ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี

โดย
นางสาวชไมพร อุปะ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี

โดย
นางสาวชไมพร อุปะ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

FACTORS AFFECTING DECISION MAKING OF SELF-EMPLOYED TO BE INSURED UNDER SECTION 40 OF THE SOCIAL SECURITY ACTCASE STUDY : RATCHABURI PROVINCE

By

MISS Chamaiporn UPA

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2021

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี
โดย	ชไมพร อุปะ
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร. กฤษฎา พรประภา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.กฤษฎา พรประภา)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี ขุนทองจันทร์)

61602337 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
คำสำคัญ : ผู้ประกันตนตามมาตรา 40, การรับรู้, ส่วนประสมทางการตลาด

นางสาว ชไมพร อุปะ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระกรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : อาจารย์ ดร. กฤษฎา พรประภา

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี โดยวิธีการศึกษาแบ่งออกเป็น (1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตัดสินใจเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 (2) ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 (3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกับประกันสังคม มาตรา 40 (4) ศึกษาการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน (ร้อยละ 61.75) อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 197 คน (ร้อยละ 49.25) มีสถานภาพสมรส จำนวน 25 คน (ร้อยละ 62.50) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 222 คน (ร้อยละ 55.50) มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 158 คน (ร้อยละ 39.50) มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 246 คน (ร้อยละ 61.50) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท จำนวน 188 คน (ร้อยละ 47.00) (2) ผู้ประกันตนมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทุกช่องทางอยู่ที่ระดับมาก โดยผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทางเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ญาติ อยู่ในระดับมากที่สุด (3) ผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรีมีการรับรู้เรื่องส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมาก โดยส่วนประสมทางการตลาดด้านเงื่อนไขและขั้นตอนการทำประกันสังคม มาตรา 40 ไม่ยุ่งยากและซับซ้อนระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด (4) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ประกอบด้วย เพศ และอาชีพ ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับการประกันสังคม มาตรา 40 มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระทุกด้าน ประกอบด้วย ช่องทางสื่อออฟไลน์ ช่องทางสื่อออนไลน์ ช่องทางเจ้าหน้าที่ประกันสังคม และช่องทางเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ญาติ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

มหาวิทยาลัยศิลปากร

61602337 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)
Keyword : : Insurer with Section 40, Perception, Marketing Mix

MISS CHAMAIPORN UPA : FACTORS AFFECTING DECISION MAKING OF SELF-EMPLOYED TO BE INSURED UNDER SECTION 40 OF THE SOCIAL SECURITY ACTCASE STUDY : RATCHABURI PROVINCE THESIS ADVISOR : KRISADA PORNPRAPA

The objective of this research is to study the decision to become an insurer under Section 40 of the self-employed in Ratchaburi Province. There are 3 steps of study, viz. (1) study demographic characteristics of Section 40. (2) study on Section 40. (3) study of the marketing factors that affect Section 40. (4) study the decision to become an insurer, Section 40.

The result of this study revealed that (1) Personal factors of the 400 respondents, mainly 247 female (61.75 percent), are aged between 31-40 years old, 197 people (49.25 percent)., had marital status, 25 people (62.50%), have a bachelor's degree, 222 people (55.50 percent), are employee 158 people (39.50 percent), had three to four family members, 246 people (61.50 percent) and had an average monthly income of 15,000 - 20,000 baht, 188 people (47.00 percent). (2) The insured had a high level of perception about Section 40 of Social Security while the insurer had the highest level of perception about Section 40 of Social Security from friend colleague and relative. (3) Self-employed people in Ratchaburi Province had a high level of awareness of marketing factors. The most effects to the perception are terms and procedures for social security Section 40 which is easy and not complicated. (4) Demographic factors which consist of gender and occupation affect the Social Security Section 40 participation of the self-employed. The perception of Section 40 Social Security is related to the decision to become the Section 40 insured person of all aspects of the self-employed, offline communication, online communication, Social Security Officer, Marketing factors are related to the decision to become an insurer of Section 40 of all self-employed persons which consist of product aspect, price aspect, distribution channel and marketing promotion aspects.

มหาวิทยาลัยศิลปากร

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยการได้รับความช่วยเหลือ และความอนุเคราะห์จากบุคคลเหล่านี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กฤษฎา พรประภา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมทั้งให้ความเอาใจใส่ติดตามผลงานอย่างใกล้ชิด

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต เป็นผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดราชบุรีที่อำนวยความสะดวกผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือให้ข้อมูลการวิจัย โดยการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ และขอขอบคุณเพื่อนทุกคนในการทำการวิจัยครั้งนี้

ชไมพร อุปะ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ฉ

กิตติกรรมประกาศ ..... ช

สารบัญ ..... ฌ

สารบัญตาราง ..... ฏ

สารบัญรูปภาพ ..... ฒ

บทที่ 1 1

บทนำ 1

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย 2

3. สมมติฐานของการวิจัย 2

4. ขอบเขตของการวิจัย 3

5. กรอบแนวคิด 3

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5

7. นิยามศัพท์ 5

บทที่ 2 7

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 7

1. ทฤษฎีประชากรศาสตร์ 7

2. ทฤษฎีการประกันสังคม 9

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 12

4. ทฤษฎีการตัดสินใจ 16

5. การประกันสังคมมาตรา 40 18
6. ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 21
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 24
บทที่ 3 31
วิธีดำเนินการวิจัย 31
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 31
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 32
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ 33
4. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 33
5.การเก็บรวบรวมข้อมูล 34
6. การวิเคราะห์ข้อมูล 34
7. งบประมาณในการดำเนินงาน 37
บทที่ 4 38
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 38
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 39
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 45
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 47
ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 52
ตอนที่ 5 เปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 55
ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 และความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 63
บทที่ 5 67
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 67

สรุปผลการวิจัย 68
อภิปรายผล 77
ข้อเสนอแนะ 79
ภาคผนวก 80
ภาคผนวก ก 81
รายการอ้างอิง 87
ประวัติผู้เขียน 90

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ตารางแสดงระยะเวลาดำเนินงาน 34

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศและอายุ 39

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศและสถานภาพ 40

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ และระดับการศึกษา 41

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ 42

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว 43

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านจำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 44

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) 47

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) 48

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) 49

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) 50

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพรวม 51

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านสมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เมื่อช่วงปี พ.ศ.ใด 52

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก 53

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ/ชักชวนให้เข้าร่วมเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมมาตรา 40 (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)..... 53

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านเหตุผลใดที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 54

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านการใช้สิทธิ์ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกันยายน 2563 55

ตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามเพศ 56

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอายุ 56

ตารางที่ 21 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามสถานภาพ 57

ตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา 58

ตารางที่ 23 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอาชีพ 59

ตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านแบบประกันสังคมที่เลือกที่มีผลการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ... 60

ตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว 61

ตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 62

ตารางที่ 27 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม.. 63

ตารางที่ 28 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก 64

ตารางที่ 29 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม 65

ตารางที่ 30 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก..... 66

มหาวิทยาลัยศิลปากร

สารบัญรูปภาพ

หน้า

No table of figures entries found.

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศในระยะปี 2561 – 2580 รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับแรงงานไทยให้มีคุณภาพ โดยเฉพาะในเรื่องของสิทธิประโยชน์ที่แรงงานควรได้รับการดูแลและคุ้มครองด้วยระบบประกันสังคม รัฐจัดให้มีการขยายขอบข่ายสวัสดิการด้านแรงงานให้มีการคุ้มครองแรงงานทั้งในและนอกระบบอย่างเหมาะสม นโยบายรัฐบาลและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมุ่นเน้นการพัฒนาคน พัฒนาประชากรที่ด้อยโอกาส ให้มีความมั่นคงในชีวิตได้รับความคุ้มครองทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม รัฐจัดบริการทางสังคมให้ทุกคนตามสิทธิขั้นพื้นฐาน และพัฒนาระบบสวัสดิการทางสังคมให้มีคุณภาพ รัฐพัฒนาระบบฐานข้อมูลในการคุ้มครองทางสังคมให้ครอบคลุมประชาชนทุกคนตามสิทธิและสามารถเข้าถึงบริการอย่างมีประสิทธิภาพ รัฐมุ่งสู่การพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน และความอยู่เย็นเป็นสุขของคนไทยทุกคน (สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน, 2562)

ผลสำรวจแรงงานนอกระบบ ปี 2562 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีผู้ทำงานที่ไม่ได้รับความคุ้มครองและไม่มีหลักประกันทางสังคมจากการทำงาน หรือที่เรียกว่า “แรงงานนอกระบบ” จำนวนมากถึง 21.2 ล้านคน หรือร้อยละ 55.3 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) ส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่อยู่ในภาคเกษตรกรรม รับจ้างทั่วไป ประกอบอาชีพอิสระ แรงงานส่วนนี้มีเพียงร้อยละ 15 ที่เข้าถึงระบบความคุ้มครองประกันสังคมมาตรา 40 และยังมีแรงงานนอกระบบอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ได้ตัดสินใจสมัครเข้าเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 (สุทธิ สุโกศล, 2558)

สำนักงานประกันสังคม ได้เปิดโอกาสให้แรงงานนอกระบบและผู้ประกอบอาชีพอิสระได้เข้าสู่ระบบประกันสังคม เรียกว่า การเป็นผู้ประกันตนโดยสมัครใจตามมาตรา 40 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2554 รัฐมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้แรงงานนอกระบบมีสวัสดิการด้านการประกันสังคมและมีความมั่นคงในชีวิต รัฐจัดโครงการออกหน่วยเคลื่อนที่บริการเบ็ดเสร็จ (SDU : Service Delivery Unit) ไปตามแหล่งชุมชน จุดนัดหมาย และร่วมมือกับเครือข่าย เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อาสาสมัครแรงงานทำการประชาสัมพันธ์หรือนัดหมายกลุ่มแรงงานนอกระบบ รัฐจัดให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานประกันสังคมออกไปชี้แจงทำความเข้าใจและรับสมัครผู้ประกันตนตามมาตรา 40 เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกันตนและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปติดต่อยังหน่วยบริการในเขตเมือง เพราะการเริ่มต้นใหม่สำหรับผู้จะเข้าร่วมโครงการประกันสังคมจึงจำเป็นต้องมีความรู้

ความเข้าใจเรื่องการประกันสังคมอย่างถ่องแท้ รัฐเชื่อว่าการรับรู้ของประชาชนในเรื่องของหลักการประกันสังคม เงื่อนไขการใช้สิทธิ์และการเกิดสิทธิ์ สิทธิประโยชน์ที่จะรับหลังจากเข้ามาเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 เป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ เมื่อเกิดความเข้าใจผู้ประกันตนจะเกิดแรงจูงใจสมัครเข้าเป็นผู้ประกันตน และนำส่งเงินสมทบได้ตามกำหนด ไม่ขาดส่ง ผู้ประกันตนจะเห็นความสำคัญเรื่องการนำส่งเงินสมทบซึ่งเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของตน เพื่อให้ได้ประโยชน์ตอบแทนอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่ศึกษาถึงการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี เนื่องจากการประกันสังคมตามมาตรา 40 เป็นการประกันตนแบบอิสระที่สามารถให้ประชาชนทุกกลุ่ม ทุกอาชีพสามารถทำประกันตน เพื่อคุ้มครองตัวเอง หรือลดความเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายต่อตนเอง ผลจากการวิจัยในครั้งนี้มีเป้าหมายที่จะทำให้แรงงานนอกระบบได้รับการคุ้มครองจากระบบประกันสังคมมากขึ้น และเป็นแนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานขยายความคุ้มครองประกันสังคมสู่แรงงานนอกระบบของสำนักงานประกันสังคมจังหวัดราชบุรีได้อย่างทั่วถึง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตัดสินใจเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี

2.2 ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี

2.3 ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกับประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี

2.4 ศึกษาการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี

3. สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับการประกันสังคม มาตรา 40 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ

4. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยพัฒนา (Research and Development) ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาประชากรที่อยู่ในระบบประกันสังคม มาตรา 40 ของจังหวัดราชบุรี ใน 2 ปัจจัย ดังนี้

1) ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

2) ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 ประกอบด้วย ระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม และแบบประกันสังคมที่เลือก

4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

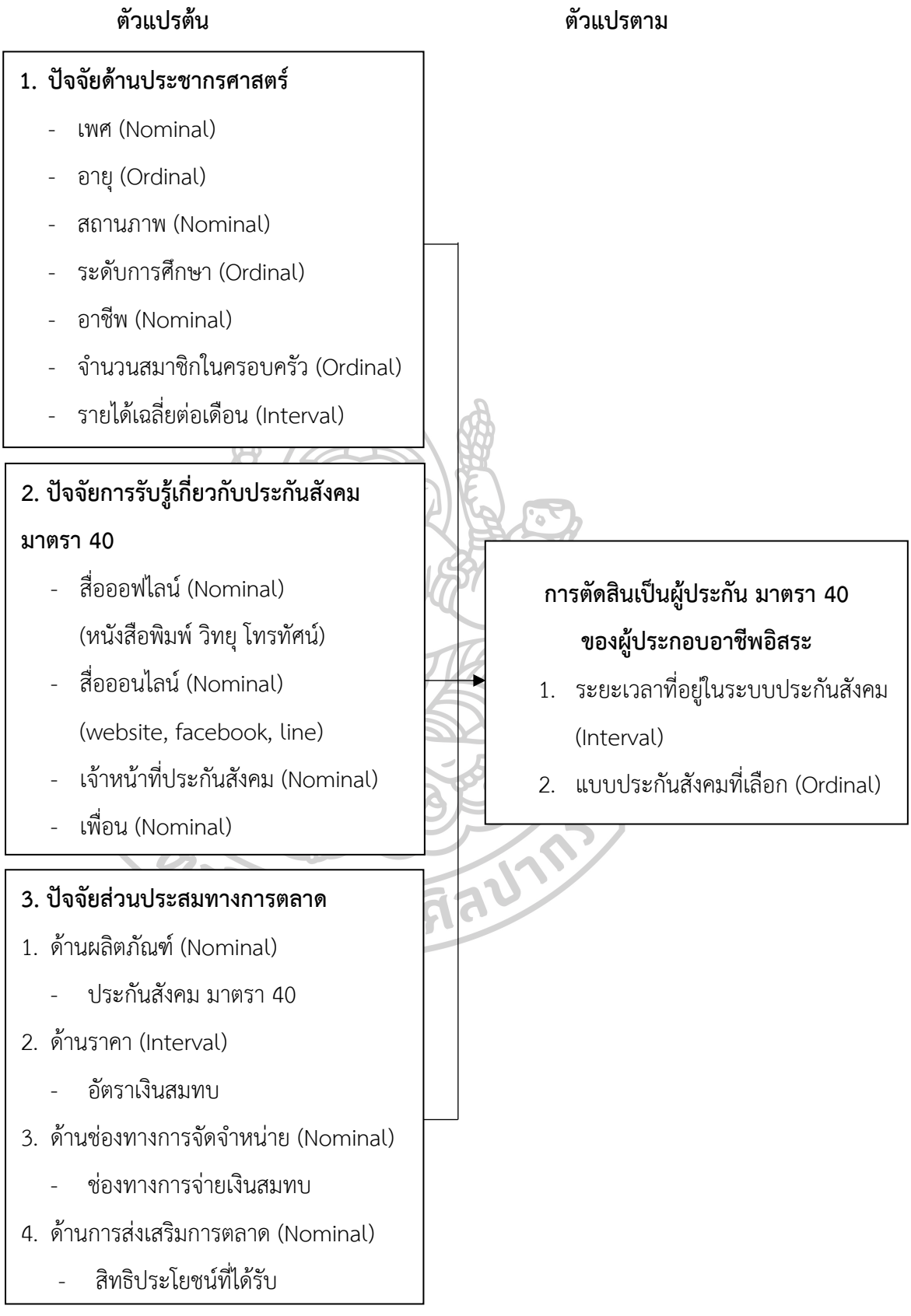
1) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มผู้ประกันตน มาตรา 40 ของจังหวัดราชบุรี จำนวน 13,464 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562)

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ของจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

4.3 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาการศึกษาวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 ถึง ธันวาคม 2563

5. กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ตัวแปรต้นที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่วนตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยสามารถสรุปกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 ของจังหวัดราชบุรี

4.2 ทราบการรับรู้ข่าวสารการประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบการอาชีพอิสระ จังหวัดราชบุรี

4.3 ทราบปัจจัยในการตัดสินใจเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกันตน มาตรา 40 จังหวัดราชบุรี

4.4 เป็นแนวทางในการดำเนินงานขยายความคุ้มครองการประกันสังคมให้ครอบคลุมแรงงานนอกระบบได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

7. นิยามศัพท์

ผู้ประกันตน หมายถึง ผู้ที่จ่ายเงินสมทบอันก่อให้เกิดสิทธิรับประโยชน์ทดแทน

ผู้ประกันตนตามมาตรา 40 หมายถึง ผู้ที่ไม่ใช่ลูกจ้าง ไม่เป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 33 และมาตรา 39 หรือเรียกว่า กลุ่มแรงงานอิสระ

ผู้ประกอบอาชีพอิสระ หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพมีรายได้เป็นของตนเองโดยไม่มีนายจ้างหรือไม่อยู่ในฐานะลูกจ้าง เช่น ค้าขาย ขายอาหาร เครื่องดื่ม ผลไม้ ทำฟาร์ม ทำนา ทำไร่ ทำประมง ฯลฯ

การรับรู้ หมายถึง การรู้สึกหรือระลึกรู้ถึงความหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งนั้นๆ โดยอาศัยความรู้ดั้งเดิม ประสบการณ์เดิมในอดีต และความต้องการของตนเอง

การรับรู้ของผู้ประกันตน หมายถึง ความรู้ของผู้ประกันตนมาตรา 40 เกี่ยวกับการประกันสังคม ในที่นี้หมายถึง

1. หลักการประกันสังคม หมายถึง การเฉลี่ยทุกข์ เฉลี่ยสุขร่วมกัน ระหว่างลูกจ้าง ที่มีรายได้สูง สุขภาพดี กับลูกจ้างที่มีรายได้ต่ำ โดยอัตราการจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม มีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้ประกันตน

2. สิทธิประโยชน์ทดแทน หมายถึง การจ่ายเงินสมทบของผู้ประกันตนมาตรา 40 เข้ากองทุนประกันสังคม เพื่อก่อให้เกิดสิทธิประโยชน์ทดแทนพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542 และพระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์อัตราการจ่ายเงินสมทบประเภทของประโยชน์ทดแทนตลอดจนหลักเกณฑ์และเงื่อนไขแห่งสิทธิการรับผลประโยชน์ทดแทนของบุคคลซึ่งสมัครเป็นผู้ประกันตน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2556

3. ระยะเวลาการจ่ายเงินสมทบ หมายถึง ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542 และพระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์อัตราการจ่ายเงินสมทบ ประเภทของประโยชน์ทดแทนตลอดจนหลักเกณฑ์และเงื่อนไขแห่งสิทธิการรับผลประโยชน์ทดแทนของบุคคลซึ่งสมัครเป็นผู้ประกันตน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2556 ได้กำหนดไว้เพื่อให้เกิดสิทธิประโยชน์เมื่อประสบความเดือดร้อน

4. ประโยชน์ทดแทนที่ได้รับ หมายถึง ประโยชน์ทดแทนตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542 และพระราชกฤษฎีกากำหนด มาตรา 40 ประกอบด้วย กรณี เจ็บป่วย ทุพพลภาพ เสียชีวิต และบำเหน็จชราภาพ

เหตุผลการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการ ขั้นตอน ข้อมูลการหาทางเลือกของผู้ประกันตน เพื่อดำเนินการสมัครเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 และเลือกชุดสิทธิประโยชน์ตามความต้องการของผู้ประกันตนได้อย่างเหมาะสม ดังนี้

1. อัตราเงินสมทบ หมายถึง เงินที่ผู้ประกันตนและรัฐบาลร่วมกันจ่ายสมทบเข้ากองทุน ประกันสังคม เพื่อจ่ายเป็นประโยชน์ทดแทนให้แก่ผู้ประกันตนหรือผู้มีสิทธิรับประโยชน์ทดแทน เมื่อ เกิดเคราะห์ภัยหรือประสบความเดือนร้อน และเข้าเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนด

2. ช่องทางการจ่ายเงิน หมายถึง สถานที่ที่ผู้ประกันตนสามารถนำจ่ายเงินสมทบเข้าสู่กองทุนประกันสังคมตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 และพระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์อัตราการจ่ายเงินสมทบ ประเภทของประโยชน์ทดแทนตลอดจนหลักเกณฑ์และเงื่อนไขแห่งสิทธิการรับผลประโยชน์ทดแทนของบุคคลซึ่งสมัครเป็นผู้ประกันตน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2556

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง ชุดเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ (Product) ประกันสังคมมาตรา 40
- ราคา (Price) อัตราเงินสมทบ
- ช่องทางการจำหน่าย (Place) ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน คือ การตัดสินใจสมัครเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคม จากเหตุผลของแบบประกันสังคมที่เลือก และระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดราชบุรี” ได้นำวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. ทฤษฎีประชากรศาสตร์
2. ทฤษฎีการประกันสังคม
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
4. ทฤษฎีการตัดสินใจ
5. การประกันสังคมแบบสมัครใจ (มาตรา 40)
6. ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีประชากรศาสตร์

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันที่มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558)

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประชากร มีรากฐานของคำศัพท์ ภาษากรีก มาจากคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ที่แปลว่า ประชากร หรือประชาชน และคำว่า “Graphy” หมายถึง “Description” มีความหมายว่า ลักษณะซึ่งการนำคำศัพท์ทั้งสองมารวมกันก็จะได้ความหมายว่า วิชาที่เกี่ยวกับประชากร (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสงค์, 2521 อ้างถึงใน วศิน สันหกรณ์, 2557) นอกจากนี้แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักการเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น แรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น และเมื่อกล่าวถึงประชากรที่แตกต่างกันก็จะนำไปสู่พฤติกรรมและการตัดสินใจที่แตกต่างกันไปด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542)

สุนทรี พัชรพันธ์ (อ้างถึงในธัญญ์ชยา อ่อนคง, 2553 : 13-14) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ว่าบุคคลแต่ละคนนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งลักษณะที่มองเห็นได้จากภายนอกที่บุคคลคนอื่นสามารถมองเห็นได้และลักษณะภายในจิตใจ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สังคม และศาสนา เป็นต้น ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยเหล่านี้จะทำให้ทราบถึงลักษณะส่วนบุคคลได้ชัดเจนขึ้น อีกทั้งคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันก็อาจจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกันเช่นกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2533: 112) ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างระหว่างเพศ ทำให้บุคคลแต่ละคนมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มที่มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายยังมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ บุคคลที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวังมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่มีอายุน้อย เนื่องมาจากบุคคลเหล่านั้นผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะในการใช้สื่อก็มีความแตกต่างกันซึ่งคนที่มีอายุมากกว่ามักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารเชิงสร้างสรรค์ และมีสาระมากกว่า ในขณะที่คนที่มีอายุน้อยเน้นการใช้สื่อเพื่อความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนส่วนใหญ่มีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกัน คนที่ได้รับการศึกษาสูงมักจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและมีความสามารถในการเข้าใจสารได้ดี แต่ในทางกลับกันบุคคลเหล่านี้จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยหรือต่ำ มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ในการรับฟังข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งหากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างก็มักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคลแต่ละบุคคล มีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิกิริยาตอบรับของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะบุคคล

