

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่าง
กองทุนการออมแห่งชาติ กับ ประกันสังคมมาตรา 40

Factors Influencing Retirement Savings Decisions between
The National Savings Fund and Social Security Section 40

นายเกียรติคุณ แฉล้มเขตร์
สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Keattikun Chalaemkhet
Email: 6614154135@ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Finance
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ออมเพื่อบำนาญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญ 3) เพื่อวิเคราะห์ระดับแนวโน้ม และความพึงพอใจของแรงงานนอกระบบที่มีต่อการเลือกออมเงินกับกองทุนการออมแห่งชาติและประกันสังคมมาตรา 40 4) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติกับประกันสังคมมาตรา 40 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลในกลุ่มแรงงานนอกระบบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือแรงงานนอกระบบจำนวน 400 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เฉลี่ย 0.84 และมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.905 ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (Independent Samples t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นอายุซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มอายุน้อยมีแนวโน้มออมต่ำกว่ากลุ่มอายุมากกว่า สำหรับปัจจัยแรงจูงใจ พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการตัดสินใจเลือกการออม ($r = 0.442$, $p < 0.01$) ขณะที่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) โดยรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะด้านราคา ($\beta = 0.248$) และกระบวนการให้บริการ ($\beta = 0.237$) ซึ่งมีผลต่อความตั้งใจออมมากที่สุด ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการกำหนดอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสม การพัฒนาช่องทางบริการที่สะดวก เข้าถึงง่าย และการส่งเสริมแรงจูงใจเชิงนโยบาย เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของแรงงานนอกระบบในการออมเพื่อบำนาญอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ การออมเพื่อบำนาญ

ABSTRACT

This research aimed to 1) examine demographic characteristics influencing the decision to choose a pension savings plan, 2) study motivational factors and service marketing mix (7Ps) factors affecting pension savings decisions, 3) analyze the level of trends and satisfaction of informal workers regarding their choice of savings between the National Savings Fund (NSF) and Social Security Scheme under Section 40, and (4) compare the differences in pension savings decisions between the two systems based on personal demographic factors among informal workers in Thailand. The sample group consisted of 400 informal workers selected through purposive sampling. The research instrument was a questionnaire verified for content validity by three experts, yielding an average Index of Item-Objective Congruence (IOC) of 0.84 and a reliability coefficient (Cronbach's Alpha) of 0.905, indicating a very high level of internal consistency. The data were analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics, including Independent Samples t-test, One-Way ANOVA, Pearson's Correlation Coefficient, and Multiple Regression Analysis, to test the research hypotheses.

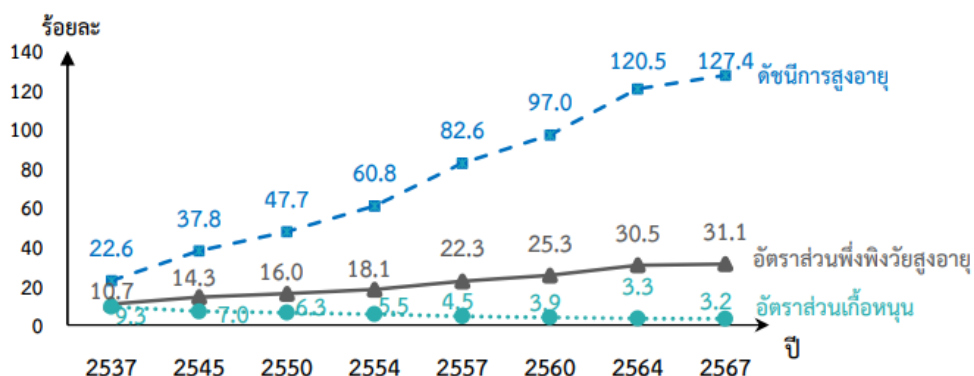
The results revealed that most demographic factors did not significantly influence pension savings decisions, except for age, which had a statistically significant effect at the 0.05 level. Younger respondents showed lower saving tendencies compared to older groups. Motivation was positively correlated with pension saving decisions at a moderate level ($r = 0.442$, $p < 0.01$). The service marketing mix (7Ps) overall had a statistically significant influence on saving decisions, particularly price ($\beta = 0.248$) and service process ($\beta = 0.237$), which had the strongest effects on saving intention. The findings suggest that relevant government agencies should emphasize setting appropriate return rates, enhancing service accessibility through digital platforms, and promoting policy-based incentives to encourage greater participation of informal workers in long-term pension saving systems.

