อเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลแก่ผู้ใช้บริการ ในครั้ง ต่อไป

3. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป เพื่อให้ได้ประโยชน์ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน ควรมีการศึกษาในประเด็นภาพลักษณ์ที่ผู้ใช้บริการมีต่อศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ในงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานประกันสังคม ในครั้งต่อไป

4. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาแนวทางการเพิ่มคุณภาพ ประสิทธิภาพใน ด้านการพัฒนาเจ้าหน้าที่ บุคลากร และปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นเพื่อนำผลการศึกษามาเป็น กำหนดกรอบนโยบายของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในครั้งต่อไป

5. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น สำหรับการ ทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ เพื่อทราบถึงผู้ใช้บริการที่เข้ามา สอบถามข้อมูลของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ มี พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจแตกต่างกันออกไปหรือไม่

กรม
การ
การ
การ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกาษา. (2531). **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- กองวิจัยและพัฒนา. (2550). **สถิติงานประกันสังคม 2549. สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการ โรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- กองวิชาการและแผนงาน. (2548). **รายงานประจำปี 2548. สำนักงานประกันสังคม**. กรุงเทพฯ : กระทรวงแรงงาน.
- กองวิชาการและแผนงาน. (2549). **รายงานประจำปี 2549. สำนักงานประกันสังคม**. กรุงเทพฯ : กระทรวงแรงงาน.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2547). **ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- ศูนย์สารนิเทศ ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. **ฐานที่มั่นคง. สำนักงานประกันสังคม**. กรุงเทพฯ : ศูนย์สารนิเทศ.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2549). **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- สำนักงานประกันสังคม. (2545). **ประกันสังคมอยู่คู่สังคมไทย**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์

- จิตรรา วุฒิสัทธาภิณฑล. (2535). การรับรู้ของลูกจ้างและนายจ้างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉันทนา คนเที่ยง. (2548). การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์สำนักงานประกันสังคม : ศึกษาสถานประกอบการที่มีการยื่นคำขอทำรายการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สำนักงานประกันสังคมจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชัยวัฒน์ พันธุ์พานิช. (2543). การรับรู้ข้อมูลข่าวสารประกันสังคมของผู้ประกันตนในเขตจังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ สาขาพัฒนาสังคม กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชุตินันท์ สิริโรจนวงศ์. (2550). พฤติกรรมการเปิดรับ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการใช้บริการของผู้ใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ฮอนด้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เชี่ยวชาญ วงศ์วัฒนกุล. (2543). ความรู้ ความเข้าใจและพฤติกรรมของลูกจ้างเกี่ยวกับสิทธิและการใช้บริการของกองทุนเงินทดแทน และผลการบริหารงานกองทุนเงินทดแทน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงพร โรจนพันธุ์. (2542). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติ เกี่ยวกับการประกันสังคมของผู้ประกันตนระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาริชาติ สารินุตรานนท์. (2548). พฤติกรรมของผู้ประกันตนต่อการมารับบริการการประกันสังคม สำนักงานประกันสังคมจังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภารดี สกุลศรีเศรษฐี. (2549). ความต้องการข้อมูลและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อเครื่องมือสื่อสารการตลาดของสายการบินไทยแอร์เอเชีย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- รุ่งกานต์ ฉัตรวีระชัยกิจ. (2543). การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมในการใช้บริการ และทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลิปดา จันทรสักดิ์. (2541). การวิจัยประเมินผล การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการประกันสังคม ผู้สถานประกอบการของศูนย์สารสนเทศ สำนักงานประกันสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วสินี จงจริยาธรรม. (2543). ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์รฟไฟ บีทีเอส ต่อความรู้ความ คิดเห็นและการใช้บริการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิมาลา สุทธิคดี. (2548). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดมีผลต่อภาพลักษณ์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมใช้วันทูคอล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เกรียงโกมล. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ภาคเอกชนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา Bug1113 ของบริษัทสามารถอินโฟมีเดีย จำกัด การเปิดรับข่าวสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชาติ ขรรยงสดีมัน. (2545). พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้อ่านนิตยสารชาย กรณีศึกษานิตยสาร “GM” นิตยสาร “BOSS” และนิตยสาร “Esquire”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุกัญญา ตั้งนิรันดรสราน. (2549). การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิสรာ วัชรการ . (2549). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากนิตยสารวัยรุ่นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อาบบุญ พิชัยพันธุ์. (2548). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคาดหวัง ความรู้ และความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และการให้บริการของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้ทางพิเศษในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ร้อยเอกหญิงวัลลยศรี แก้ววิรุฬ. (2547). การรับรู้ข่าวสารและปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ประวัติความเป็นมาของประกันสังคมของโลก และประวัติความเป็นมาประกันสังคมของประเทศไทย. (2549) สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม พ.ศ. 2549

จาก <http://guru.sanook.com/searh>

ค้นหาข้อมูลผู้ประกันตน และรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของผู้ประกันตน สำนักงานประกันสังคม. (2549) สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2549