แต่ละบุคคลนั้นมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน มีผลต่อการรับข่าวสารในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่มักจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรเป็นสิ่งที่แสดงถึงความแตกต่างกันของผู้บริโภคในด้านต่างๆ เชน เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางสังคม และศาสนา ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้มีอิทธิพลต่อการรับรูข่าวสารของผู้รับสารทั้งโดยตรงและโดยออม ไม่วาจะเป็นเรื่องความคิด ค่านิยม ความเชื่อ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคลนั้นๆ ด้วย

ปัจจัยอื่นๆ ด้านประชากรนั้นสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อใหเกิดความเขาใจมากขึ้นในการสื่อสารได้โดยมีแนวคิดที่เขาใจถึงความแตกต่างของบุคคลแต่ละกลุมได้รวมไปถึงแนวคิดนี้ยังสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อต่อยอดในประชากรศาสตร์ด้านอื่นๆ ได้อีกเช่นกัน

2. ทฤษฎีการประกันสังคม

2.1 ความเป็นมา

ความพยายามที่จะทำให้การประกันสังคมมีขึ้นเป็นครั้งแรก ได้เกิดขึ้นที่ประเทศเยอรมนี ตั้งแต่ปี 2524 ภายใต้การบริหารประเทศโดยมุขมนตรี Otto Von Bismarck ซึ่งต้องการให้ประชาชนในความปกครองที่เป็นลูกจ้างได้รับบำนาญ โดยนายจ้างและรัฐเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายของการประกันสังคม แต่แนวความคิดนี้ถูกต่อต้านตั้งแต่ครั้งแรก เนื่องจากตัวกฎหมายในขณะนั้นทำให้การประกันสังคมที่จัดขึ้นโดยภาครัฐไม่น่าเชื่อถือ มีผลให้ผู้ใช้แรงงานในระยะแรกไม่เข้าใจและสงสัยจึงปฏิเสธที่จะยอมรับระบบใหม่ที่จะเกิดขึ้น พร้อมกับได้พยายามขยายกองทุนสำหรับการช่วยเหลือคนงานด้วยกันเองออกไปให้มากขึ้น ต่อมาปี 2426 ประเทศเยอรมนีได้ตรากฎหมายประกันสังคมฉบับแรกขึ้นบังคับใช้ เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้างในเรื่องการรักษาพยาบาล ยารักษาโรค และให้ประโยชน์ทดแทนกรณีเจ็บป่วยหากผู้ประกันตนไม่สามารถทำงานได้อันเนื่องมาจากการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นเป็นระยะเวลา 13 สัปดาห์ โดยลูกจ้างที่อยู่ในความคุ้มครองจะต้องมีค่าจ้างหรือรายได้ไม่เกิน 2,000 มาร์คต่อปี และลูกจ้างจะต้องจ่ายเงินสมทบเข้าโครงการด้วย 2 ส่วน ในขณะที่นายจ้างจ่ายเพียง 1 ส่วนของค่าใช้จ่ายทั้งหมด หลังจากนั้นต่อมาอีกหนึ่งปี ในปี 2427 การประกันการประสบอันตรายก็ได้เกิดขึ้น โดยในระยะแรกได้เริ่มใช้กับภาคอุตสาหกรรมก่อน เพื่อให้นายจ้างรับผิดชอบต่อการประสบอันตรายจากการทำงานของลูกจ้าง การประกันประเภทนี้จะให้ความคุ้มครองในเรื่องของค่าใช้จ่ายในกรณีเจ็บป่วยจากการทำงานของลูกจ้าง รวมไปถึงการจ่ายบำนาญให้

ในกรณีที่ลูกจ้างสูญเสียสมรรถภาพ และจ่ายบำนาญให้แก่ผู้อยู่ในอุปการะในกรณีที่ลูกจ้างเคราะห์ร้ายเสียชีวิตซึ่งจะรวมถึงการจ่ายค่าทำศพด้วย ห้าปีให้หลัง ในปี 2432 จึงได้มีการบัญญัติกฎหมายให้ความคุ้มครองผู้ทุพพลภาพ และคนชราขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อจ่ายบำนาญให้คนงานที่มีค่าจ้างหรือเงินเดือนต่ำ ซึ่งสูญเสียความสามารถในการทำงาน และให้มีการจ่ายเงินบำนาญแก่ผู้มีอายุ 70 ปีขึ้นไป อย่างไรก็ตามไม่มีคนงานใดที่จะมีชีวิตอยู่จนอายุครบ 70 ปีตามกำหนด เพราะคนงานมักจะกลายเป็นผู้ทุพพลภาพหรือไม่ก็เสียชีวิตไปก่อน ส่วนอัตราบำนาญนั้นค่อนข้างต่ำมาก และเป็นที่น่าสังเกตว่าในสมัยนั้นการบริหารงานตามกฎหมายฉบับนี้จะมีองค์กรบริหารเป็นของตนเอง โดยมีผู้แทนจากนายจ้างและลูกจ้างเป็นผู้บริหาร ค่าใช้จ่ายที่นำมาใช้จ่ายจะมากจากการจ่ายเงินสมทบของนายจ้างครึ่งหนึ่ง ลูกจ้างครึ่งหนึ่ง โดยมีรัฐบาลให้การอุดหนุนบางส่วนเท่านั้น ถึงแม้ว่ากฎหมายประกันสังคมของเยอรมันในขณะนั้น จะมีข้อบกพร่องอยู่มาก อย่างไรก็ตามการประกันสังคมของเยอรมนี ถือเป็นนโยบายทางสังคมที่สามารถนำมาใช้ได้อย่างเป็นระบบเป็นประเทศแรกในโลก ทำให้ประเทศต่างๆ นำรูปแบบไปปรับใช้ในเวลาต่อมาอย่างแพร่หลาย

ทางด้านเอเชีย ญี่ปุ่นเป็นประเทศแรกที่นำระบบประกันสังคมมาใช้เมื่อปี 2454 ในเรื่องการประกันการประสบอันตรายและโรคเนื่องจากการทำงาน และปี 2465 มีการประกันสุขภาพ การประกันชราภาพ ทุพพลภาพ ตาย และสุดท้ายในปี 2490 มีการประกันการว่างงาน นับว่าประเทศญี่ปุ่นได้ก้าวหน้าไปมากกว่าประเทศใดๆ ในเอเชีย หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง ประเทศอินเดีย พม่า ฟิลิปปินส์ ปากีสถาน ฯลฯ จึงได้เริ่มนำระบบการประกันสังคมเข้ามาใช้

2.2 หลักการของการประกันสังคม

การประกันสังคมที่ประเทศต่างๆ ใช้อยู่ในปัจจุบันจะมีหลักการที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการประกันสังคมเป็นโครงการบริหารทางสังคมในระยะยาวอีกระบบหนึ่งที่รัฐเป็นผู้ดำเนินการจัดขึ้น ด้วยการให้ประชาชนผู้มีรายได้แต่ละคนได้มีส่วนช่วยตนเองหรือครอบครัว โดยร่วมกันเสี่ยงภัยหรือช่วยเหลือบำบัดความทุกข์ยากเดือดร้อนซึ่งกันและกันระหว่างผู้มีรายได้ในสังคมด้วยการออกเงินสมทบเข้ากองทุนที่เรียกว่า กองทุนประกันสังคม โดยมีนายจ้าง ลูกจ้าง และในบางประเทศมีรัฐบาลร่วมออกเงินสมทบเข้ากองทุนนี้ด้วย กองทุนนี้จะจ่ายประโยชน์ทดแทนให้แก่ผู้ส่งเงินสมทบเมื่อเกิดความเดือดร้อน เช่น เจ็บป่วย คลอดบุตร ว่างงาน ชราภาพ เป็นต้น

ดังนั้น การประกันสังคมจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ยึดหลักการพึ่งตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันของประชาชน โดยมีความมุ่งหมายที่จะเป็นหลักประกันและคุ้มครองความเป็นอยู่ของประชาชนให้มีความมั่นคงในการดำรงชีวิต แม้มีเหตุการณ์ที่ทำให้ต้องขาดแคลนรายได้ก็สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปกติสุข

องค์การแรงงานระหว่างประเทศ หรือ ILO (1989) ได้กำหนดหลักการของการประกันสังคมไว้ดังนี้

1. การประกันสังคมจะมีการบริหารทางการเงินโดยวิธีการจัดเก็บเงินสมทบ ซึ่งโดยปกติมักมาจากการสมทบของนายจ้างและลูกจ้าง ทั้งนี้รัฐจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการจ่ายเงินสมทบหรือเงินอุดหนุนอื่นๆ ด้วยหรือไม่ก็ได้

2. การเข้ามามีส่วนร่วมในการประกันสังคมนั้นจะเป็นลักษณะของการบังคับ ซึ่งมีข้อยกเว้นน้อยมาก

3. เงินสมทบที่จ่ายมานั้นจะจัดตั้งเป็นกองทุนพิเศษ ซึ่งต้องนำไปจ่ายเป็นประโยชน์ทดแทน ตามที่กำหนดและนำไปใช้ในการบริหาร

4. ส่วนเกินของเงินสมทบจะนำไปลงทุนเพื่อให้กองทุนมีทรัพย์สินเพิ่มขึ้น

5. สิทธิในการรับประโยชน์ทดแทนของผู้ประกันตนขึ้นอยู่กับการได้จ่ายเงินสมทบที่เป็นไปตามเงื่อนไข โดยไม่ต้องมีการตรวจสอบความจำเป็น หรือการตรวจสอบรายได้แต่อย่างใด

6. อัตราเงินสมทบและอัตราประโยชน์ทดแทนจะมีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้ประกันตน

7. การประกันสังคมกรณีเจ็บป่วยจากการทำงาน โดยทั่วไปจะมาจากการสนับสนุนทางการเงินจากนายจ้างแต่เพียงผู้เดียว โดยอาจมีรัฐช่วยจ่ายเงินอุดหนุน

2.3 การประกันสังคมในประเทศไทย

ในประเทศไทย กองทุนเงินทดแทนนับเป็นก้าวแรกของการประกันสังคมไทยที่ให้หลักประกันแก่ลูกจ้าง กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยด้วยโรคอันเนื่องมาจากการทำงาน ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2515 ภายใต้การบริหารงานของสำนักงานกองทุนเงินทดแทน กรมแรงงาน ตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 103 ลงวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ.2515 โดยในปีแรกของการให้ความคุ้มครองจะครอบคลุมเฉพาะสถานประกอบการที่มีลูกจ้าง 20 คนขึ้นไป ที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ แล้วจึงค่อยๆ ขยายความคุ้มครองออกไปจนครบทุกจังหวัดทั่วประเทศในวันที่ 1 กรกฎาคม 2531 จวบจนกระทั่งได้มีการผลักดันพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 2 กันยายน 2533 เป็นต้นมา ประเทศไทยจึงได้มีการประกันสังคมอย่างเต็มรูปแบบ โดยลูกจ้างจะได้รับความคุ้มครองทั้งในเรื่องการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย ทุพพลภาพ และตาย ทั้งที่เนื่องและไม่เนื่องจากการทำงาน รวมไปถึงการคลอดบุตร สงเคราะห์บุตร ชราภาพ และว่างงาน เช่นเดียวกับนานาอารยประเทศ (สำนักงานประกันสังคม, 2556)

สรุปได้ว่า การประกันสังคมก็คือหลักประกันในการดำรงชีวิตแก่ผู้ประกันตนให้เกิดความมั่นคง ตั้งแต่เกิดจนวาระสุดท้ายของชีวิต และเสริมสร้างสังคมและประเทศชาติให้มีเสถียรภาพเป็นปึกแผ่น โดยให้ความคุ้มครองแก่สมาชิก 7 กรณี คือ กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย ทุพพลภาพ คลอดบุตร ตายที่ไม่เนื่องจากการทำงาน ชราภาพ สงเคราะห์บุตร และกรณีว่างงานผู้ประกันตนจะได้รับการคุ้มครองเมื่อเจ็บป่วยหรือประสบเหตุที่ทำให้เดือดร้อน ซึ่งจะกล่าวได้ว่า ระบบประกันสังคม เป็นหนึ่งในบริการด้านสวัสดิการสังคม เพื่อที่จะคุ้มครองป้องกันประชาชนมิให้ได้รับความเดือดร้อนในความเป็นอยู่ของชีวิต เมื่อต้องสูญเสียรายได้ทั้งหมดหรือบางส่วน หรือมีรายได้ไม่เพียงพอแก่การครองชีพ