Keywords Pension Savings

บทนำ

จากผลการสำรวจแรงงานนอกระบบ พ.ศ. 2567 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ประเทศไทยมีผู้มีงานทำรวมทั้งสิ้น 40.0 ล้านคน แบ่งเป็นแรงงานนอกระบบจำนวน 21.1 ล้านคน หรือร้อยละ 52.7 และแรงงานในระบบจำนวน 18.9 ล้านคน หรือร้อยละ 47.3 ซึ่งหมายความว่าแรงงานนอกระบบมีจำนวนมากกว่าแรงงานในระบบประมาณ 2.2 ล้านคน สะท้อนให้เห็นว่าแรงงานนอกระบบยังเป็นกลุ่มใหญ่ของกำลังแรงงานที่ขาดความคุ้มครองตามกฎหมายแรงงานและระบบบำนาญ ส่งผลให้เกิด “ช่องว่าง” ด้านความครอบคลุมและความเพียงพอของการคุ้มครองทางสังคม

ประเทศไทยในปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่การเป็น “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” (Complete Aged Society) โดยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างประชากรที่ชัดเจน ผ่านตัวชี้วัดสำคัญ ได้แก่ ดัชนีการสูงอายุ อัตราส่วนพึ่งพิงวัยสูงอายุ และอัตราส่วนเกือหนุน ซึ่งในปี 2567 พบว่า อัตราส่วนพึ่งพิงวัยสูงอายุเพิ่มขึ้นเป็น 31.1 จาก 10.7 ในปี 2537 หมายความว่าประชากรวัยทำงาน 100 คน ต้องดูแลผู้สูงอายุประมาณ 31 คน ขณะที่อัตราส่วนเกือหนุนลดลงจาก 9.3 ในปี 2537 เหลือเพียง 3.2 ในปี 2567 หรือประชากรวัยทำงานเพียง 3 คน ต้องเกือหนุนผู้สูงอายุ 1 คน แสดงถึงภาระที่เพิ่มขึ้นของประชากรวัยทำงานในการดูแลผู้สูงอายุ และชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการสร้างระบบบำนาญและการออมระยะยาวที่มั่นคงสำหรับประชากรไทย



อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุจำนวนไม่น้อยยังคงต้องทำงานต่อหลังเกษียณ เพื่อช่วยลดภาระทางเศรษฐกิจของครัวเรือน โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ยังมีสุขภาพแข็งแรง แต่การทำงานต่อในวัยสูงอายุอาจนำไปสู่ความเสี่ยงด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ลดลง ดังนั้น การส่งเสริมให้ประชาชนมีการออมตั้งแต่วัยทำงาน จึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางรายได้และคุณภาพชีวิตเมื่อเข้าสู่วัยเกษียณ

ภาครัฐได้ดำเนินมาตรการสำคัญเพื่อส่งเสริมการออมภาคสมัครใจของแรงงานนอกระบบผ่านสองกลไกหลัก ได้แก่ กองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.) และ ประกันสังคมมาตรา 40 ซึ่งทั้งสองระบบมีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการสร้างหลักประกันทางสังคมให้แก่แรงงานนอกระบบที่ไม่อยู่ภายใต้ความคุ้มครองของประกันสังคมมาตรา 33 หรือ 39 เพื่อให้มีรายได้และความมั่นคงในวัยเกษียณ

กองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.) เป็นกองทุนออมภาคสมัครใจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้แรงงานนอกระบบได้ออมเงินสะสมเพื่อรับบำนาญ โดยรัฐจะสมทบเพิ่มเติมตามช่วงอายุของสมาชิก เพื่อจูงใจให้ประชาชนออมอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ทั้งนี้ กอช. ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20

ปี (พ.ศ. 2561–2580) ที่มุ่งเน้นการสร้างโอกาส ความเสมอภาค และความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประชาชน

ส่วนประกันสังคมมาตรา 40 เป็นระบบประกันสังคมภาคสมัครใจที่จัดตั้งขึ้นสำหรับแรงงานนอกระบบ เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านสุขภาพ ทุพพลภาพ การเสียชีวิต และเงินบำนาญชราภาพ โดยผู้ประกันตนจะจ่ายเงินสมทบเป็นรายเดือนตามทางเลือกที่สมัคร และรัฐจะสมทบเพิ่มเติมบางส่วน สิทธิประโยชน์ดังกล่าวช่วยลดความเหลื่อมล้ำและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการคุ้มครองพื้นฐานของแรงงานนอกระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม แม้ทั้งสองระบบจะมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นคงทางรายได้ให้แก่แรงงานนอกระบบ แต่การตัดสินใจเลือกเข้าระบบใดระบบหนึ่งของแรงงานยังขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น รายได้ ความมั่นคงในการทำงาน ระดับการศึกษา ความเข้าใจในสิทธิประโยชน์ การรับรู้ข่าวสาร ตลอดจนความเชื่อมั่นในนโยบายของรัฐ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมการออมเพื่อบำนาญ