จาก <http://www.sso.go.th.com>

ตรวจสอบรายชื่อเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด ของกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2550

จาก <http://www.bma.go.th/info/>

ห้องสมุดสำนักงานประกันสังคม หนังสือฐานความมั่นคง,10 ปีประกันสังคม สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2550

จาก <http://lib.sso.go.th/>

รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับรายชื่อ ตำแหน่งต่างๆ ของผู้บริหารสำนักงานประกันสังคม และสถิติต่างๆ ของกองทุนประกันสังคม. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2551

จาก <http://172.17.20.5:8101/intranet>

ค้นหาหนังสือวิทยานิพนธ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับ ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2551

จาก <http://www.riclib.nrct.go.th>

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

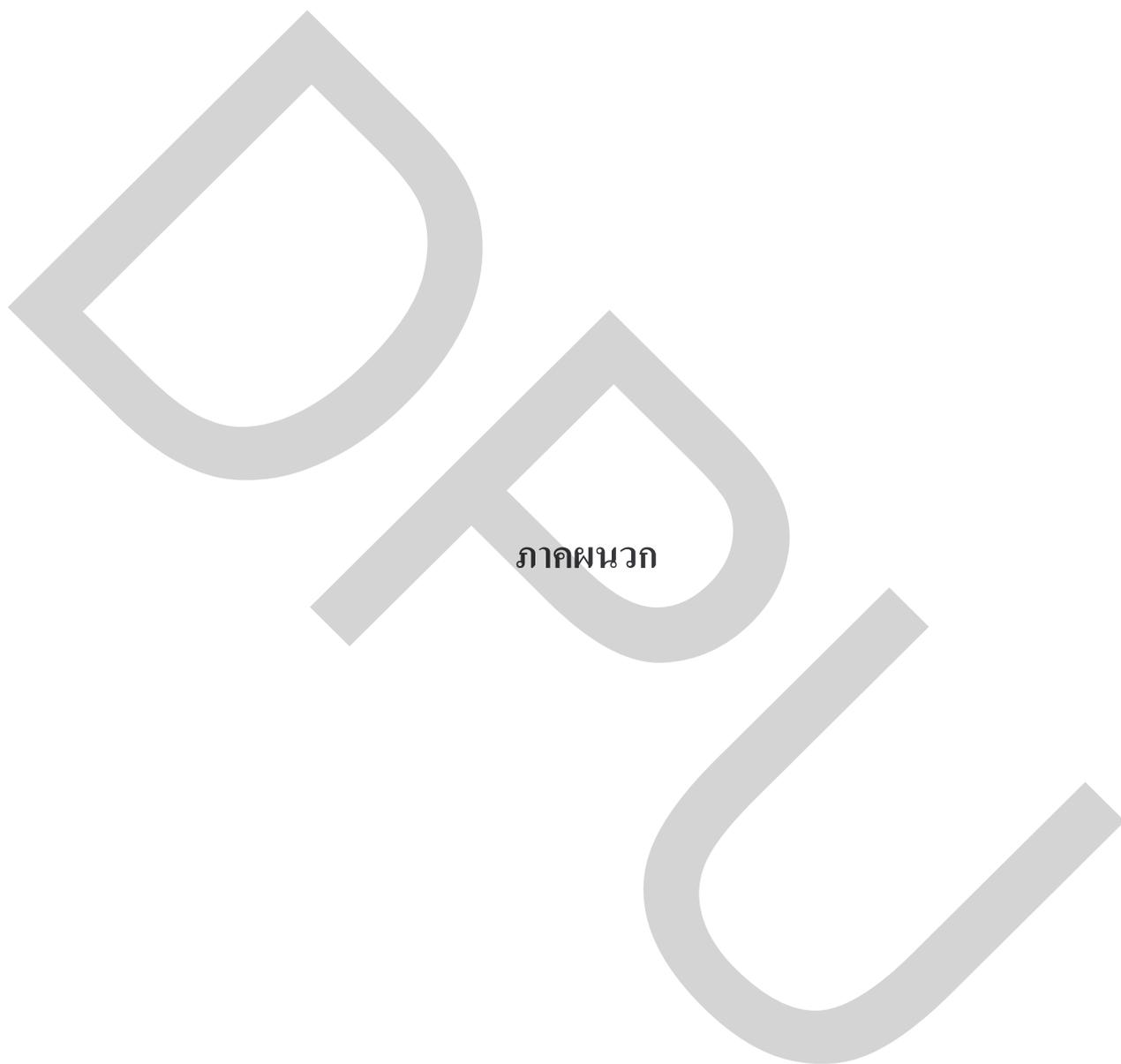
International Social Security. (1989). **Indroduction to Social Security**. Geneva : n.d.

Klapper, Joseph T. (1969). **The Effect of Mass Communication**. (10th ed). New York : the Free Press.

Katz, E., Blumler J.G., and others. (1974). **The Uses of Mass Communication Current Persectives on Gratificattion Research**. London: Sage.