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

Philip Kotler (2003:16) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมตลาดได้ทั้งหมด กล่าวคือเป็นตัวแปรที่สนองความต้องการของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

สุตาตวง เรืองรุจิระ (2543:29) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นกิจการหรือธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552: 80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหาการใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2. องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

1.3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มี ลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1. คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น

2.2. ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3. การแข่งขัน

2.4. ปัจจัยอื่น ๆ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จูงใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ (Etzel, walker and Stanton. 2007 : 677) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์กรอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing

Communication (IMC)) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งขันโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ (Armstrong and Kotler. 2009: 33) กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ 1.กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณา (Create strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising tactics) 2. กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรงหรือใช้โทรศัพท์ (Etzel, Walker and Stanton. 2007: 675) หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Armstrong and Kotler. 2009: 616) งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ 1. กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy) 2. การบริหารหน่วยงานขาย (Sales force management)

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler. 2009: 617) เป็น เครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton. 2007: 677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดย ลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ 1. การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) 2. การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion) 3.การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force Promotion)

3.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มี ความหมาย ดังนี้ 1. การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ 2. ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton. 2007: 677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

3.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ direct response marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) มีความหมายต่างกันดังนี้ 1. การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ direct response marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่างๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อค 2. การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับ ฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร หรือป้ายโฆษณา 3. การตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic marketing หรือ E-marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเตอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมุ่งหวังผลกำไรและการค้า เครื่องมือที่สำคัญในข้อนี้ประกอบด้วย 1. การขายทางโทรศัพท์ 2. การขายโดยใช้จดหมายตรง 3. การขายโดยใช้แคตตาล็อค 4. การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค (Kotler and Keller. 2009: 787) หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การ

ปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Keller. 2009: 786) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ (1) การขนส่ง (2) การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า (3) การบริหารสินค้าคงเหลือ

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixed) เป็นเครื่องมือทางการตลาดประกอบด้วย ปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการติดต่อสื่อสาร หรือการส่งเสริมการตลาด ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ต่างก็มีความสำคัญไม่ต่างกัน ดังนั้น ปัจจัยทั้ง 4 จะเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ส่วนประสมทางการตลาดจะเป็นตัวกระตุ้นทางการตลาดในการสร้างความต้องการซื้อในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งหมายถึงการตอบสนองความต้องการของบริโภคนั่นเอง

4. ทฤษฎีการตัดสินใจ

สมยศ นาวีการ (2542, น. 236) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกทางเลือกต่างๆ บนพื้นฐานของจิตสำนึกและเหตุผลหรือดุลยพินิจด้วยความรอบรู้และประสบการณ์ในการประเมิน ทางเลือกและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดอย่างรอบคอบ อันจะนำไปสู่เป้าหมายบางอย่าง

ศศี อยู่สุขขี (2545, น. 13) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การชั่งใจ ไตร่ตรองหาเหตุผลและการตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดหลายๆ ทาง เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์

บันลือ คำวชิรพิทักษ์ (2533, น. 139, อ้างถึงใน ปิยะวรรณ วรรณสวาท, 2548, น. 24) ให้ความหมายว่า กระบวนการในการเลือกทางใดทางหนึ่ง จากการเลือกหลายๆ ทาง ซึ่งกระบวนการในการเลือกประกอบด้วย ขั้นตอน 3 ประการ คือ

1. การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร สภาพแวดล้อมที่จะใช้ในการตัดสินใจ
2. การนำข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการกำหนดแผนการ วิธีการ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ
3. คัดเลือกแนวทาง เพื่อให้เหลือแนวทางที่เหมาะสมในการปฏิบัติ (ทัศน์ เกยงค์, 2545, น. 10)

บุญธรรม จิตต์อนันต์ (2536, น. 119) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการคิด พิจารณาและตกลงใจอย่างใดอยางหนึ่งในทางเลือกหลายๆ ทาง เพื่อการปฏิบัติ

สำหรับสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง โดยเฉพาะการตัดสินใจที่ดีจะต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจที่มีหลักและเหตุผล ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) วิเคราะห์ปัญหา 2) หาทางเลือกเพื่อแก้ปัญหา 3) วิเคราะห์ทางเลือกต้องดำเนินการ ได้แก่ รวบรวมข้อดี และข้อจำกัด และพิจารณาเลือกและคิดว่าจะสนองวัตถุประสงค์ได้ปฏิบัติได้ดีที่สุด 4) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด พิจารณาถึงความเป็นไปได้ของทางเลือกที่จะสนองวัตถุประสงค์เพื่อการแก้ปัญหาและ ความเหมาะสมในการใช้ทรัพยากร 5) ดำเนินการตามที่ตัดสินใจปฏิบัติตามแบบที่เตรียมไว้ใน กระบวนการต้องระบบติดตามและประเมินผล (ทัศน์ เกยงค์, 2545, น. 11)

จากความหมายที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นการคิดวิเคราะห์หาเหตุและผลอย่างมีแบบแผน ละเอียด รอบคอบ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติที่สนองวัตถุประสงค์ได้โดยพิจารณาถึงความเป็นไปได้ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้มากและดีที่สุด

กระบวนการตัดสินใจ

ปัจจุบันมีรูปแบบของกระบวนการแก้ปัญหาและการตัดสินใจเกิดขึ้นหลายรูปแบบแล้วแต่ความสะดวกของผู้ใช้ ซึ่งส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพราะช่วยให้สามารถตัดสินใจได้อย่างมีหลักการและเหตุผล ซึ่งนอกจากจะต้องคำนึงถึงความสำคัญของแต่ละขั้นในกระบวนการแล้ว ยังต้องอาศัยความมั่นใจในตนเองและการตัดสินใจอย่างมีคุณภาพของผู้ตัดสินใจประกอบกันด้วย ซึ่งพอประมวลรูปแบบของกระบวนการตัดสินใจได้ดังนี้ (ศศี อยู่สุขขี, 2545, น. 16-17)

1. Traditional Problem-Solving Process ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน คือ

1.1 การพิจารณถึงปัญหา

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

1.3 การพิจารณาค้นหาทางเลือก

1.4 การประเมินทางเลือก

1.5 การตัดสินใจเลือกทางเลือก

1.6 การปฏิบัติตามทางเลือก

1.7 การติดตามประเมินผล

วิธีการแก้ปัญหานี้นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย และเกิดประสิทธิภาพ แต่ยังมีจุดอ่อนที่ไม่มีขั้นของการกำหนดวัตถุประสงค์ ทำให้กระบวนการขาดจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการแก้ปัญหาไป

2. Harrison’ Managerial Decision-Making Process ซึ่งพัฒนาขึ้นมาเพื่อแก้ไขจุดอ่อนของ Tradition Problem-Solving Process ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ

2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์

2.2 การค้นหาทางเลือก

2.3 การประเมินทางเลือก

2.4 กรเลือกทางเลือก

2.5 การปฏิบัติตามทางเลือก

2.6 การติดตามและประเมินผล

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากระบวนการหรือขั้นตอนในการตัดสินใจที่มีผู้กำหนดไว้ จะมีความแตกต่างกันอยู่บ้างในแต่ละขั้นตอน แต่จะมีลักษณะที่เป็นในลักษณะแนวทางเดียวกัน ซึ่งพอจะกล่าวไว้ว่าเป็นแนวทางที่ยอมรับกันทั่วไป (วุฒิชัย จำนง, 2523, อ้างถึงใน ฉัตรวลัย ลาภคล้อยมา, 2547, น. 26)

จากข้อมูลข้างต้นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ทำให้ผู้วิจัยตระหนักว่าการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจนั้นมีขั้นตอนการตัดสินใจอย่างไร จะทำให้ทราบถึงกระบวนการการตัดสินใจของผู้ที่เลือกการประกันสังคม มาตรา 40 ว่ามีกระบวนการการตัดสินใจเลือกอย่างไร

5. การประกันสังคมมาตรา 40

ประกันสังคมมาตรา 40 เป็นประกันสังคมที่ครอบคลุมแรงงานนอกระบบ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ เกษตรกร พ่อค้าแม่ค้า พนักงานอิสระ

คุณสมบัติของผู้ประกันสังคม มาตรา 40

- อายุ 15 – 65 ปี ณ วันสมัคร
- ไม่เป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 33 และไม่เคยสมัครเป็นผู้ประกันตนในมาตรา 39
- เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระ หรือแรงงานนอกระบบ
- ไม่เป็นข้าราชการ หรือคนที่ถูกยกเว้นตามกฎหมายประกันสังคม
- ผู้พิการที่สามารถรับรู้สิทธิประกันสังคม

ทางเลือกของผู้ประกันตนมาตรา 40

<u>ทางเลือกที่ 1</u> จ่ายเงินสมทบ 70 บาท/เดือน สิทธิประโยชน์พื้นฐานคุ้มครอง 3 กรณี คือ

1. กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 เดือน ก่อนเดือนที่ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย และใช้สิทธิการรักษาใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพ/บัตรทอง (สปสช.) หรือสิทธิเดิมที่มีอยู่ จะได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้

1.1 นอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาลตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป วันละ 300 บาท

1.2 ไม่นอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาล แต่มีใบรับรองแพทย์ให้หยุดพักรักษาตัวตั้งแต่ 3 วันขึ้นไป วันละ 200 บาท

1.3 ไปพบแพทย์ (ผู้ป่วยนอก) และแพทย์ไม่มีความเห็นให้หยุดพักรักษาตัว หรือให้หยุดพักรักษาตัวไม่เกิน 2 วัน (มีใบรับรองแพทย์มาแสดง) ครั้งละ 50 บาท ไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี

1.4 ภายใน 1 ปี ได้รับสิทธิตาม (1.1) และ (1.2) รวมกันไม่เกิน 30 วันต่อปี

2. กรณีทุพพลภาพ : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนเดือนที่ทุพพลภาพ

2.1 ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้จำนวน 500 – 1,000 บาท ต่อเดือน ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการจ่ายเงินสมทบเป็นระยะเวลา 15 ปี

2.2 เสียชีวิตระหว่างรับเงินทดแทนการขาดรายได้กรณีทุพพลภาพได้รับเงินค่าทำศพ 20,000 บาท

3. กรณีตาย : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 6 ใน 12 เดือนก่อนเดือนที่ตาย ยกเว้นกรณีตายเพราะอุบัติเหตุหากจ่ายเงินสมทบไม่ครบ 6 ใน 12 เดือน แต่มีการจ่ายเงินสมทบ 1 ใน 6 เดือนก่อนเดือนที่ตาย

3.1 ได้รับเงินค่าทำศพจำนวน 20,000 บาท

3.2 ได้รับเงินสงเคราะห์กรณีตาย 3,000 บาท หากจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 60 เดือนก่อนเดือนที่ตาย

<u>ทางเลือกที่ 2</u> จ่ายเงินสมทบ 100 บาท/เดือน สิทธิประโยชน์พื้นฐานคุ้มครอง 4 กรณีคือ

1. กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 เดือนก่อนเดือนที่ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย และใช้สิทธิการรักษาใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพ/บัตรทอง (สปสช.) หรือสิทธิเดิมที่มีอยู่จะได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้

1.1 นอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาลตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป วันละ 300 บาท

1.2 ไม่นอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาล แต่มีใบรับรองแพทย์ให้หยุดพักรักษาตัวตั้งแต่ 3 วันขึ้นไป วันละ 200 บาท