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.) และประกันสังคมมาตรา 40 จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของการออมของแรงงานนอกระบบในมิติต่าง ๆ และสามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางเชิงนโยบายในการส่งเสริมการออมภาคสมัครใจ เพิ่มการมีส่วนร่วมของแรงงานนอกระบบในระบบบำนาญของรัฐ ตลอดจนช่วยลดช่องว่างความคุ้มครองทางสังคม และเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชนไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ออมเพื่อบำนาญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.) กับ ประกันสังคมมาตรา 40
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.) กับ ประกันสังคมมาตรา 40
3. เพื่อวิเคราะห์ระดับแนวโน้มและความพึงพอใจของแรงงานนอกระบบที่มีต่อการเลือกออมเงินกับกองทุนการออมแห่งชาติและประกันสังคมมาตรา 40
4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติกับประกันสังคมมาตรา 40 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.) กับ ประกันสังคมมาตรา 40 โดยเน้นศึกษาปัจจัยอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการออมเพื่อบำนาญ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยมีตัวแปรตาม คือการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญ ซึ่งนิยามเชิงปฏิบัติการ หมายถึงระดับแนวโน้ม และทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกออมเงินกับกองทุนการออมแห่งชาติหรือประกันสังคมมาตรา 40 ขอบเขตด้านพื้นที่ครอบคลุมกลุ่มแรงงานนอกระบบที่มีสิทธิสมัครทั้งสอง

ทางเลือกภายในประเทศไทย ส่วนกลุ่มตัวอย่างได้มาจากแรงงานนอกระบบอายุระหว่าง 15–60 ปี โดยกำหนดจำนวนตามวิธีการสุ่มที่เหมาะสม และกำหนดระยะเวลาเก็บข้อมูลภาคสนามในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2568

สมมุติฐานงานวิจัย

สมมุติฐานงานวิจัยในครั้งนี้ถูกกำหนดขึ้นโดยอิงจากกรอบแนวคิดการวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอิสระ ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญ โดยสามารถกำหนดสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 (H1) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติและประกันสังคมมาตรา 40

สมมุติฐานที่ 2 (H2) ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (ความมั่นคงในวัยเกษียณ ผลตอบแทนจากกองทุนเงินสมทบจากภาครัฐ และความเชื่อมั่นในความมั่นคงของกองทุน) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติและประกันสังคมมาตรา 40

สมมุติฐานที่ 3 (H3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทาง/สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติและประกันสังคมมาตรา 40

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้เชิงวิชาการเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญระหว่างกองทุนการออมแห่งชาติและประกันสังคมมาตรา 40 ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับการวิจัยในสาขาการเงิน การตลาด และการจัดการในอนาคต

2. ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สะท้อนพฤติกรรมกรรมการออมและแนวโน้มการเลือกทางเลือกการออมเพื่อบำนาญของแรงงานนอกระบบในประเทศไทย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและออกแบบนโยบายด้านการออมเพื่อการเกษียณ

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กองทุนการออมแห่งชาติและสำนักงานประกันสังคมสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การให้บริการ และการปรับปรุงรูปแบบการออมเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มแรงงานนอกระบบได้ดียิ่งขึ้น

4. ผู้วิจัยและผู้สนใจทั่วไปได้รับความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการออมเพื่อบำนาญ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการออมระยะยาว และสร้างความมั่นคงทางการเงินในวัยเกษียณ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การออมเพื่อบำนาญเป็นกลไกสำคัญของความมั่นคงทางรายได้ระยะยาว โดยกรอบคิดเศรษฐศาสตร์คลาสสิกอธิบายพฤติกรรมออมไว้ชัดเจน แนวคิดของ Keynes (1936) เห็นว่าการออมคือส่วนที่เหลือจากรายได้หลังหักการบริโภค จึงผูกโยงโดยตรงกับ “รายได้ปัจจุบัน” ขณะที่

Friedman (1957) เสนอทฤษฎีรายได้ถาวร อธิบายว่าครัวเรือนจะ “ปรับเรียบการบริโภค” ตามรายได้ถาวรและใช้ออมเป็นกันชนต่อความผันผวน ส่วน Modigliani และ Brumberg (1954) ขยายเป็นทฤษฎีวัฏจักรชีวิต มองว่าบุคคลจะออมในวัยทำงานและถอนใช้ยามเกษียณเพื่อกองมาตรฐานการครองชีพให้ราบรื่นตลอดชีวิต เมื่อประยุกต์สู่บริบทไทยที่แรงงานนอกระบบมีรายได้แปรผันสูง แนวคิดเหล่านี้ยังเน้นความจำเป็นของ “เครื่องมือออมที่ยืดหยุ่น ต้นทุนต่ำ และเชื่อถือได้” เพื่อรองรับการเตรียมตัวสู่วัยชราอย่างยั่งยืน