Melvin L. Defleur. (1975). **Theories of Mass Communications**. (3ed). New York : David Mckay Company Inc.

Read Halley. (1972). **Communication : Methode for All Media**. Urbana Champagne : University of Illinois.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงาน

ประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

คำแนะนำ กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง หรือเติมข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้ให้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506”

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. 15 – 22 ปี

2. 23 – 30 ปี

3. 31 – 38 ปี

4. 39 – 46 ปี

5. 47 – 54 ปี

6. 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

2. มัธยมศึกษา

3. อาชีวศึกษา/อนุปริญญา

4. ปริญญาตรี

5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. หน่วยงานที่ท่านทำงานอยู่ในปัจจุบัน

1. หน่วยงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจ

2. โรงพยาบาล/ คลินิก/ สถานพยาบาล

3. ห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าขาย/ ตัวแทนจำหน่าย

4. โรงแรม/ รีสอร์ท/ ที่พักให้เช่า/ ทัวร์/ ขนส่ง

5. ธนาคาร/ สถาบันการเงิน

6. ร้านอาหาร/ สถานบันเทิง/ ศูนย์บริการ

7. โรงงานอุตสาหกรรม/ ก่อสร้าง

8. บริษัทเอกชน

9. แม่บ้าน

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 4,999 บาท

2. 5,000 – 10,000 บาท

3. 10,001 – 15,000 บาท

4. 15,001 – 20,000 บาท

5. 20,001 – 25,000 บาท

6. มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506” จากสื่อต่างๆ

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ตรงกับการเปิดรับข่าวสารท่านมากที่สุด

สื่อที่เปิดรับ	ความถี่ในการเปิดรับ				
	มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน (5)	5-6 ครั้ง ต่อเดือน (4)	3-4 ครั้งต่อ เดือน (3)	1-2 ครั้ง ต่อเดือน (2)	น้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน (1)
สื่อมวลชน					
6. สื่อโทรทัศน์					
7. สื่อวิทยุ					
8. สื่อหนังสือพิมพ์					
9. สื่อนิตยสาร					
สื่อเฉพาะกิจ					
10. สื่อโปสเตอร์					
11. สื่อแผ่นพับ, ใบปลิว					
12. สื่อป้ายโฆษณา					
13. ข่าวสารประชาสัมพันธ์					
14. วารสาร, จดหมาย					
15. เสียงตามสาย					
16. หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่					
17. วิทยุทัศน์สำนักงานประกันสังคม					
18. การจัดอบรม – สัมมนาเกี่ยวกับ ประกันสังคม					
สื่อบุคคล					
19. ข้าราชการ, เจ้าหน้าที่ ประกันสังคม					
20. พ่อ-แม่,ญาติพี่น้อง, เพื่อนฝูง					
สื่ออินเทอร์เน็ต					
21. www.sso.go.th					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีต่อ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506”

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

22. ท่านใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 06.01 – 12.00 น. | <input type="checkbox"/> 2. 12.01 – 18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 3. 18.01 – 00.00 น. | <input type="checkbox"/> 4. 00.01 – 06.00 น. |

23. ประเภทของการบริการที่ท่านใช้บริการของ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506”

(สามารถเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1. บริการข้อมูล / ข่าวสารประกันสังคม
- 2. บริการขอเอกสารและแบบฟอร์ม
- 3. บริการรับแจ้งเรื่อง / ร้องเรียน
- 4. บริการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกันตน
- 5. สิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม
- 6. บริการตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกันตน
- 7. บริการขึ้นทะเบียนลูกจ้าง / ผู้ประกันตน
- 8. ข้อมูลสำนักงานเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร
- 9. บัตรประกันสังคม / บัตรรับรองสิทธิ / สถานพยาบาลในโครงการ
- 10. เสนอแนะ / ดิชม

24. ปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ท่านใช้บริการของ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506” มากที่สุด

(สามารถเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1. ต้องการบริการข้อมูล / ข่าวสารประกันสังคม
- 2. ต้องการขอเอกสารและแบบฟอร์ม
- 3. ต้องการบริการรับแจ้งเรื่อง / ร้องเรียน
- 4. ต้องการขอคำปรึกษาแก่ผู้ประกันตน
- 5. ต้องการสอบถามสิทธิประโยชน์กองทุนประกันสังคม
- 6. ต้องการตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกันตน
- 7. ต้องการตรวจสอบการขึ้นทะเบียนลูกจ้าง / ผู้ประกันตน
- 8. ต้องการสอบถามข้อมูลสำนักงานเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร
- 9. ต้องการสอบถามบัตรประกันสังคม / บัตรรับรองสิทธิ / สถานพยาบาลในโครงการ
- 10. ต้องการเสนอแนะ / ดิชม

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506”