1.3 ไปพบแพทย์ (ผู้ป่วยนอก) และแพทย์ไม่มีความเห็นให้หยุดพักรักษาตัว หรือ ให้หยุดพักรักษาตัวไม่เกิน 2 วัน (มีใบรับรองแพทย์มาแสดง) ครั้งละ 50 บาท ไม่เกิน 3 ครั้งต่อปี

2.4 ภายใน 1 ปี ได้รับสิทธิตาม (1) และ (2) รวมกันไม่เกิน 30 วันต่อปี

2. กรณีทุพพลภาพ : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนเดือนที่ทุพพลภาพ

2.1 ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้จำนวน 500 – 1,000 บาท ต่อเดือน ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการจ่ายเงินสมทบ เป็นระยะเวลา 15 ปี

2.2 เสียชีวิตระหว่างรับเงินทดแทนการขาดรายได้กรณีทุพพลภาพ ได้รับเงินค่าทำศพ 20,000 บาท

3. กรณีตาย : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 6 ใน 12 เดือน ก่อนเดือนที่ตาย ยกเว้น กรณีตายเพราะอุบัติเหตุหากจ่ายเงินสมทบไม่ครบ 6 ใน 12 เดือน แต่มีการจ่ายเงินสมทบ 1 ใน 6 เดือน ก่อนเดือนที่ตาย

3.1 ได้รับเงินค่าทำศพจำนวน 20,000 บาท

3.2 ได้รับเงินสงเคราะห์กรณีตาย 3,000 บาท หากจ่ายเงินสมทบมาแล้วไม่น้อยกว่า 60 เดือน ก่อนเดือนที่ตาย

4. กรณีชราภาพ : อายุครบ 60 ปีบริบูรณ์ และสิ้นสุดความเป็นผู้ประกันตน

4.1 ได้รับเงินบำเหน็จชราภาพ พร้อมผลประโยชน์ตอบแทนรายปี

ทางเลือกที่ 3 จ่ายเงินสมทบ 300 บาท/เดือน สิทธิประโยชน์พื้นฐานคุ้มครอง 5 กรณี คือ

1. กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 เดือน ก่อนเดือนที่ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย สิทธิการรักษาใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพ/บัตรทอง (สปสช.) หรือสิทธิเดิมที่มีอยู่

1.1 นอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาลตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป ได้รับวันละ 300 บาท

1.2 ไม่ได้นอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาลแต่มีใบรับรองแพทย์ให้หยุดพักรักษาตัวตั้งแต่ 3 วันขึ้นไป ได้รับวันละ 200 บาท *ภายใน 1 ปี รับสิทธิตาม (1) และ (2) รวมกันไม่เกิน 90 วัน

2. กรณีทุพพลภาพ : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 6 เดือน ก่อนเดือนที่ทุพพลภาพ

2.1 ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้จำนวน 500 – 1,000 บาท ต่อเดือน ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการจ่ายเงินสมทบ เป็นระยะเวลาตลอดชีวิต

2.2 เสียชีวิตระหว่างรับเงินทดแทนการขาดรายได้กรณีทุพพลภาพ ได้รับเงินค่าทำศพ 40,000 บาท

3. กรณีตาย : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 6 ใน 12 เดือน ก่อนเดือนที่ตาย ยกเว้น กรณีตายเพราะอุบัติเหตุหากจ่ายเงินสมทบไม่ครบ 6 ใน 12 เดือน แต่มีการจ่ายเงินสมทบ 1 ใน 6 เดือน ก่อนเดือนที่ตาย จะได้รับเงินค่าทำศพ 40,000 บาท

4. กรณีชราภาพ : อายุครบ 60 ปีบริบูรณ์ และสิ้นสุดความเป็นผู้ประกันตน

4.1 ได้รับเงินบำเหน็จชราภาพ พร้อมผลประโยชน์ตอบแทนรายปี

4.2 ได้รับเงินเพิ่มอีก 10,000 บาท หากจ่ายเงินสมทบตั้งแต่ 180 เดือนขึ้นไป

5. กรณีสงเคราะห์บุตร : จ่ายเงินสมทบไม่น้อยกว่า 24 ใน 36 เดือน ก่อนเดือนที่มีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทน จะได้รับเงินสงเคราะห์บุตรรายเดือน คนละ 200 บาท คราวละไม่เกิน 2 คน บุตรอายุตั้งแต่แรกเกิดแต่ไม่เกิน 6 ปี บริบูรณ์

สรุปได้ว่า ประกันสังคมมาตรา 40 คือ ระบบประกันสังคมที่ได้ความคุ้มครองจากภาครัฐ สำหรับผู้ประกอบอาชีพอิสระ เช่น ผู้ใช้แรงงาน พ่อค้าแม่ขาย ฯลฯ โดยสามารถเลือกการจ่ายเงินสมทบได้ 3 ทางเลือก ดังนี้ ทางเลือกที่ 1 จ่ายสมทบเดือนละ 70 บาท (จ่ายปีละ 840 บาท) จะได้รับความคุ้มครอง กรณีเจ็บป่วย ประสบอุบัติเหตุ กรณีทุพพลภาพ กรณีเสียชีวิต ทางเลือกที่ 2 จ่ายสมทบเดือนละ 100 บาท (จ่ายปีละ 1,200 บาท) กรณีเจ็บป่วย ประสบอุบัติเหตุ กรณีทุพพลภาพ กรณีเสียชีวิต รวมทั้งกรณีชราภาพ ทางเลือกที่ 3 จ่ายสมทบเดือนละ 300 บาท (จ่ายปีละ 3,600 บาท) กรณีเจ็บป่วย ประสบอุบัติเหตุ กรณีทุพพลภาพ กรณีเสียชีวิต กรณีชราภาพ และกรณีสงเคราะห์บุตร

6. ระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

กฎหมายประกันสังคมที่มีผลใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันคือ พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 ซึ่งได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมมาแล้ว 3 ครั้ง เพื่อให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการณ์ในแต่ละยุคสมัย ครั้งล่าสุดคือ พระราชบัญญัติประกันสังคม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2558 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2558 โดยให้มีผลใช้บังคับเมื่อพ้น 120 วันนับแต่วันประกาศ ดังนั้นจึงมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม 2558 เป็นต้นมา การแก้ไขเพิ่มเติมครั้งนี้ได้ขยายความคุ้มครองให้ครอบคลุมถึงลูกจ้างชั่วคราว ทุกประเภทของส่วนราชการ และลูกจ้างของนายจ้างที่มีสำนักงานในประเทศและไปประจำทำงานในต่างประเทศ จากเดิมลูกจ้างของส่วนราชการนั้นจะได้รับความคุมครองเฉพาะลูกจ้างชั่วคราวรายเดือนเท่านั้น รวมทั้งแก้ไขเพิ่มเติมบทนิยามคำว่า “ลูกจ้าง” เพื่อให้มีความหมายครอบคลุมถึงลูกจ้างทั้งหมด ไม่ว่าจะเรียกว่าอย่างไร นอกจากนี้ผู้ประกันตนยังได้รับการคุ้มครองและได้รับประโยชน์ทดแทนที่สำคัญเพิ่มขึ้นหลายประการ เป็นต้นว่า (สำนักงานประกันสังคม, 2560)

1) ประโยชน์ทดแทนในกรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย

1.1 ขยายความคุ้มครองให้ผู้ประกันตนมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนจากกองทุนรวมทั้งกรณี การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรคด้วย ซึ่งสิทธิดังกล่าวไม่อาจโอนกันได้และไม่อยู่ในความรับผิดแห่งการบังคับคดี

1.2 เพิ่มประโยชน์ทดแทนในกรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน คือ ค่าส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ค่าฟื้นฟูสมรรถภาพ และค่าใช้จ่ายเป็นเงินช่วยเหลือเบื้องต้นให้แก่ ผู้ประกันตน ในกรณีที่ผู้ประกันตนได้รับความเสียหายจากการรับบริการทางการแพทย์จากเดิมมีเพียงค่าตรวจ วินิจฉัยโรค ค่าบำบัดทางการแพทย์ ค่ากินอยู่และรักษาพยาบาลในสถานพยาบาล ค่ายาและค่าเวชภัณฑ์ ค่ารถพยาบาลหรือค่าพาหนะรับส่งผู้ป่วย และค่าบริการอื่นที่จำเป็นเท่านั้น

2) ประโยชน์ทดแทนในกรณีคลอดบุตร ไม่ได้จำกัดจำนวนครั้งในการรับประโยชน์ทดแทนในกรณีนี้ จากเดิมที่จำกัดให้แต่ละคนมีสิทธิได้รับเพียงไม่เกิน 2 ครั้ง โดยเป็นการเหมาจ่ายครั้งละ 13,000 บาท และเงิน สงเคราะห์กรณีหยุดงาน นอกจากนั้นผู้ประกันตนยังคงได้รับสิทธิประโยชน์ตามเงื่อนไขเดิม

3) ประโยชน์ทดแทนในกรณีทุพพลภาพ ขยายความคุ้มครองให้ผู้ประกันตนซึ่งสูญเสียสมรรถภาพ ของร่างกายมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทน จากเดิมผู้ประกันตนต้องสูญเสียสมรรถภาพของร่างกายร้อยละ 50 ถึงจะมีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทน

4) ประโยชน์ทดแทนในกรณีตาย

4.1 ยกเลิกบทบัญญัติในกฎหมายเดิมเพื่อขยายความคุ้มครองให้ผู้ประกันตนหรือคู่สมรสหรือบุตร ของผู้ประกันตนซึ่งจงใจทำให้ตนเองหรือยินยอมให้บุคคลอื่นกระทำให้ตนเองประสบอันตราย หรือเจ็บป่วย หรือทุพพลภาพ หรือตาย มีสิทธิได้รับประโยชน์ทดแทนจากกองทุนประกันสังคมและเพื่อให้เป็นมาตรฐาน เดียวกันกับกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

4.2 ขยายความคุ้มครองให้ผู้ประกันตนซึ่งเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังถึงแก่ความตายนั้น มีสิทธิได้รับ ประโยชน์ทดแทนเช่นเดียวกันกับผู้ทุพพลภาพ

5) ประโยชน์ทดแทนในกรณีสงเคราะห์บุตร เพิ่มจำนวนบุตรของผู้ประกันตนที่มีสิทธิได้รับประโยชน์ ทดแทน จากจำนวนคราวละไม่เกิน 2 คน เป็นจำนวนคราวละไม่เกิน 3 คน ทั้งนี้ ไม่รวมถึงบุตรบุญธรรมหรือ บุตรซึ่งได้ยกให้เป็นบุตรบุญธรรมของบุคคลอื่น

6) ประโยชน์ทดแทนในกรณีชราภาพ

6.1 แก้ไขเพิ่มเติมหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสิทธิการได้รับประโยชน์ทดแทนจากกองทุนของผู้ประกันตน โดยให้สิทธิผู้ประกันตนสามารถทำหนังสือระบุบุคคลผู้มีสิทธิได้รับเงินบำเหน็จชราภาพได้ และในกรณีที่ไม่มีทายาทผู้มีสิทธิได้รับเงินบำเหน็จชราภาพ ให้ทายาทของผู้ประกันตนหรือ

ผู้รับเงินบำเหน็จชราภาพแล้วแต่กรณี ดังต่อไปนี้ มีสิทธิได้รับเงินบำเหน็จชราภาพตามลำดับ หากบุคคลใดมีจำนวนมากกว่า 1 คน ให้บุคคลลำดับนั้น ได้รับส่วนแบ่งเท่ากัน

1) พี่น้องร่วมบิดามารดาเดียวกัน

2) พี่น้องร่วมบิดาหรือร่วมมารดา

3) ปู่ ย่า ตา ยาย

4) ลุง ป้า น้า อา

6.2 ให้ผู้ประกันตนซึ่งไม่มีสัญชาติไทย และประสงค์ที่จะไม่พำนักอยู่ในประเทศไทย เมื่อความเป็นผู้ประกันตนสิ้นสุดลง ไม่ว่าจะส่งเงินสมทบครบ 180 เดือนหรือไม่ก็ตาม มีสิทธิได้รับบำเหน็จชราภาพด้วย