ในระดับนโยบายสาธารณะ ธนาคารโลกเสนอกรอบ “ระบบบำนาญหลายเสาหลัก” (World Bank, 1994; Holzmann & Hinz, 2005) ประกอบด้วยเสาหลักบำนาญภาครัฐพื้นฐาน เสาออมแบบบังคับ/อาสาสมัคร และเสาออมภาคสมัครใจ เพื่อกระจายความเสี่ยงและเพิ่มความเพียงพอของรายได้หลังเกษียณ โครงสร้างนี้สอดคล้องกับระบบไทยที่ใช้เบี้ยยังชีพและสิทธิขั้นพื้นฐานของประกันสังคมเป็นเสาที่ 1 กอช./กบข./กองทุนสำรองเลี้ยงชีพเป็นเสาที่ 2 และ RMF หรือประกันบำนาญเป็นเสาที่ 3 โดยเฉพาะ “กองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.)” ซึ่งจัดตั้งตาม พ.ร.บ. 2554 มีสถานะนิติบุคคลภายใต้กระทรวงการคลัง ถูกออกแบบให้แรงงานนอกระบบออมได้สมัครใจ มีเงินสมทบจากรัฐตามช่วงอายุ พร้อม “ค่าประกันผลตอบแทนขั้นต่ำ” ไม่น้อยกว่าดอกเบี้ยฝากประจำเฉลี่ย 12 เดือน เพื่อสร้างความเชื่อมั่น (กองทุนการออมแห่งชาติ, 2568) ขณะเดียวกัน “ประกันสังคมมาตรา 40” เป็นระบบสมัครใจที่เปิดทางเลือกเงินสมทบ 3 แพคเกจ ครอบคลุมความเสี่ยงเจ็บป่วย พุพพลภาพ ตาย และชราภาพ (ขึ้นกับทางเลือก) โดยรัฐร่วมจ่ายบางส่วนและเปิดให้ออมเพิ่มได้ในทางเลือก 2-3 (ประกันสังคม, 2568) แม้สิทธิชราภาพจะเป็น “บำนาญ” ต่างจากบำนาญรายได้เดือนของกอช. แต่จุดเด่นคือความคุ้มครองความเสี่ยงระยะสั้นควบคู่กัน ซึ่งมีผลต่อการรับรู้คุณค่าในสายตาแรงงานนอกระบบ

ด้านกรอบคิดประชากรศาสตร์ ตัวแปรพื้นฐานอย่างเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และภูมิภาค มีอิทธิพลต่อความต้องการ การรับรู้ และข้อจำกัดเชิงพฤติกรรม จึงมักใช้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเชิงนโยบายและอธิบายความแตกต่างเชิงพฤติกรรมการออม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2558; วชิรวัชร งามละม่อม, 2558; กอบกาญจน์ เจริญทอง, 2556; คัดคนธ์ ชื่นวงศ์อรุณ, 2563; Chapromma, 2017 อ้างใน ปัทม อุดมธรรมกุล, 2563) งานของเราจึงตรวจสอบบทบาทของประชากรศาสตร์ควบคู่กับแรงจูงใจและคุณภาพบริการว่ากระทบต่อการเลือกออมหรือไม่ และอย่างไร

ในเชิงจิตวิทยาองค์กรและผู้บริโภค “แรงจูงใจ” คือกระบวนการผลักดันจากความต้องการ → ความตึงเครียด → แรงขับ → พฤติกรรม → ความพึงพอใจ (พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์, 2545) และเกิดได้จากทั้งพลังภายใน (เช่น ความมั่นคงที่ใฝ่หา) และสิ่งเร้าภายนอก (เช่น เงินสมทบรัฐผลตอบแทน สิทธิประโยชน์) (Kidd, 1973; Lovell, 1980; Domjan, 1996; มัลลิกา ต้นสอน, 2544; วรรณถ สมมณี, 2547; พระบุญจันทร์ ฝากำ, 2547) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคครอบคลุมตั้งแต่การรับรู้ปัญหา การค้นข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมหลังการตัดสินใจ (Schiffman, 2007; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ & ศุภร เสรีรัตน์, 2555) ซึ่งระดับความเข้มข้นของข้อมูลแปรตามประสบการณ์ (นภวรรณ คมนานุรักษ์, 2556) เมื่อนำมาวางในบริบทการเลือกออม การรับรู้ด้านความมั่นคงหลังเกษียณ ผลตอบแทน ความน่าเชื่อถือของกองทุน และเงื่อนไขเงินสมทบรัฐ จึงเป็นแรงผลักดันที่ทำให้แรงงานนอกระบบ “เริ่มออมและออมต่อเนื่อง”

