



แนวทางการเพิ่มจำนวนผู้รับบริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์  
GUIDELINES TO INCREASE THE NUMBER OF SERVICE URES AT THE COUNTER  
SERVICE CENTER MINISTRY OF LABOUR NAKHON SAWAN PROVINCE

พรอมา มีทอง, ชีร์ชกรณ์ อุดมรัตน์มะณี  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทนำ

ศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงาน เป็นส่วนงานที่บูรณาการภารกิจงานบริการด้านแรงงานของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน 5 หน่วยงาน ประกอบด้วย สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และสำนักงานประกันสังคม ไว้ ณ จุดเดียว มีงานบริการ 128 งาน ให้บริการหลัก 3 ประเภท ได้แก่ (1) ข้อมูลข่าวสาร (2) รับเรื่องและส่งต่อ และ (3) บริการเบ็ดเสร็จ ปัจจุบันมีจำนวน 64 แห่ง ใน 62 จังหวัด (จำนวน 2 แห่งในจังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดนนทบุรี) ศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ก็ก่อตั้งขึ้น ในปี พ.ศ. 2549 โดยมีมุ่งหวังให้ประชาชนในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์สามารถเข้าถึงบริการด้านแรงงานของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทาง

จากสถิติจำนวนผู้มารับบริการของศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ในช่วงปี 2563 ถึงปี 2565 พบว่าผู้มารับบริการมีจำนวนลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้มารับบริการในช่วงปี 2560 ถึงปี 2562 ซึ่งมีความสอดคล้องกับปัญหาด้านแรงงานที่เกิดขึ้น จากข้อมูลรายงานสถานการณ์ด้านแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ในปี 2563 ถึงปี 2565 จำนวนผู้ว่างงาน และผู้ถูกเลิกจ้าง มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ว่างงานในช่วงปี 2560 ถึงปี 2562 ผลจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ซึ่งเครื่องบ่งชี้ว่าประชาชนวัยแรงงานในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ จำนวนมากประสบปัญหาด้านอาชีพ และต้องการรับความช่วยเหลือจากกระทรวงแรงงาน ผู้มาขอรับบริการด้านแรงงาน จึงควรมีจำนวนเพิ่มขึ้น สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ ในฐานะหน่วยงานที่กำกับ ดูแล ศูนย์บริการร่วม จึงมีความจำเป็นต้องหาสาเหตุ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้รับบริการ ทั้งในส่วนของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ การรับรู้ของประชาชนต่อศูนย์บริการร่วม และการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ศูนย์บริการร่วมเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มจำนวนผู้รับบริการ อันจะส่งผลดีต่อประชาชนให้สามารถเข้าถึง การบริการ ได้อย่างครอบคลุม ทั้งถึง ทันเหตุการณ์ และลดปัญหาด้านแรงงานได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1. เพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้จำนวนผู้รับบริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ลดลง
- 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์
- 3. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มจำนวนผู้รับบริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง :

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ณ ศูนย์บริการร่วม และประชาชนวัยแรงงานที่เคยรับบริการ 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 6 ราย

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ ประชาชนวัยแรงงานในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 ราย จำแนกเป็น ผู้ที่เคยรับบริการ จำนวน 18 ราย และผู้ที่ไม่เคยรับบริการ จำนวน 382 ราย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย :

- ตัวแปรต้น 1. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ, ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ, ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ, ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ
- 2. ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์
- 3. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

สมมติฐานในการวิจัย :

- 1. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ที่แตกต่างกัน
- 2. การรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการร่วม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์
- 3. ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย :

ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ 2) คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้มีจำนวนผู้รับบริการศูนย์บริการร่วมลดลง และ 3) คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการเพิ่มจำนวนผู้รับบริการศูนย์บริการร่วม ข้อมูลเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการร่วม 5 ด้าน 2) พฤติกรรมกรรับบริการและการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการร่วม เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด แบบมีหลายคำตอบให้เลือก 3) ข้อมูลประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด และ 4) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล :

จัดเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง จัดเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วย 2 วิธี คือ 1) ฝากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเก็บข้อมูล ณ ศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ 2) ผู้ศึกษาคำนึงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยทั้ง 2 ส่วน ให้กลุ่มตัวอย่างสแกน QR Code เพื่อตอบคำถามในแบบสอบถามออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล :

ข้อมูลเชิงคุณภาพ มีการวิเคราะห์เนื้อหา วิเคราะห์ความ และสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย การหาสาเหตุของปัญหาโดยใช้ทฤษฎีแผนผังแสดงเหตุผล ผลวิเคราะห์ SWOT Analysis และสร้างทางเลือกด้วย TOWS Matrix ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความถี่ ค่าร้อยละ 2) สถิติเชิงอนุมานสำหรับทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย การทดสอบ T-test และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Pearson Chi-square กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สาเหตุของปัญหาการลดลงของจำนวนผู้รับบริการศูนย์บริการร่วม จากแนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ คือ ความสะอาด ป้ายบอกจุดบริการไม่ชัดเจน จุดบริการไม่ดึงดูด ไม่น่าสนใจ ไม่ทันสมัย ตั้งอยู่ร่วมกับหน่วยบริการอื่น ทำให้เกิดความสับสน นอกจากนี้ศูนย์บริการร่วมมีเพียง 1 แห่งในจังหวัดทำให้ผู้รับบริการต่างอำเภอเดินทางค่อนข้างไกล ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ คือ ป้ายประกาศแจ้งข้อมูล ไม่ดึงดูดให้น่าสนใจ เครือข่าย อสร. ยังไม่ทราบภารกิจของกระทรวงแรงงานอย่างถ่องแท้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ คือ การบริการไม่มีความครอบคลุม ไม่เบ็ดเสร็จ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ คือ ไม่มีการจัดเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงแรงงานเวียนมาให้บริการ การบริการจึงไม่ครอบคลุมภารกิจ ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ พบว่าการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงไม่มีของที่ระลึกมอบให้ผู้มารับบริการ ด้านการรับรู้ คือ ไม่ทราบว่าศูนย์บริการร่วม ไม่ทราบว่าให้บริการเรื่องใด ไม่ทราบสถานที่ตั้ง รวมถึงมีปัจจัยด้านอื่นๆ คือ จำนวนกำลังแรงงาน เทคโนโลยี การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน (กำหนดนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ค่า Sig.
สมมติฐานที่ 1 H1 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ที่แตกต่างกัน		
(1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	ยอมรับ H1	0.007
(2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในการบริการ	ยอมรับ H1	0.019
(3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ยอมรับ H1	0.036
(4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	ปฏิเสธ H1	0.253
(5) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	ปฏิเสธ H1	0.304
สมมติฐานที่ 2 H1 การรับรู้เกี่ยวกับศูนย์บริการร่วมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์	ยอมรับ H1	0.031
สมมติฐานที่ 3 H1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์		
(1) เพศ	ปฏิเสธ H1	0.219
(2) อายุ	ยอมรับ H1	0.008
(3) สถานภาพ	ปฏิเสธ H1	0.141
(4) ระดับการศึกษา	ปฏิเสธ H1	0.575
(5) อาชีพ	ปฏิเสธ H1	0.543
(6) รายได้	ยอมรับ H1	0.029

การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์สาเหตุปัญหาการลดลงของจำนวนผู้รับบริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า จำนวนผู้มารับบริการของศูนย์บริการร่วมจังหวัดนครสวรรค์ที่ลดลง มีสาเหตุมาจากปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ การสร้างการรับรู้ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านอื่นๆ อาทิ จำนวนกำลังแรงงาน เทคโนโลยี การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นปัจจัยทรัพยากรภายนอกองค์กร โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนส่วนมากยังไม่ทราบว่าในจังหวัดมีการให้บริการของศูนย์บริการ และไม่ทราบว่าศูนย์บริการร่วมฯ ให้บริการเรื่องใด แสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่ ทำให้ประชาชนบางส่วนไม่มารับบริการและไม่ติดต่อหน่วยงานที่มีภารกิจโดยตรงแทน ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้รับบริการศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้กลยุทธ์เชิงรุก ที่มุ่งเน้นการปรับปรุง สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้ศูนย์บริการร่วมฯ เป็นที่รู้จักมากขึ้นและเข้าถึงประชาชนในทุกพื้นที่โดยผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ มีการพัฒนาเครือข่ายอาสาสมัครแรงงาน (อสร.) ให้เกิดการดำเนินงานอย่างเข้มแข็งและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เน้นการเข้าถึงประชาชนเพื่อให้การช่วยเหลือด้านแรงงานในระดับพื้นที่อย่างทั่วถึงและตรงกับความต้องการของประชาชน รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความประทับใจแก่ผู้มารับบริการให้เกิดการบอกต่อ

รายการอ้างอิง

นิชภา ศิริสาร. (2563). ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีของผู้ประกอบการนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. (2565). ฟังกิงปลาหรือหึ่งแสดงเหตุผลและผล (Fishbone Diagram) [สื่ออิเล็กทรอนิกส์]. ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2565, จาก <http://www.prachasan.com/mindmapknowledge/fishbonemmm.htm> ราชชน เหมอนันต์กุล และแสงดาว ประสิทธิ์สุข. (2564). แนวทางการเพิ่มยอดผู้รับบริการอพพลีคนที่มีฝีมือของ ร.ท.ส.จากผู้ใช้ที่มีสถานะถูกระงับของสำนักงาน ร.ท.ส. จังหวัดฉะเชิงเทรา. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 16 ปีการศึกษา 2564 (หน้า 1298 – 1311). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต. สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2565). คู่มือการปฏิบัติงานสำหรับเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการร่วมกระทรวงแรงงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2558). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สุศักดิ์ วันนิง และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2565). คุณภาพการบริการ และประสิทธิภาพในการส่งมอบงานที่ส่งผลการให้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกจ้างงานซ่อมบำรุง. วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น, 4(2), 1 – 16. วุฒิชัย อารักษ์โพชนงค์. (2554). อิทธิพลของการรับรู้ทัศนคติและการมีส่วนร่วมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐตามระบบคุณภาพภายใน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร. Jimenez, V., Alberto, M., Lopez, L., Adan, D., Arroyo, A., & Apolinar, J. (2019). Application of the SERVQUAL model to evaluate the quality in the transportation service in Morelia, Mexico, DYNA, 86(211), 64-74. Kotler, Philip. (2012). Marketing Management (14th ed.). England: Pearson. Schiffman & Kanuk (2000). Customer Behavior (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.