7) ประโยชน์ทดแทนในกรณีว่างงาน ให้สิทธิกับผู้ประกันตนได้รับประโยชน์ทดแทนในกรณีว่างงาน เนื่องจากมีเหตุสุดวิสัยหรือนายจ้างไม่ให้ทำงานเนื่องจากมีเหตุสุดวิสัยทำให้ไม่สามารถประกอบกิจการได้ตามปกติ เช่น หยุดกิจการชั่วคราวโดยยังไม่มีการเลิกจ้าง หรือกรณีน้ำท่วมสถานประกอบการ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังได้คุ้มครองสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตนในการเรียกร้องหรือการได้มาซึ่งสิทธิหรือประโยชน์ตามกฎหมายประกันสังคม โดยไม่ถือเป็นการตัดสิทธิหรือประโยชน์ที่พึงได้ตามกฎหมายอื่น ขยายระยะเวลาการยื่นคำขอรับประโยชน์ทดแทนจาก 1 ปี เป็น 2 ปี นับแต่วันที่มีสิทธิ รวมทั้งให้สิทธิกับบุคคล ซึ่งมิใช่ลูกจ้างหรือไม่อยู่ในบังคับแห่งกฎหมายประกันสังคม อาจสมัครเข้าเป็นผู้ประกันตนตามกฎหมายประกันสังคมก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อขยายความคุ้มครองให้แรงงานนอกระบบสามารถเข้าสู่ระบบประกันสังคมได้มากขึ้น

8). ระเบียบสำนักงานประกันสังคม ว่าด้วยการรับสมัครและขึ้นทะเบียนผู้ประกันตนตามมาตรา 40 (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2563

9). ระเบียบสำนักงานประกันสังคม ว่าด้วยการรับสมัครและขึ้นทะเบียนผู้ประกันตนตามมาตรา 40 (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2562

10). ระเบียบสำนักงานประกันสังคม ว่าด้วยการขอรับประโยชน์ทดแทนของผู้ประกันตนตามมาตรา 40 พ.ศ.2562

11). ระเบียบสำนักงานประกันสังคม ว่าด้วยการรับสมัครและขึ้นทะเบียนผู้ประกันตนตามมาตรา 40 พ.ศ.2561

12). การรับสมัครและขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 พ.ศ.2549

13). ประกาศสำนักงานประกันสังคม เรื่อง ขั้นตอนการรับสมัครและขึ้นทะเบียนผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2563

14). ประกาศสำนักงานประกันสังคม เรื่อง ขั้นตอนการรับสมัครและขึ้นทะเบียนผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2563

15). ประกาศสำนักงานประกันสังคม เรื่อง กำหนดอัตราผลประโยชน์ตอบแทนเงินบำเหน็จชราภาพของผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ประจำปี พ.ศ. 2562

16). พระราชกฤษฎีกา กำหนดหลักเกณฑ์และอัตราการจ่ายเงินสมทบประเภทของประโยชน์ทดแทน ตลอดจนหลักเกณฑ์และเงื่อนไขแห่งสิทธิในการรับประโยชน์ทดแทนของบุคคลซึ่งสมัครเป็นผู้ประกันตน พ.ศ.2554 (มาตรา 40)

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(สัญญา จันทร์รอด 2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางส่งเสริมการดำเนินงานขยายความคุ้มครองประกันสังคมสู่แรงงานนอกระบบในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ งานวิจัยแสดงว่าจากการวิเคราะห์ถดถอยแบบโลจิสติก (logistic Regression Analysis) ปัจจัยทั่วไป ได้แก่ อาชีพกลุ่มช่างฝีมือ กลุ่มผู้ประกอบอาชีพอื่นๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท และปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการรับชำระเงิน มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นผู้ประกันตนของแรงงานนอกระบบในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ แนวทางส่งเสรมิการดำเนินการขยายความคุ้มครองประกันสังคมสู่แรงงานนอกระบบในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดอุตรดติถ์ ควรดำเนินการ 1) ด้านการประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจ โดยวิธีการฝึกอบรมผ่านตัวแทนเครือข่าย หรือตัวแทนกลุ่มอาชีพ สำหรับกลุ่มเปา้หมายตามกลุ่มอาชีพที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท 2) พิจารณาเพิ่มสถานที่ตั้งหรือจดุบริการให้อยู่ใกล้ตรงกับความต้องการของผู้ประกันตน พร้อมกับแนะนำส่งเสริมช่องทางชำระเงินสมทบโดยหักผ่านบัญชีเงินฝากธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการรับชำระเงิน

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาระดับความรู้และความต้องการเข้าสู่ระบบประกันสังคมของแรงงานภาค งานวิจัยแสดงว่าผลการศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติประกันสังคมมาตรา 40 ของผู้ที่รู้ พบว่า (1) ระดับความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการ

ประกันสังคมกลุ่มเกษตรกรตัวอย่างร้อยละ 70.00 มีความรู้อยู่ในระดับมาก รองลงมาร้อยละ 18.00 มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง และร้อยละ 12.00 มีความรู้อยู่ในระดับน้อย แสดงว่า ในภาพรวมเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ทั่วไปอยู่ในระดับมาก (2) ระดับความรู้ทางเลือกประกันสังคมของผู้ที่รู้พบว่ากลุ่มเกษตรกรตัวอย่างร้อยละ 45.07 มีความรู้อยู่ในระดับน้อย รองลงมาร้อยละ 43.66 มีความรู้อยู่ในระดับมาก และร้อยละ 11.27 มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่า ในภาพรวมเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีความรู้อยู่ในระดับมากและน้อยใกล้เคียงกัน (3) ระดับความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์และเงื่อนไขการประกันสังคมของผู้ที่รู้พบว่า ร้อยละ 40.50 มีความรู้อยู่ในระดับน้อย รองลงมาร้อยละ 34.65 มีความรู้อยู่ในระดับมาก และร้อยละ 27.85 มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าในภาพรวมเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีความรู้อยู่ในระดับน้อย ผลการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการเข้าสู่ระบบประกันสังคม และไม่ต้องการเข้าสู่ระบบประกันสังคมของแรงงานภาคเกษตร แบ่งเป็น 2 กรณี คือ กรณีที่ 1 ต้องการเข้าสู่ระบบประกันสังคม ได้แก่ (1) กลุ่มเพศชายและกลุ่มเพศหญิงด้วยกัน ต้องการเข้าสู่ระบบประกันสังคมไม่แตกต่างกัน (2) อายุช่วง 20-60 ปี (3) สถานภาพ ได้แก่ สามี/ภรรยา บุตรธิดา และญาติพี่น้อง ทั้งนี้เนื่องจากเล็งเห็นความสำคัญถึงสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคต (4) สถานภาพสมรสคือผู้ที่มีสถานภาพสมรส เนื่องจากเล็งเห็นถึงสิทธิประโยชน์ที่ได้รับและหลักประกันความมั่นคงในชีวิต (5) อาชีพปลูกพืช อาทิ ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง ยางพารา อ้อย และผักสวนครัว เป็นต้น อาชีพเลี้ยงสัตว์ อาทิ กระบือ โค สุกร เป็ด ไก่ เป็นต้น และอาชีพประมง ได้แก่ เลี้ยงปลาดุก ปลา ช่อน และกบ เป็นต้น (6) ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาอาชีวะ และปริญญาตรีขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากเข้าใจถึงสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับและมีศักยภาพในการจ่ายเงินสมทบ (7) รายได้สุทธิทางการเกษตรต่อคนต่อปี 40,001-80,000 บาท และ 100,000 บาทขึ้นไป เนื่องจากมีรายได้เพิ่มขึ้นสามารถจ่ายเงินสมทบได้ (8) การครอบครองที่ดินที่เป็นของตนเองและทำฟรี (9) การได้รับข่าวสารข้อมูลมาตรา 40 จากสื่อมวลชน ครอบครัว /เพื่อน/ญาติ สำนักงานประกันสังคมจังหวัด และผู้ใหญ่บ้าน /องค์การบริหารส่วนตำบล กรณีที่ 2 ไม่ต้องการเข้าสู่ระบบประกันสังคม ได้แก่ (1) อายุ 60 ปีขึ้นไป เนื่องจากไม่มีรายได้จากการประกอบอาชีพหรือมีก็น้อย รายได้ที่ได้รับประจำคือเบี้ยยังชีพ นอกจากนี้ยังได้รับเงินจากลูกหลานที่ส่งมาให้ใช้เป็นรายเดือน (2) หัวหน้าครัวเรือน ทั้งนี้ เนื่องจากส่วนหนึ่งได้ทำประกันชีวิตไว้กับบริษัทประกันชีวิต (3) สถานภาพโสด ทั้งนี้เนื่องจากอยู่ในระหว่างการทำงานเก็บเงินจึงยังไม่เห็นความสำคัญว่าเป็นเรื่องจำเป็นมากนัก สำหรับหม้าย/หย่าร้าง นั้นตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องเก็บเงินไว้ใช้ในอนาคต (4) ระดับการศึกษาไม่รู้หนังสือ/อ่านออกเขียนได้ และประถมศึกษา (5) รายได้สุทธิทางการเกษตรเฉลี่ยต่อคน

ไม่เกิน 20,000 บาท และ 20,001- 40,000 บาท เนื่องจากรายได้ยังไม่มากพอ และมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ (6) การครอบครองที่ดินที่เป็นที่เช่า และที่เป็นของตนเองและเช่า

(สุทธิ สุโกศล, 2558) ได้ทำวิจัยเรื่อง แรงงานนอกระบบกับประกันสังคม มาตรา 40 ตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533 งานวิจัยแสดงว่าผู้ประกันตนเข้าสู่บบประกันสังคม มาตรา 40 เนื่องจากปัจจัยที่เป็นสาเหตุเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมของภาครัฐรวมถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจ ผลประโยชน์ตอบแทน ปัจจัยด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ปัจจัยจำนวนจุดบริการ ปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ การจ่ายเงินสมทบราคาถูก มีคนในชุมชนให้บริการส่งเงินสมทบไม่ต้องจ่ายเงินเอง มีความเชื่อมั่นในนโยบายและปัจจัยในด้านข้อมูลข่าวสาร แสดงว่าแรงงานนอกระบบเข้าสู่ระบบประกันสังคม เพราะสาเหตุหลักได้รับการแนะนำและการบริการที่ดีจากการจัดกิจกรรมของเจ้าหน้าที่รวมถึงจากการชักชวนโดยผู้ประกันตนมาตรา ๔๐

(ประไพศรี ธรรมวิริยะวงศ์, 2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติต่อการคงอยู่ของผู้ประกันตนโดยสมัครใจตามมาตรา 40 ของสำนักงานประกันสังคมจังหวัดปทุมธานี งานวิจัยแสดงว่าด้านผู้ประกันตนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 38.91 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 8,001 - 14,000 บาท โดยมีรายได้เฉลี่ยเท่ากับ 16,547.89 บาท ประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากที่ระบุ ได้แก่ นักศึกษา พนักงานบริษัท พนักงานที่เกษียณ และแม่บ้าน เป็นต้น รองลงมามีอาชีพรับจ้างทั่วไป/ รับเหมาส่วนใหญ่ไม่มีความเสี่ยงด้านสุขภาพและมีสิทธิสวัสดิการประเภทอื่นๆ (นอกเหนือจากสิทธิประกันสังคม) และส่วนใหญ่ได้สิทธิหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ส่วนภาพรวมทัศนคติต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการคงอยู่ด้านองค์กร กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากทุกด้านโดยเฉพาะด้านนโยบาย และด้านการให้บริการ และภาพรวมทัศนคติต่อปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านประเภทสิทธิประโยชน์ และด้านเงื่อนไขการเกิดสิทธิประโยชน์ ทัศนคติต่อการคงอยู่ของผู้ประกันตน (โดยสมัครใจตามมาตรา 40) ภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากทุกด้านโดยเฉพาะด้านช่องทางการจ่ายเงินสมทบ และด้านการขยายสิทธิประโยชน์ ผลการทดสอบทัศนคติต่อการคงอยู่ของผู้ประกันตน (โดยสมัครใจตามมาตรา 40) จำแนกตามอายุสถานภาพสมรสระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการคงอยู่ที่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าทัศนคติด้านองค์กรและด้านสิทธิประโยชน์ที่แตกต่างกันกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการคงอยู่ของผู้ประกันตน