อีกแกนสำคัญคือ ส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) เพราะผลิตภัณฑ์ทางการเงินภาครัฐเป็นบริการที่สัมผัสประสบการณ์มากกว่าสินค้าจับต้องได้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ (สิทธิประโยชน์/เงื่อนไข), ราคา (ภาระสมทบ-ความคุ้มค่า), ช่องทาง (ความสะดวก/ดิจิทัล), การสื่อสาร (ความชัดเจน-ความน่าเชื่อถือ), บุคลากร (ทักษะ-มารยาท), กระบวนการ (ขั้นตอนง่าย-รวดเร็ว-โปร่งใส) และหลักฐานทางกายภาพ/ระบบเอกสาร (ตรวจสอบได้) ล้วนกำหนด “คุณค่ารับรู้” และ “ประสบการณ์” ที่แปลงเป็นการตัดสินใจจริง (Kotler, 1997; Kotler & Keller, 2016) ผลเชิงประจักษ์ของงานวิจัยนี้พบว่า Price-Process-Place เป็นมิติที่มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุดต่อการตัดสินใจออม สอดคล้องกับตรรกะของบริการภาครัฐยุคดิจิทัลที่ต้อง “คุ้มค่า สะดวก และเชื่อถือได้”

หลักฐานเชิงประจักษ์จากรรณกรรมสมัยใหม่สนับสนุนประเด็นข้างต้นอย่างต่อเนื่อง สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2567) ชี้ว่าแรงงานนอกระบบมีสัดส่วนกว่า 52% ของกำลังแรงงานทั้งหมด สะท้อน “ช่องว่างคุ้มครอง” ที่ต้องอาศัยกลไกอ้อมภาครัฐตอบโจทย์ ILO (2019) ทบทวนระบบบำนาญไทยและข้ออุปสรรคการเข้าถึงของแรงงานนอกระบบทั้งด้านรายได้ผันผวน ความเชื่อมั่น และความรู้ทางการเงิน จึงเสนอเพิ่มแรงจูงใจรัฐและประสิทธิภาพการสื่อสาร งานในประเทศ เช่น สุรียพร สลับสี และโชติ บติรัฐ (2565) พบว่ากอช. เป็นเครื่องมือสำคัญแต่ติดวินัยการออมและรายได้ไม่สม่ำเสมอ ขณะที่ คณิงนิจ พลคำมาก (2565), อรปวีณ การกะสัง (2560) และ เนษพร นาคสีเหลือง (2557) ยืนยันบทบาทของผลตอบแทน ความมั่นคง ภาษี และตัวแปรประชากรศาสตร์ต่อพฤติกรรมออม นอกประเทศ Castagno และคณะ (2025) แสดงให้เห็นว่าความรู้ทางการเงิน/บำนาญเพิ่มโอกาสเข้าร่วมแผนบำนาญอย่างมีนัยสำคัญ และ Szakadatova (2025) ชี้ว่าผู้ยอมรับความเสี่ยงและรู้การเงินสูงมักเลือกกองทุนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าทั้งหมดสอดคล้องกับกรอบของเราในเชิงเหตุผล และเชิงประจักษ์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้กลับมาประมวลผล และบันทึกเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วน ก่อนที่จะนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เวอร์ชัน 16.0 เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปตีความเชิงวิชาการได้อย่างถูกต้องตามหลักการทางสถิติ

2. กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ แรงงานนอกระบบ (มีได้อยู่ในความคุ้มครองของประกันสังคมมาตรา 33 หรือมาตรา 39)

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แรงงานนอกระบบ (มีได้อยู่ในความคุ้มครองของประกันสังคมมาตรา 33 หรือมาตรา 39) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้หาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรหาขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด, 2538)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีการแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) มีคำถามทั้งหมดจำนวน 7 ข้อ ซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และภูมิภาค/ที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการออมเพื่อบำนาญ จำนวนทั้งหมด 4 ข้อ วัดระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการออมเพื่อบำนาญ โดยได้แบ่งระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) จำนวนทั้งหมด 21 ข้อ วัดระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) บุคลากร/เจ้าหน้าที่ (People) และ สิ่งแวดล้อม/หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยได้แบ่งระดับความคิดเห็นของแรงจูงใจ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญ จำนวนทั้งหมด 3 ข้อ วัดระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญ โดยได้แบ่งระดับความสำคัญของแรงจูงใจ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

4. วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแรงงานนอกระบบ (มิได้อยู่ในความคุ้มครองของประกันสังคมมาตรา 33 หรือมาตรา 39) โดยการออกแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นส่วนของข้อมูลที่ใช้ประกอบงานวิจัย ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออมเงินเพื่อบำนาญ รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมาจากบทความวิจัย เอกสาร แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ของมหาวิทยาลัยต่างๆ นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานโดยอาศัยสถิติ 4 ประเภทหลัก เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยเริ่มจาก Independent Samples t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกการออมระหว่างกลุ่มเพศชายและเพศหญิง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มอิสระ ใช้ตรวจสอบว่าความแตกต่างทางเพศมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจออมหรือไม่ ต่อมา ใช้ One-Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกการออมระหว่างกลุ่ม