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ความพึงพอใจที่ได้จากการบริการ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506”	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการบริการของ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506”					
25. ความรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์					
26. ความพร้อมในการให้บริการทางโทรศัพท์					
27. ความสะดวก และเหมาะสมในช่วงเวลาในการให้บริการ					
28. ความต้องการของผู้ให้บริการ เช่น การตอบปัญหาข้อมูลข่าวสาร					
ด้านเทคโนโลยี ความทันสมัยในการให้บริการ					
29. บริการด้วยอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัยรองรับการให้บริการ					
30. มีโทรศัพท์คู่สายที่รองรับความต้องการ ในการให้บริการ					
ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ในการให้บริการ					
31. เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ การสนทนา กับผู้ใช้บริการ เป็นอย่างดี					
32. เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ ให้ความช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการ					
33. เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น ที่จะให้บริการกับผู้ใช้บริการ					
34. เจ้าหน้าที่แสดงน้ำเสียงไม่พอใจ และแสดงความรำคาญกับผู้ใช้บริการ					
35. เจ้าหน้าที่การตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ปัญหา กับผู้ใช้บริการ ได้ชัดเจน					

ความพึงพอใจที่ได้จากการบริการ “ศูนย์บริการ ข้อมูลประกันสังคม 1506”	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
36. เจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ มีความรู้ ความชำนาญ ในเรื่องประกันสังคมในการให้บริการ					
37. การมีอัตราเสียมิตรไมตรีของเจ้าหน้าที่ที่คอย ให้บริการ					
ด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ					
38. ท่านได้รับคำอธิบายเกี่ยวกับการใช้บริการที่ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ					
39. ท่านรู้สึกพอใจที่ได้รับคำแนะนำ ประึกษา ซึ่งช่วยให้ ท่านแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้					
40. ท่านไม่เคยได้รับคำอธิบายที่เกี่ยวกับเรื่อง ประกันสังคม ตามที่ท่านค้นหาข้อมูล และค้นหา ข้อมูลจากที่อื่นๆ ด้วยตนเอง					
41. ข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับประกันสังคมไม่ ตรงกับความต้องการ และคลาดเคลื่อนไม่ถูกต้องกับ ข้อเท็จจริง					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ใช้บริการที่มีต่อ “ศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506”

(5.1) ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ท่านอยากจะให้ทางศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ควรปรับปรุง

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามในครั้งนี้

ภาคผนวก ข รายละเอียดการดำเนินการออกอากาศสื่อบททาง
สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์

1. สื่อสื่อโทรทัศน์

การออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์นั้น สำนักงานประกันสังคมได้ออกอากาศเกี่ยวกับข่าวสารสาระความรู้ประกันสังคม เพื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับประกันสังคม ออกอากาศทางสถานี 3,5,7 และสถานี Modern nine ตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายนถึงวันที่ 30 กรกฎาคม 2550 ในรายการต่างๆ ของทางสถานีโทรทัศน์มี ดังนี้

1.1 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

- รายการศึกเจ้ามวยโลก ออกอากาศวันเสาร์ ระหว่างเวลา 12.00 – 13.45 น.

1.2 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

- รายการตลกหกฉาก ออกอากาศวันเสาร์ ระหว่างเวลา 14.00 – 15.10 น.
- รายการรักต้องซ่อม ออกอากาศวันอาทิตย์ ระหว่างเวลา 16.05 – 17.00 น.
- รายการแฟนพันธุ์แท้ ออกอากาศวันศุกร์ ระหว่างเวลา 22.30 – 24.00 น.
- รายการระเบิดเถิดเทิง ออกอากาศวันอาทิตย์ ระหว่างเวลา 14.05 – 15.10 น.
- รายการอัจฉริยะขบขัน ออกอากาศวันเสาร์ ระหว่างเวลา 22.05 – 23.00 น.
- รายการกล่องดำ ออกอากาศวันจันทร์ ระหว่างเวลา 17.30 – 18.00 น.
- รายการสู้เพื่อแม่ ออกอากาศวันพุธ ระหว่างเวลา 17.30 – 17.55 น.

1.3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

- รายการชิงร้อยชิงล้าน ออกอากาศวันพุธ ระหว่างเวลา 22.30 – 00.30 น.

1.4 สถานีโทรทัศน์ Modern nine

- รายการอโรคยาปาร์ตี้ ออกอากาศวันพฤหัสบดี ระหว่างเวลา 22.15 – 23.05 น.

2. สื่อวิทยุ

การออกอากาศทางสื่อวิทยุ นั้น สำนักงานประกันสังคมได้ออกอากาศทางสถานีวิทยุในช่องวิทยุต่างๆ ระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนธันวาคม 2551

- ทางช่องสถานี FM.91 MHz. รายการข่าวจรรยา สวพ.91 ออกอากาศทุกวัน วันละ 4 ครั้ง ระหว่างเวลา 06.00 – 20.30 น. ของบริษัท วิไลเซ็นเตอร์ แอนด์ซัน จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.96 MHz. รายการร่วมด้วยช่วยกัน ออกอากาศทุกวัน วันละ 7 ครั้ง ระหว่างเวลา 05.00 – 20.00 น. ของบริษัท ไอ เอ็น เอ็น กรุ๊ป จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.101.0 MHz. รายการ 101 INN NEW ออกอากาศทุกวัน วันละ 7 ครั้ง ระหว่างเวลา 05.00 – 24.00 น. ของบริษัท วีอาร์วัน เรดิโอ จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.100.0 MHz. รายการ จส.100 ออกอากาศทุกวัน วันละ 6 ครั้ง ระหว่างเวลา 06.00–24.00 น. ของบริษัท แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด

- ทางช่องสถานี AM.1179 KHz. รายการเจ็ดสิบทุก เจ็ดสิบสุขโดยประกันสังคม ออกอากาศวันเสาร์ วันละ 1 ครั้ง ระหว่างเวลา 18.00–19.00 น. และสถานี AM.1179 KHz. รายการประกันสังคมรายสัปดาห์ ออกอากาศวันอาทิตย์ วันละ 1 ครั้งระหว่างเวลา 19.30–20.00 น. ของบริษัท ไทยธรรมมาภิบาล จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.102.0 MHz. รายการ Shock FM ออกอากาศวันเสาร์และอาทิตย์ วันละ 5 ครั้ง ระหว่างเวลา 24.00–05.00 น. ของบริษัท เดอะซ็อก 13 จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.105.0 MHz. รายการสิทธิชน คนทำงาน ออกอากาศวันอาทิตย์ วันละ 1 ครั้ง ระหว่างเวลา 14.30–15.00 น. และสถานี FM.95.0 MHz. รายการลูกทุ่งมหานคร ออกอากาศวันจันทร์ถึงวันศุกร์ วันละ 3 ครั้ง ระหว่างเวลา 05.00–24.00 น. ของบริษัท ดรีมมีเดีย จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.88.5 MHz. รายการคุยโขมง 6 โมงเช้า ออกอากาศวันจันทร์ถึงวันเสาร์ วันละ 1 ครั้งระหว่างเวลา 05.30–07.00 น. สถานี FM.102.0 MHz. รายการ คุยโขมง 6 โมงเช้า ออกอากาศทุกวัน วันละ 5 ครั้ง ระหว่างเวลา 06.05–17.05 น. และสถานี FM.89.5 MHz. รายการคุยโขมง 6 โมงเช้า ออกอากาศวันจันทร์ถึงวันศุกร์ วันละ 5 ครั้ง ระหว่างเวลา 09.20–21.50 น. ของบริษัท ปิงสตูดิโอ จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.96.5 MHz. เป็นสปอตวิทยุเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ประกันสังคมทั้ง 7 กรณี ออกอากาศวันจันทร์ถึงวันศุกร์ วันละ 4 ครั้ง ระหว่างเวลา 06.30–18.30 น. ของบริษัท อินไซท์ อินโฟ จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.100.5 MHz. เป็นสปอตวิทยุเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์กรณีชราภาพ ออกอากาศทุกวัน วันละ 1 ครั้ง ระหว่างเวลา 06.00–12.00 น. ของบริษัท ดับบลิว พี สยาม จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.97.0 MHz. เป็นสปอตวิทยุเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์กรณีเจ็บป่วย ออกอากาศทุกวัน วันละ 1 ครั้ง ระหว่างเวลา 06.30–19.30 น. ของบริษัท ตรินิตี้ เรดิโอ จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.89.5 MHz. รายการสวายนฟ้าใส เป็นสปอตวิทยุเกี่ยวกับการเพิ่มประโยชน์ทดแทนกรณีชราภาพ ออกอากาศทุกวันเสาร์ วันละ 4 ครั้ง ระหว่างเวลา 09.00–10.00 น. สถานี FM.93.25 MHz. รายการฟ้าใสวาไรตี้ ออกอากาศวันจันทร์ถึงวันศุกร์ วันละ 6 ครั้ง ระหว่างเวลา 13.00–15.00 น. สถานี FM.105.25 MHz. รายการเสียงสวรรค์ ออกอากาศวันจันทร์ถึงวันศุกร์ วันละ 6 ครั้ง ระหว่างเวลา 10.00–12.00 น. และสถานี AM.1287 KHz.

รายการสังคมดี ชีวิตมีสุข ออกอากาศวันอาทิตย์ วันละ 4 ครั้ง ระหว่างเวลา 17.00 – 18.00 น. ของ บริษัท เวชกิจ สร้างสรร จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.99.5 MHz. เป็นสเปควิทยุเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์กรณีว่างงาน ออกอากาศทุกวัน วันละ 5 ครั้ง ระหว่างเวลา 09.00 – 21.30 น. ทางช่องสถานี FM.102.5 MHz. เป็นสเปควิทยุเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์กรณีว่างงานออกอากาศทุกวัน วันละ 5 ครั้ง ระหว่างเวลา 08.00 – 24.00 น. ทางช่องสถานี FM.104.5 MHz. เป็นสเปควิทยุเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์กรณีว่างงาน ออกอากาศทุกวัน วันละ 5 ครั้ง ระหว่างเวลา 09.00 – 24.00 น. และยังมีสถานีในส่วนภูมิภาคอีก 22 สถานี ออกอากาศวันจันทร์ถึงวันศุกร์ วันละ 1 ครั้ง ระหว่างเวลา 08.00 – 09.00 น. ของบริษัท กรีน โพรเท็ค จำกัด