(โดยสมัครใจตามมาตรา 40) ด้านความไว้วางใจ ด้านเงินสมทบ ด้านการขยายสิทธิประโยชน์ ด้านช่องทางการจ่ายเงินมทบ และด้านการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน

(ปัญญาภร วงศ์ฉายา, 2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การรับรู้และการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดแพร่ งานวิจัยแสดงว่า ผู้ประกันตนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 55 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส การศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพรับจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เมื่อปี พ.ศ. 2557 การรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคมมาตรา 40 พบว่า มีการรับรู้มากที่สุดในด้านความรู้เกี่ยวกับหลักประกันสังคมมาตรา 40 และมีการรับรู้น้อยที่สุดด้านความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ทดแทนที่ได้รับ เหตุผลที่สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 จากญาติ/บุคคลในครอบครัวเป็นผู้สมัครให้เพื่อเป็นหลักประกันต่อตนเองและครอบครัว เมื่อประสบเหตุเดือดร้อน เลือกสมัครทางเลือกที่ 2 (150 บาท) มากที่สุด เพราะไม่กระทบต่อรายได้ของตนเองและครอบครัว สามารถจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนแบบรายเดือน สะดวกที่จะจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนที่หน่วยบริการเคลื่อนที่/สาขาต่าง ๆ ของสำนักงานประกันสังคม สถานที่/ช่องทางการชำระเงินสมทบมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ โดยมีปัญหาอุปสรรคด้านความรู้ต่อเงื่อนไขสิทธิ์มากที่สุด รองลงมาเป็นปัญหาอุปสรรคด้านการจ่ายเงินสมทบ การทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรกับการรับรู้เกี่ยวกับการประกันสังคมมาตรา 40 พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับ อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เมื่อปีที่แตกต่างกัน มีการรับรู้เกี่ยวกับการประกันสังคมมาตรา 40 ที่แตกต่างกัน และยังพบว่า อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับ อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เมื่อปีที่แตกต่างกันมีปัญหาอุปสรรคการเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ที่แตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 กับระดับปัญหาอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 พบว่า เหตุผลที่สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เหตุผลที่เลือกเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 การสมัครเป็นผู้ประกันตนทางเลือก และความสามารถจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนได้ กับปัญหาอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ พบว่า อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปีที่สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 และเหตุผลการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 แตกต่างกัน มีปัญหาอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระที่แตกต่างกัน

(ธัญภรณ์ เรือนดี, 2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การรับรู้และการเข้าร่วมในระบบหลักประกันสังคมแบบสมัครใจ (มาตรา 40) งานวิจัยแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-45 ปี และสถานภาพสมรส โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และเป็นผู้มีสิทธิในการรักษาพยาบาลตามหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ส่วนใหญ่เข้าร่วมเป็นผู้ประกันตนในระบบหลักประกันสังคมแบบสมัครใจ (มาตรา 40) มาแล้ว 4-6 เดือน เลือกใช้ ประกันสังคมทางเลือกที่ 2 จ่ายเงินสมทบ 150 บาท/เดือน และมีความสนใจด้วยตนเองในการเข้าร่วม เป็นผู้ประกันตนในระบบหลักประกันสังคมแบบสมัครใจ (มาตรา 40) ผลการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับหลักประกันสังคมแบบสมัครใจ (มาตรา 40) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยในด้านคุณสมบัติของผู้สมัครและด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมตามหลักประกันสังคมแบบสมัครใจ (มาตรา 40) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับ 1 คือ ด้านการจ่ายเงินสมทบ รองลงมา คือ ด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านช่องทางการติดต่อ เมื่อทำการเปรียบเทียบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ย พบว่าอายุและระดับการรับรู้ที่ต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมตามหลักประกันสังคมแบบสมัครใจ (มาตรา 40) ด้านช่องทางการติดต่อแตกต่างกัน ขณะที่อาชีพหลักที่ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมตามหลักประกันสังคมแบบสมัครใจ (มาตรา 40) ด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

(ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง 2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาแสดงว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เพื่อเก็บออมเงิน รองลงมาคือ เพื่อลดหย่อนภาษี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการถือกรมธรรม์ ณ ปัจจุบัน จำนวน 1 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 64.1 โดยมีการสืบค้นข้อมูลหรือได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านตัวแทนจำหน่ายมากที่สุดถึง รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต และจากครอบครัว/ญาติ สำหรับการซื้อกรมธรรม์ส่วนใหญ่จะซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทประกันชีวิต และชำระเบี้ยประกันเป็นรายปีด้วยเงินสดที่ธนาคารพาณิชย์ ซึ่งโดยรวมแล้วมีเบี้ยประกันชีวิตอยู่ในช่วง 10,001-30,000 บาท นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 6 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านชื่อเสียงบริษัทและระยะเวลาของกรมธรรม์ ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริม

การตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคา ตามลำดับสำหรับปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และสถานภาพ ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามระดับรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

(รัชนีบูล น้ำใจดี, 2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเลือกใช้สิทธิการรักษาภายใต้ระบบประกันสุขภาพในประเทศไทย งานวิจัยแสดงว่า มีผู้ป่วยไม่ใช้สิทธิการรักษาพื้นฐานร้อยละ 28.3 และร้อยละ 64.8 เคยเปลี่ยนสิทธิการรักษาในรอบ 2 ปี มีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สิทธิการรักษา ดังนี้ ปัจจัยที่มีอยู่ก่อน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และทัศนคติด้านการรักษา และพบว่าผู้ป่วยที่มีอายุ มากกว่า 37 ปี ผู้ป่วยที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้ที่มีทัศนคติด้านการรักษา ระดับปานกลางขึ้นไป จะใช้สิทธิการรักษาพื้นฐานของตนเป็นส่วนใหญ่ ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ รายได้และสิทธิการรักษาพื้นฐาน โดยพบว่า ผู้ป่วยที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท ผู้ที่มีสิทธิสวัสดิการข้าราชการจะใช้สิทธิการรักษาพื้นฐานของตนเป็นส่วนใหญ่ ปัจจัยด้านความจำ เป็น ได้แก่ การมีโรคประจำตัวและลักษณะของความเจ็บป่วย โดยพบว่า ผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัวและ มีลักษณะอาการของโรคเรื้อรังจะใช้สิทธิการรักษาพื้นฐานของตนเป็นส่วนใหญ่ โดยปัจจัยเหล่านี้ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สิทธิการรักษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P<.05) ผู้ป่วยส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.5 มีความเห็นว่า ระบบประกันสุขภาพควรมีระบบเดียวกันทั้งประเทศ ผู้ป่วยร้อยละ 55.5 มีความเห็นว่า ควรมีส่วนร่วมจ่าย ซึ่งมีความสามารถจ่ายได้เฉลี่ย 95.33 บาทต่อครั้ง

(เกศวิทู ทิพยศ, 2557) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยแสดงว่า

1. พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ถ้าหาก (1) การทำธุรกรรมของลูกค้าผ่านทางธนาคารออนไลน์ได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องแม่นยำ (2) ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมออนไลน์กับเว็บไซต์ของธนาคาร (3) ลูกค้าสามารถเข้าถึงเว็บเพจของธนาคารได้ อย่างรวดเร็วและง่ายดาย (4) การทำธุรกรรมผ่านทางเว็ปของธนาคารสามารถดำเนินการจนเสร็จบริบูรณ์ ด้วยความรวดเร็ว และ (5) ธนาคารช่วยแก้ปัญหาที่ฉันพบกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่าส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาบริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กล่าวได้ว่า การรับรู้ของผู้ประกันตนเกี่ยวกับเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์ของประกันสังคมถือเป็นสิทธิประโยชน์พื้นฐานที่ประชาชนพึงได้รับการคุ้มครอง 5 กรณี คือ กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย กรณีทุพพลภาพ กรณีตาย กรณีชราภาพ และกรณีสงเคราะห์บุตรให้ได้รับประโยชน์ทดแทนมีรายได้อย่างต่อเนื่อง จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ความรู้และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้ประกันตน มีการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ต่างกัน ตามปัจจัยทางด้านบุคคลและปัจจัยภายนอก ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษาจังหวัดราชบุรี” ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ การศึกษาข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การออกแบบสอบถาม ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความจากหนังสือต่างๆ และทฤษฎีข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามีการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ การสำรวจในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ขั้นตอนและวิธีการวิจัยมีดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการทำการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบอาชีพอิสระที่สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ที่นำส่งเงินสมทบ ณ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดราชบุรี จำนวนทั้งสิ้น 13,9464 คน ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (สำนักงานประกันสังคมจังหวัดราชบุรี 2562)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Size) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane และกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

สูตร $n = \frac{N}{1+N(e)^2}$

N = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากรที่ต้องการใช้ในการวิจัย

e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าตามสูตรจะได้

$N = \frac{13,464}{1+13,464(0.05)^2}$

= 400 คน

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ สำนักงานประกันสังคม จังหวัดราชบุรี โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สิทธิการรักษาพยาบาล สมัครเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 เมื่อปี พ.ศ.ใด ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารงานประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทางไหน ประกอบด้วย 6 ข้อ ได้แก่ สื่อออฟไลน์ (หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์) วิทยุ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ (คลิป facebook line) เพื่อน เจ้าหน้าที่ประกันสังคม รูปแบบข้อคำถามเป็นแบบมาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว กำหนดให้แต่ละข้อมีคำตอบ 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

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

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกประกันสังคม มาตรา 40 แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด โดยให้คะแนนน้ำหนัก (Multiple Rating List Scale Questions) และเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งเป็นสเกลที่แสดงถึงระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันสังคม มาตรา 40 ในระดับความคิดที่เห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงระดับความคิดที่ไม่เห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวนข้อคำถาม 22 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ขั้นที่ 1 สร้างแบบสอบถามโดยศึกษาจากเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง มีกระบวนการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพ โดยสร้างคำถามตามกรอบประเด็นที่กำหนด และตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ผู้ชำนาญจำนวน 3 คน

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงของเนื้อหา (Content Validity) รายข้อเพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 มาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม จากกนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไขความชัดเจนของภาษาตามข้อเสนอแนะของผู้ชำนาญการ และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์คุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.957 ดังนั้นค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับไม่น้อยกว่า 0.70 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามที่ได้มาหาจุดบกพร่อง และปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

ขั้นที่ 6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุง แก้ไขแล้ว ไปเก็บข้อมูลภาคสนาม จำนวน 400 ชุด

ขั้นที่ 7 รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลการวิจัย และสรุปผล

4. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 ถึงเดือนธันวาคม 2563 โดยมีระยะเวลาในการดำเนินงาน ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงระยะเวลาดำเนินงาน

รายการ	2562		2563										
	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ศึกษาความเป็นมาและความสำคัญ	←			→									
ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง			←							→			
เก็บและรวบรวมข้อมูล				←								→	
วิเคราะห์ข้อมูล										←		→	
สรุปผลการวิจัย										←		→	
นำเสนอผลงานวิจัย										←			→
ทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	←												→

5.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในครั้งนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการแจกแบบสอบถาม โดยการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ สำหรับผู้ประกันตนมาตรา 40 ที่มาจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมมาตรา 40 ณ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดราชบุรี และจุดหน่วยบริการเคลื่อนตามอำเภอต่างๆ ในจังหวัดราชบุรี