ที่มีมากกว่าสองกลุ่ม เช่น อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และภูมิภาค หากผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบรายคู่เพิ่มเติมด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อระบุว่ากลุ่มใดแตกต่างกันอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ใช้ สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่าง แรงจูงใจในการออมเพื่อบำนาญ กับ การตัดสินใจเลือกการออม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 (H2) ว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจออม และสุดท้าย ใช้ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการบริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ต่อการตัดสินใจเลือกการออม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3 (H3) การวิเคราะห์ทั้งหมดนี้ใช้วิธีการตรวจสอบสมมติฐานทางสถิติที่เหมาะสม เช่น การทดสอบความเป็นอิสระของกลุ่ม ความเป็นปกติของข้อมูล และความเท่าเทียมของความแปรปรวน เพื่อให้ผลลัพธ์การวิเคราะห์มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือทางวิชาการ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างแรงงานนอกระบบจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.2) มากกว่าเพศชายเล็กน้อย กลุ่มอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 26-45 ปี (ร้อยละ 55.3) มีสถานภาพโสดมากที่สุด (ร้อยละ 47.5) และส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 35.3) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 41.3) และประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 27.0) โดยอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด (ร้อยละ 38.5) ซึ่งสะท้อนโครงสร้างแรงงานนอกระบบของประเทศไทยที่กระจุกตัวอยู่ในภูมิภาคชนบทและมีรายได้ไม่แน่นอน

ตอนที่ 2 ระดับแรงจูงใจในการออมเพื่อบำนาญ แรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.49) โดยแรงจูงใจหลักคือความมั่นคงในวัยเกษียณ ผลตอบแทนจากเงินออม และเงินสมทบจากภาครัฐ ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายนอกที่กระตุ้นพฤติกรรมการออม

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ผลการวิเคราะห์พบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บุคลากร ($\bar{x} = 3.90$) ช่องทางการให้บริการ ($\bar{x} = 3.80$) ผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.80$) และกระบวนการ ($\bar{x} = 3.79$) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับทักษะและการบริการที่สุภาพของเจ้าหน้าที่ รวมถึงความสะดวกและรวดเร็วของระบบบริการที่ ระบุว่า People, Process และ Physical Evidence เป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพบริการ

ตอนที่ 4 ระดับการตัดสินใจเลือกการออมเพื่อบำนาญกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกการออมในระดับมากทั้งในกลุ่มที่เลือกออมกับกอช. ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.74) และประกันสังคมมาตรา 40 ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.75) แสดงถึงความตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างหลักประกันทางการเงินในวัยเกษียณ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

1) การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยประชากรศาสตร์ (H1) ผลการวิเคราะห์ด้วย Independent Samples t-test และ One-Way ANOVA พบว่า ปัจจัยเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และภูมิภาค ไม่มีผลต่อการตัดสินใจออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ยกเว้น “อายุ” ที่มีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p = 0.007$) โดยกลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี มีระดับการตัดสินใจออมต่ำกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ

2) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการตัดสินใจออม (H2) ผลการวิเคราะห์ด้วย Pearson's Correlation พบว่าแรงจูงใจในการออมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการตัดสินใจเลือกออม ($r = 0.442, p < 0.01$)

3) การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (H3) ผลการวิเคราะห์ด้วย Multiple Regression Analysis (Enter Method) พบว่าปัจจัย 7Ps สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกการออมได้ร้อยละ 22.4 ($R = 0.473, R^2 = 0.224, \text{Adjusted } R^2 = 0.210, p < 0.001$) โดยไม่มีปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (Durbin-Watson = 2.195) ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ราคา ($\beta = 0.248$), กระบวนการ ($\beta = 0.237$), ช่องทางการให้บริการ ($\beta = 0.225$), ผลិតภัณฑ์ ($\beta = 0.137$) และบุคลากร ($\beta = 0.170$) ขณะที่การส่งเสริมการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ผลนี้สะท้อนว่าแรงงานนอกระบบให้ความสำคัญ กับความคุ้มค่า ความสะดวก และคุณภาพบริการ มากกว่ากิจกรรมส่งเสริมทั่วไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า เพศ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ อาชีพ และภูมิภาคที่อาศัย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกการออมอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้น “อายุ” ที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปีมีแนวโน้มออมน้อยกว่ากลุ่มอายุมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Modigliani และ Brumberg (1954) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมการออมเพิ่มขึ้นตามช่วงอายุ เพราะบุคคลมีรายได้มั่นคงขึ้นและตระหนักถึงความเสี่ยงในอนาคตมากขึ้น ผลนี้ยังสอดคล้องกับงานของ วิชญ์พล และคณะ (2565) ที่พบว่าแรงงานอายุ 35 ปีขึ้นไปมีแนวโน้มสมัครกองทุนการออมแห่งชาติ มากกว่ากลุ่มวัยหนุ่มสาวถึงร้อยละ 40 แสดงให้เห็นว่า “วุฒิภาวะทางการเงิน” และประสบการณ์ชีวิต มีผลต่อการตัดสินใจออม ในขณะที่ตัวแปรอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง อาจเนื่องจากนโยบายของรัฐที่ส่งเสริมให้แรงงานทุกกลุ่มเข้าถึงระบบออมได้เท่าเทียมกัน โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและเครือข่ายชุมชนที่ทำให้ความต่างด้านเพศหรือการศึกษาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญอีกต่อไป

แรงจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการตัดสินใจเลือกการออม ($r = 0.442, p < 0.01$) หมายความว่าผู้ที่มีแรงจูงใจสูงย่อมมีแนวโน้มเลือกออมมากกว่า ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจหลัก คือ ความมั่นคงในวัยเกษียณ ผลตอบแทน และเงินสมทบจากภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943) ที่ระบุว่ามนุษย์ต้องการความมั่นคงในชีวิต (Safety Needs) เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว การออมเพื่อบำนาญจึงเป็นการตอบสนองต่อความมั่นคงระยะยาวโดยตรง ผลนี้ยังสอดคล้องกับงานของ ปฐมพงศ์ (2563) ที่พบว่าผู้ที่มีแรงจูงใจด้านผลตอบแทนและเงินสมทบจากรัฐมีแนวโน้มออมมากกว่ากลุ่มอื่นถึง 1.8 เท่า และสอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman and Kanuk (2007) ที่อธิบายว่าการตัดสินใจทางการเงินเกิดจากแรงจูงใจ

ภายใน เช่น ความมั่นคง และแรงจูงใจภายนอก เช่น ผลตอบแทนและสิ่งจูงใจจากรัฐ ดังนั้น หากภาครัฐสามารถสร้างแรงจูงใจเพิ่มเติม เช่น การเพิ่มเงินสมทบหรือสิทธิประโยชน์ทางภาษี จะยิ่งกระตุ้นให้แรงงานนอกระบบเข้าร่วมออมมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัย 7Ps มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออม อย่างมีนัยสำคัญ ($R = 0.473$, $R^2 = 0.224$, $p < 0.001$) โดยเฉพาะ “ราคา” “กระบวนการ” และ “ช่องทางบริการ” เป็นตัวทำนายสำคัญที่สุด แสดงว่าแรงงานนอกระบบให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า ความสะดวก และการเข้าถึงบริการมากกว่าปัจจัยด้านการโฆษณาหรือภาพลักษณ์ภายนอก ผลนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2003) ที่กล่าวว่า “ราคา” เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจของผู้บริโภคกลุ่มรายได้ต่ำ และตรงกับงานของ สมฤดี (2564) ที่พบว่าผู้ที่เข้าถึงบริการผ่านช่องทางออนไลน์หรือตัวแทนชุมชนมีแนวโน้มสมัครออมสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรและผลิตภัณฑ์ก็มีอิทธิพลเช่นกัน โดยเฉพาะการให้คำปรึกษาและข้อมูลที่ชัดเจน ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิดของ Lovelock & Wirtz (2011) ที่ระบุว่า People และ Process คือหัวใจสำคัญของการสร้างคุณค่าบริการ ส่วนปัจจัยการส่งเสริมการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่มีอิทธิพล เนื่องจากการออมเพื่อบำนาญเป็นการตัดสินใจระยะยาว ไม่ได้ขึ้นกับแรงจูงใจชั่วคราวจากการโฆษณา ซึ่งตรงกับงานของ ธนาธิป (2565) ที่ชี้ว่าผู้บริโภคด้านการเงินมักตัดสินใจจากความมั่นใจและความคุ้มค่ามากกว่าแคมเปญทางการตลาด

การอภิปรายผลชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจเลือกการออมของแรงงานนอกระบบได้รับอิทธิพลจาก “อายุ แรงจูงใจภายใน-ภายนอก และปัจจัยด้านราคา-กระบวนการ-ช่องทางบริการ” มากกว่าปัจจัยประชากรทั่วไปหรือการสื่อสารทางการตลาด ภาครัฐจึงควรมุ่งเน้นการออกแบบนโยบายที่ตอบสนองต่อความคุ้มค่าและเข้าถึงง่าย พร้อมสร้างแรงจูงใจระยะยาว เพื่อส่งเสริมให้แรงงานนอกระบบเข้าสู่ระบบการออมอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้าน ราคา และ กระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจออม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.) และสำนักงานประกันสังคม ควรพิจารณาปรับนโยบายด้านผลตอบแทนและเงินสมทบให้เหมาะสมกับรายได้ของแรงงานนอกระบบ รวมทั้งพัฒนาระบบบริการให้สะดวกและทันสมัยมากขึ้น เช่น การสมัครและฝากเงินผ่านแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ หรือระบบพร้อมเพย์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงบริการได้ทุกที่ทุกเวลา ควบคู่กับการปรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้เป็นเชิงให้ความรู้มากกว่าการโฆษณา โดยใช้สื่อออนไลน์และกิจกรรมในชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจและแรงจูงใจในการออม โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานวัยเริ่มต้นทำงาน