- ทางช่องสถานี FM.101.5 MHz. จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสารคดีเกี่ยวกับการเพิ่ม ประโยชน์ทดแทนกรณีชราภาพ ออกอากาศวันวันจันทร์ถึงวันศุกร์ วันละ 2 ครั้ง ระหว่างเวลา 06.00 – 19.00 น. สถานี FM.107.25 MHz. จังหวัดนครราชสีมา เป็นสเปควิทยุเกี่ยวกับการเพิ่ม ประโยชน์ทดแทนกรณีชราภาพ วันละ 2 ครั้ง ระหว่างเวลา 06.00 – 19.00 น. สถานี FM.102.25 MHz. จังหวัดภูเก็ต เป็นสเปควิทยุเกี่ยวกับการเพิ่มประโยชน์ทดแทนกรณีชราภาพ วันละ 2 ครั้ง ระหว่างเวลา 06.00 – 19.00 น. ของบริษัท เดอะเบสทีม ตรีเอชั่น จำกัด

- ทางช่องสถานี AM.1269 KHz. รายการเพื่อนเกษตรกรและผู้ใช้แรงงาน ออกอากาศวัน เสาร์และอาทิตย์ วันละ 4 ครั้ง ระหว่างเวลา 05.00 – 06.00 น. ของชมรมสื่อสารมวลชนสัมพันธ์

- ทางช่องสถานี FM.97.5 MHz. รายการข่าวต้นชั่วโมง ออกอากาศทุกวัน วันละ 12 ครั้ง ระหว่างเวลา 01.00 – 24.00 น. สถานี FM.107.0 MHz. รายการข่าวต้นชั่วโมง ออกอากาศทุก วัน วันละ 17 ครั้ง ระหว่างเวลา 01.00 – 24.00 น. และ สถานี FM.99.0 MHz. รายการข่าวต้น ชั่วโมง ออกอากาศทุกวัน วันละ 23 ครั้ง ระหว่างเวลา 01.00 – 24.00 น. ของบริษัท อสมท. จำกัด

3. สื่อหนังสือพิมพ์

สื่อหนังสือพิมพ์ สำนักงานประกันสังคมได้ใช้สื่อหนังสือพิมพ์ในการกระจายข่าวสารสาระความรู้ เรื่องราวประกันสังคม เพื่อประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับประกันสังคม ออกสู่ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง และสถานประกอบการต่างๆ ที่เข้าร่วมกับประกันสังคมระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกรกฎาคม 2551

3.1 เดือนมกราคมข่าวที่ลงหนังสือพิมพ์ได้แก่

- หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ คมชัดลึก ไทยรัฐ สยามรัฐ สยามธุรกิจ ข่าวสด โพสต์ทูเดย์ เดลินิวส์ กรุงเทพธุรกิจ บ้านเมือง Job Request และแนวหน้า ส่วนเรื่องที่ลงเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกันตนได้รับทั้ง 7 กรณี และการคุ้มครองที่ไม่ได้เป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

3.2 เดือนกุมภาพันธ์ข่าวที่ลงหนังสือพิมพ์ได้แก่

- หนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย มติชนรายวัน กรุงเทพธุรกิจ บ้านเมือง ไทยโพสต์ ไทยรัฐ คมชัดลึก สยามรัฐ ผู้จัดการรายวัน ข่าวสด แนวหน้า และประชาชาติธุรกิจ ส่วนเรื่องที่ลงเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกันตนได้รับทั้ง 7 กรณี การบริหารเงินของกองทุนประกันสังคม และบทความเรื่องทุจริต ปลอมแปลงเอกสารสิทธิประโยชน์ดำเนินคดีแพ่ง และอาญาทุกคดี

3.3 เดือนมีนาคมข่าวที่ลงหนังสือพิมพ์ได้แก่

- หนังสือพิมพ์บ้านเมือง สยามธุรกิจ สยามรัฐ กรุงเทพธุรกิจ พิมพ์ไทย ข่าวสด คมชัดลึก ข่าวสด ผู้จัดการรายวัน ประชาชาติธุรกิจ มติชนรายวัน โพสต์ทูเดย์ ไทยรัฐ แนวหน้า และไทยโพสต์ ส่วนเรื่องที่ลงเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกันตนได้รับทั้ง 7 กรณี การบริหารเงินของกองทุนประกันสังคม บทความเรื่องเราได้อะไรจากประกันสังคม เมื่อผู้ประกันตนเสียชีวิต และผู้ประกันตนได้สิทธิ 7 กรณี มีอะไรบ้าง