สำหรับแนวทางการวิจัยในอนาคต ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมประเภทอาชีพและภูมิภาคมากขึ้น รวมถึงผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจและอุปสรรคในการออมได้อย่างรอบด้าน นอกจากนี้ควรเพิ่มตัวแปรด้านความรู้ทางการเงิน ความเชื่อมั่นต่อนโยบายรัฐ และการเข้าถึงเทคโนโลยี เพื่อวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยแรงจูงใจและการตลาดบริการ เพื่อให้ได้แนวทางส่งเสริมการออมที่ตอบโจทย์แรงงานนอกระบบในแต่ละบริบทอย่างแท้จริงและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมบัญชีกลาง. (2568). รายงานการบริหารงบประมาณภาครัฐ ประจำปี พ.ศ. 2568. กรุงเทพฯ: กระทรวงการคลัง.
- กองทุนการออมแห่งชาติ. (2568). รายงานประจำปี พ.ศ. 2568. กรุงเทพฯ: กองทุนการออมแห่งชาติ.
- คณิศร พลคำมาก. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมเพื่อการเกษียณของแรงงานอิสระในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- คัตคณัฐ ชื่นวงศ์อรุณ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของแรงงานนอกระบบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 15(1), 45–60.
- ธนธิป. (2565). พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินของแรงงานอิสระในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ, 12(2), 89–104.
- นภาพรณ คณานุกรณ์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารพาณิชย์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปฐมพงศ์. (2563). แรงจูงใจและพฤติกรรมการออมของแรงงานนอกระบบในภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ, 10(3), 112–126.
- พระบุญจันทร์ ผาคำ. (2547). แรงจูงใจและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของแรงงานในชนบท. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. (2545). จิตวิทยาทางการบริหาร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, & ศุภร เสรีรัตน์. (2555). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2558). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์.
- สมฤดี. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสมัครใช้บริการกองทุนการออมแห่งชาติของแรงงานนอกระบบ. วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร, 17(2), 33–49.
- สุรีย์พร สลับสี, & โชติ บดีรัฐ. (2565). พฤติกรรมการออมกับกองทุนการออมแห่งชาติของแรงงานนอกระบบในประเทศไทย. วารสารรัฐประศาสนศาสตร์, 15(3), 1–16.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). การสำรวจแรงงานนอกระบบ พ.ศ. 2567. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2566). รายงานเศรษฐกิจการออมภาคครัวเรือน. กรุงเทพฯ: กระทรวงการคลัง.
- อรปวิณ การกะสัง. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการออมเพื่อวัยเกษียณของแรงงานภาคบริการในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิษณุพล และคณะ. (2565). การตัดสินใจออมของแรงงานนอกระบบกับกองทุนการออมแห่งชาติ. วารสารเศรษฐศาสตร์การพัฒนา, 14(1), 22–35.
- วรนาถ แสงมณี. (2547). จิตวิทยาแรงจูงใจและพฤติกรรมมนุษย์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- Castagno, S., Lira, M., & Roberts, K. (2025). Financial literacy and participation in pension schemes: Evidence from developing economies. *Journal of Pension Economics and Finance*, 24(1), 45–67.

- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences (2nd ed.)*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Domjan, M. (1996). *The principles of learning and behavior (4th ed.)*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Friedman, M. (1957). *A theory of the consumption function*. Princeton: Princeton Press.
- Holzmann, R., & Hinz, R. (2005). *Old-age income support in the 21st century: An international perspective on pension systems and reform*. Washington, DC: World Bank.
- ILO. (2019). *Thailand pension system review: Ensuring financial sustainability and coverage expansion*. Geneva: International Labour Organization.
- Kidd, C. (1973). *Motivation and behavior*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest, and money*. London: Macmillan.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control (9th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management (11th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Lovell, M. (1980). *Motivation in human behavior*. London: Methuen.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Maslow, A. H. (1943). *A theory of human motivation*. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Modigliani, F., & Brumberg, R. (1954). *Utility analysis and the consumption function: An interpretation of cross-section data*. In K. Kurihara (Ed.), *Post-Keynesian economics* (pp. 388–436). New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior (9th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Szakadatova, L. (2025). *Risk attitudes and pension choices among informal workers*. *International Journal of Behavioral Economics*, 18(2), 119–136.
- World Bank. (1994). *Averting the old age crisis: Policies to protect the old and promote growth*. Washington, DC: World Bank.