3.4 เดือนเมษายนข่าวที่ลงหนังสือพิมพ์ได้แก่

- หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน บ้านเมือง สยามรัฐ ไทยโพสต์ คมชัดลึก โพสต์ทูเดย์ ผู้จัดการรายวัน ข่าวสด ไทยรัฐ ทันหูนั ประชาชาติธุรกิจ และแนวหน้า ส่วนเรื่องที่ลงการบริหารเงินของกองทุนประกันสังคม สิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกันตนได้รับทั้ง 7 กรณี บทความเรื่องประกันสังคมส่งเสริมเงินออม และเที่ยวสงกรานต์ตั้งใจไปกับประกันสังคม

3.5 เดือนพฤษภาคมข่าวที่ลงหนังสือพิมพ์ได้แก่

- หนังสือพิมพ์บ้านเมือง พิมพ์ไทย มติชนรายวัน โพสต์ทูเดย์ ไทยโพสต์ แนวหน้า ข่าวสด คมชัดลึก สยามรัฐ ข่าวสด ผู้จัดการรายวัน ประชาชาติธุรกิจ และเดลินิวส์ ส่วนเรื่องที่ลงสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกันตนได้รับทั้ง 7 กรณี มิตรภาพสปส. กับ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ให้ผู้ประกันตนกู้ซื้อบ้านของผู้ประกันตนมาตรา 39 บทความเรื่องประกันสังคมร่วมรณรงค์ “นมแม่ดีที่หนึ่ง” และประกันสังคมพร้อมดูแล แม่เกิดการเปลี่ยนแปลง

3.6 เดือนมิถุนายนข่าวที่ลงหนังสือพิมพ์ได้แก่

- หนังสือพิมพ์บ้านเมือง สยามรัฐ พิมพ์ไทย ไทยรัฐ ข่าวหุ้น มติชนรายวัน คมชัดลึก บางกอกทูเดย์ ผู้จัดการรายวัน สยามธุรกิจ ข่าวสด ประชาชาติธุรกิจ และแนวหน้า ส่วนเรื่องที่ลงถูกจ้างโรงเรียนเอกชนริบสมักรเป็นผู้ประกันตนมาตรา 39 เปิดตัวโครงการ “สปส. ยิ้มจากใจ” ประกันสังคมเพิ่มวงเงินค่ารักษาพยาบาลกองทุนประกันสังคม และบทความเรื่องชีวิตดี มีคุณภาพ หลังเกษียณกับประกันสังคม

3.7 เดือนกรกฎาคมข่าวที่ลงหนังสือพิมพ์ได้แก่

- หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน ข่าวสด เดลินิวส์ พิมพ์ไทย สยามธุรกิจ ไทยโพสต์ บ้านเมือง คมชัดลึก โพสต์ทูเดย์ และประชาชาติธุรกิจ ส่วนเรื่องที่ลงสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกันตนได้รับทั้ง 7 กรณี สรุปยอดเงินออมชราภาพ 427,266 ล้านบาท และบทความเรื่องประกันสังคมหนึ่งโครงข่ายความคุ้มครองทางสังคม (Social Safety Net)

ผู้วิจัยได้นำบางส่วนของช่วงเวลาที่สำนักงานประกันสังคมได้นำเสนอผ่าน สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ออกเผยแพร่ให้สาธารณะรู้ในเรื่องประกันสังคม และนำมาเป็นตัวอย่างในการประกอบในงานวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสำนักงานประกันสังคม : กรณีศึกษาศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506 ในเขตกรุงเทพมหานคร



ภาคผนวก ก ตัวอย่างภาพถ่ายของศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

1. สื่อมวลชน ได้แก่
สื่อโทรทัศน์



สื่อโทรทัศน์ เรื่อง 108 คดียา เป็นเรื่องสั้นที่อธิบายเกี่ยวกับประกันสังคม เป็นเกร็ดความรู้ที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้เมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้นกับตนเอง และให้ประโยชน์แก่ผู้ที่เข้าร่วมกองทุนประกันสังคมได้แก่ ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง

2. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่
สื่อโปสเตอร์



สื่อโปสเตอร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้แก่ ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง ตามสถานประกอบการต่างๆ สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ และประกันสังคมจังหวัดทั่วประเทศ

สื่อแผ่นพับ, ใบปลิว



สื่อแผ่นพับและใบปลิว จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ให้ความรู้ พร้อมทั้งสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากประกันสังคมออกสู่ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง ให้กับสถานประกอบการต่างๆ สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ และประกันสังคมจังหวัดทั่วประเทศ

สื่อป้ายโฆษณา



สื่อป้ายโฆษณา สำนักงานประกันสังคมได้จัดทำไว้ทั้งหมด 4 จุดของทางขึ้นทางด่วนในกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งจังหวัดใหญ่ๆ ทั่วประเทศ และนิคมอุตสาหกรรม เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และตอกย้ำความจำให้กับผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง ในการใช้สิทธิประกันสังคม

ข่าวสารประชาสัมพันธ์



ในส่วนวารสารประกันสังคมนั้น ได้จัดทำขึ้น 2 เดือนต่อ 1 เล่ม เพื่อกระจายข่าวสารประกันสังคม เหตุการณ์ในปัจจุบันที่เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง และสถานประกอบการต่างๆ

หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่



รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ ของสำนักงานประกันสังคมนั้น ออกไปเพื่อให้ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับประกันสังคม ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการติดต่อสอบถาม และเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทางระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง

การจัดอบรม – สัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคม



ในการจัดอบรม – สัมมนาเกี่ยวกับประกันสังคม จุดมุ่งหมายเพื่อสร้างเครือข่ายให้กับสำนักงานประกันสังคม ในการประสานงานกับสถานพยาบาล สถานประกอบการ และกำหนดนโยบายขององค์กร กระจายความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประกันสังคม ออกสู่ผู้ประกันตนหรือลูกจ้าง นายจ้าง

3. สื่อบุคคล ได้แก่

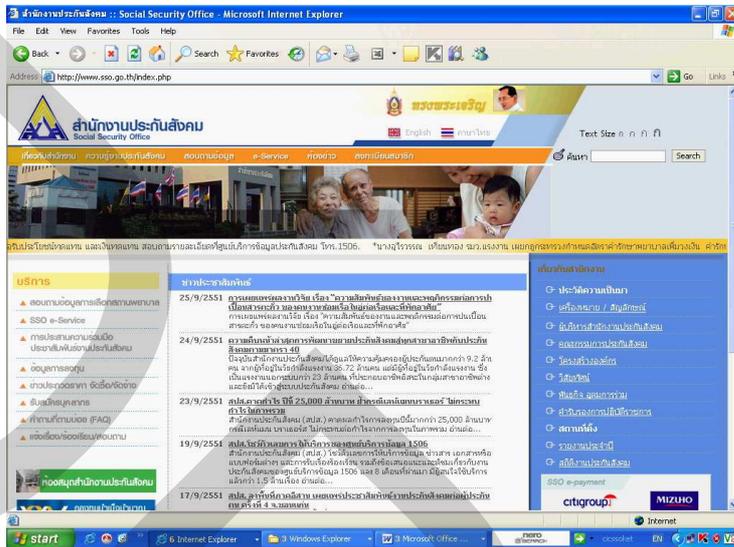
เจ้าหน้าที่ประกันสังคม



ในการเผยแพร่ข่าวสารประกันสังคมนั้น เจ้าหน้าที่ประกันสังคมเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ผู้ใช้บริการหรือผู้ประกันตน นายจ้าง และบุคคลทั่วไป ที่เข้ามาสอบถามเกี่ยวกับประกันสังคม และสามารถสร้างภาพลักษณ์อันที่ดีให้กับองค์กรได้

4. สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่

เว็บไซต์ ของสำนักงานประกันสังคม www.sso.go.th



ในการจัดทำเว็บไซต์ www.sso.go.th ขึ้นมานั้นเพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการติดต่อสอบถาม เข้ามายังสำนักงานประกันสังคม และสามารถค้นหาข้อมูล ตรวจสอบสิทธิต่างๆ หรือแม้กระทั่งหาความรู้จากเว็บไซต์

5. กิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักงานประกันสังคม ได้แก่

5.1 วันแรงงานแห่งชาติ



จัดขึ้นมาเพื่อยกย่องผู้ใช้แรงงานหรือผู้ประกันตน เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้แรงงานกับนายจ้าง และสร้างภาพลักษณ์ให้กับกระทรวงแรงงาน สำนักงานประกันสังคม ได้เป็นอย่างดี

5.2 โครงการ สปส. เยี่ยมผู้ประกันตนที่ประสบภัย



โครงการเยี่ยมผู้ประกันตนเพื่อสร้างขวัญ และกำลังใจให้กับผู้ใช้แรงงานหรือผู้ประกันตนที่ประสบภัยต่างๆ หรืออุบัติเหตุ ทางประกันสังคมได้ให้ความช่วยเหลือและเยียวยาให้กับผู้บาดเจ็บ เพื่อที่กลับไปทำงานประจำของตนเองหรือสร้างอาชีพใหม่ให้เกิดขึ้น

5.3 วันสงกรานต์ โครงการเดินทางปลอดภัย สปส. ห่วงใยผู้ประกันตน



เป็นโครงการประชาสัมพันธ์ของประกันสังคม ที่ห่วงใยผู้ใช้แรงงานหรือผู้ประกันตนที่เดินทางกลับภูมิลำเนาของตนเองหรือกลับไปเยี่ยมญาติยังต่างจังหวัด โครงการนี้เป็นการเตือนสติ และให้มีระมัดระวังความปลอดภัยในการขับขี่ยานพาหนะ เพื่อลดอุบัติเหตุบนท้องถนนและความสูญเสียที่จะตามมา



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล

นายสุกฤต กมลวัฒนา

วันเดือนปีเกิด

4 ตุลาคม 2517

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จาก
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปัจจุบัน

นักวิชาการประกันสังคม สำนักงานประกันสังคม กระทรวง
แรงงาน