5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและบทความต่างๆ เพื่อทบทวนศึกษาวิจัยในประเด็นนี้ การทบทวนทำให้ทฤษฎี กรอบแนวคิดและเค้าโครงในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้งหนึ่ง แล้วดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

6.1 นำแบบสอบถามที่คัดเลือกทั้งหมดลงหมายเลขประจำฉบับ โดยเรียงลำดับจาก 001 – 400

6.2 จัดทำคู่มือลงรหัส (Code Book)

6.3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรู้สำหรับการวิจัยในทางสังคมศาสตร์ช่วยในการประมวลผลข้อมูลโดยระเบียบวิธีสถิติ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

6.3.1 แปลความหมายของข้อมูลตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.3.2 แปลความหมายของข้อมูลตอนที่ 2 ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 โดยการหาค่าเฉลี่ยของระดับคะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

ดังนั้นช่วงคะแนน = 0.8

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับการตัดสินใจได้ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีระดับการรับรู้มากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีระดับการรับรู้มาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	มีระดับการรับรู้ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับการรับรู้น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับการรับรู้น้อยที่สุด

จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบความมีนัยสำคัญ โดยใช้ t-test, ANOVA ซึ่งกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

6.3.3 แปลความหมายของข้อมูลตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกประกันสังคม มาตรา 40 แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ

สำคัญมากที่สุด เท่ากับ 4 คะแนน
สำคัญมาก เท่ากับ 3 คะแนน
สำคัญปานกลาง เท่ากับ 2 คะแนน
สำคัญน้อย เท่ากับ 1 คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด เท่ากับ 0 คะแนน

6.3.4 แปลความหมายของข้อมูลตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ประกอบด้วย ระยะเวลาเข้าร่วม แบบประกันสังคมที่เลือก ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การชำระเงินสมทบ และการใช้สิทธิ์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

6.3.5 การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบเหตุผลในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติ T-Test สำหรับตัวแปรกลุ่มย่อย 2 กลุ่ม คือ เพศ และใช้สถิติ F-test สำหรับตัวแปรกลุ่มย่อยมากกว่า 2 กลุ่ม คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี Least Significance Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.3.6 หาความสัมพันธ์ของการรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s product – moment correlation) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เกณฑ์การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.76–0.99 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.56–0.75 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.26–0.55 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01–0.25 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรง

6.4 สรุปผลการศึกษา ตลอดจนเสนอคำแนะนำ และการจัดทำเป็นรูปเล่ม เพื่อรายงานผลการศึกษาต่อไป (กันยา สุวรรณแสง, 2544)

7. งบประมาณในการดำเนินงาน

ค่าถ่ายเอกสาร	4,000 บาท
ค่าจ้างสำรวจ 20 คนๆ ละ 200 บาท จำนวน 4 วัน	2,000 บาท
ค่าน้ำมันในการเดินทาง	5,000 บาท
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	5,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น	16,000 บาท

(หนึ่งหมื่นหกพันบาทถ้วน)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 และความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Df	แทน	องศาอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลรวมของกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Sum of square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกำลังสอง (Mean of square)

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการหาจำนวนและค่าร้อยละ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 2 - 7

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศและอายุ

(n = 400)

อายุ		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
15 – 30 ปี	**จำนวน**	20	29	**49**
	(ร้อยละ)	5	7.25	**12.25**
31 – 40 ปี	**จำนวน**	100	97	**197**
	(ร้อยละ)	25	24.25	**49.25**
41 – 50 ปี	**จำนวน**	22	100	**122**
	(ร้อยละ)	5.5	25	**30.5**
51 – 60 ปี	**จำนวน**	11	21	**32**
	(ร้อยละ)	2.75	5.25	**8**
รวม	**จำนวน**	**153**	**247**	**400**
	(ร้อยละ)	**38.25**	**61.75**	**100**

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ตามลำดับ

ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 รองลงมา ได้แก่ มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ถัดมา ได้แก่ มีอายุระหว่าง 15 – 30 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศและสถานภาพ

(n = 400)

สถานภาพ		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
โสด	**จำนวน**	26	87	**113**
	(ร้อยละ)	6.5	21.75	**28.25**
สมรส	**จำนวน**	122	128	**250**
	(ร้อยละ)	30.5	32	**62.5**
หม้าย/หย่าร้าง	**จำนวน**	5	32	**37**
	(ร้อยละ)	1.25	8	**9.25**
อื่นๆ	**จำนวน**	0	0	**0**
	(ร้อยละ)	0	0	**0**
รวม	**จำนวน**	**153**	**247**	**400**
	(ร้อยละ)	**38.25**	**61.75**	**100**

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาได้แก่ มีสถานภาพโสด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ สถานภาพสมรส จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 ส่วนเพศหญิง สถานภาพสมรส จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ และระดับการศึกษา

(n = 400)

ระดับการศึกษา		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
ไม่ได้เรียนหนังสือ	จำนวน	0	0	**0**
	(ร้อยละ)	0	0	**0**
ประถมศึกษา	จำนวน	7	2	**9**
	(ร้อยละ)	1.75	0.5	**2.25**
ไม่ได้เรียนหนังสือ	จำนวน	0	0	**0**
	(ร้อยละ)	0	0	**0**
ประถมศึกษา	จำนวน	7	2	**9**
	(ร้อยละ)	1.75	0.5	**2.25**
ม.ต้น	จำนวน	6	15	**21**
	(ร้อยละ)	1.5	3.75	**5.25**
ม.ปลาย	จำนวน	7	19	**26**
	(ร้อยละ)	1.75	4.75	**6.5**
ปวส.	จำนวน	63	50	**113**
	(ร้อยละ)	15.75	12.5	**28.25**
ปริญญาตรี	จำนวน	66	156	**222**
	(ร้อยละ)	16.5	39	**55.5**
สูงกว่า ป.ตรี	จำนวน	4	5	**9**
	(ร้อยละ)	1	1.25	**2.25**
รวม	จำนวน	**153**	**247**	**400**
	(ร้อยละ)	**38.25**	**61.75**	**100**

ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมา ได้แก่ มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ถัดมา ได้แก่ มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนเท่ากัน 9 คน คิดเป็นร้อยละเท่ากัน 2.25 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ส่วนเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ

(n = 400)

อาชีพ		**เพศ**		**รวม**
		ชาย	**หญิง**	
รับจ้าง	จำนวน	31	127	**158**
	(ร้อยละ)	7.75	31.75	**39.5**
เกษตรกร	จำนวน	68	26	**94**
	(ร้อยละ)	17	6.5	**23.5**
เจ้าของธุรกิจ	จำนวน	42	56	**98**
	(ร้อยละ)	10.5	14	**24.5**
ค้าขาย	จำนวน	10	22	**32**
	(ร้อยละ)	2.5	5.5	**8**
อื่นๆ	จำนวน	2	16	**18**
	(ร้อยละ)	0.5	4	**4.5**
รวม	**จำนวน**	**153**	**247**	**400**
	(ร้อยละ)	**344.25**	**555.75**	**900**

ตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมา ได้แก่ มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ถัดมา ได้แก่ มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 , มีอาชีพค้าขาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีอาชีพอื่นๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ส่วนเพศหญิง อาชีพรับจ้าง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว

(n = 400)

จำนวนสมาชิกในครอบครัว		**เพศ**		**รวม**
		ชาย	**หญิง**	
1-2 คน	จำนวน	65	44	**109**
	(ร้อยละ)	16.25	11	**27.25**
3-4 คน	จำนวน	76	170	**246**
	(ร้อยละ)	19	42.5	**61.5**
5-6 คน	จำนวน	10	28	**38**
	(ร้อยละ)	2.5	7	**9.5**
7 คนขึ้นไป	จำนวน	2	5	**7**
	(ร้อยละ)	190.75	307.5	**498.25**
รวม	**จำนวน**	**153**	**247**	**400**
	(ร้อยละ)	**38.25**	**61.75**	**100**

ตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ตามลำดับ

ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัว ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมา ได้แก่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ถัดมา ได้แก่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 - 6 คน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 7 คนขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ส่วนเพศหญิง มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านจำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(n = 400)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		**เพศ**		**รวม**
		ชาย	**หญิง**	
ต่ำกว่าหรือ	จำนวน	10	43	**53**
เทียบเท่า 15,000	(ร้อยละ)	2.5	10.75	**13.25**
15,000 - 20,000	จำนวน	86	102	**188**
	(ร้อยละ)	21.5	25.5	**47**
20,001 - 25,000	จำนวน	14	31	**45**
	(ร้อยละ)	3.5	7.75	**11.25**
25,001 - 30,000	จำนวน	28	50	**78**
	(ร้อยละ)	7	12.5	**19.5**
30,001 ขึ้นไป	จำนวน	15	21	**36**
	(ร้อยละ)	3.75	5.25	**9**
รวม	**จำนวน**	**153**	**247**	**400**
	(ร้อยละ)	**38.25**	**61.75**	**100**

ตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ถัดมา ได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 , มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และน้อยที่สุด ได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ส่วนเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทางไหน โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 9

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 ด้านผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทาง

(n = 400)

การรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 (ด้านผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทาง)	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับการรับรู้**
8. หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์	3.99	0.718	มาก
9. วิทยุ	3.94	0.825	มาก
10. โทรทัศน์	3.96	0.866	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 ด้านผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทาง

การรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 (ด้านผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทาง)	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับการรับรู้**
8. หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์	3.99	0.718	มาก
9. วิทยุ	3.94	0.825	มาก
10. โทรทัศน์	3.96	0.866	มาก
11. สื่อออนไลน์ เช่น คลิป facebook line	3.23	0.957	ปานกลาง
12. เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ	4.22	0.801	มากที่สุด
13. เจ้าหน้าที่ประกันสังคม	4.07	0.668	มาก
รวม	**3.89**	**0.360**	**มาก**

ตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ด้านผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทางไหน ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมาก ($\bar{x}$= 3.89, S.D. = 0.360) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้วิจัยพบว่า ผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทางเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานหรือญาติ มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.22, S.D. = 0.801) รองลงมา รับรู้ผ่านทางเจ้าหน้าที่ประกันสังคม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$= 4.07, S.D. = 0.668) ถัดมารับรู้ผ่านทางหนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$= 3.99, S.D. = 0.718), โทรทัศน์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$= 3.96 , S.D. = 0.866) , วิทยุ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$= 3.94 , S.D. = 0.825) และน้อยที่สุดรับรู้ผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น คลิป facebook line มีการรับรู้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$= 3.23 , S.D. = 0.957) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) และด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 10 - 14

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40)

(n = 400)

ส่วนประสมทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40))	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับการรับรู้**
14. มีทางเลือกการเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 จำนวน 3 ทางเลือก	4.20	0.807	มาก
15. สามารถสมัครได้ตั้งแต่อายุ 15 ปีบริบูรณ์ถึง 65 ปีบริบูรณ์	4.16	0.855	มาก
16. ผู้สมัครต้องเป็นผู้ระกอบอาชีพอิสระ ไม่มีงานประจำ ไม่มีรายได้ที่แน่นอน ไม่มีสิทธิหรือสวัสดิการใด ๆ ดูแล	4.04	0.794	มาก
17. เงื่อนไขและขั้นตอนการทำประกันสังคม มาตรา 40 ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน	4.33	0.669	มากที่สุด
18. มีความน่าเชื่อถือของกองทุนประกันสังคม	3.79	0.928	มาก
รวม	**4.10**	**0.380**	**มาก**

ตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมาก ($\bar{x}$= 4.10 , S.D. = 0.380) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ เงื่อนไขและขั้นตอนการทำประกันสังคม มาตรา 40 ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.33 , S.D. = 0.669) รองลงมา ได้แก่ มีทางเลือกการเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 จำนวน 3 ทางเลือก มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$= 4.20 , S.D. = 0.807) ถัดมา ได้แก่ สามารถสมัครได้ตั้งแต่อายุ 15 ปีบริบูรณ์ถึง 65 ปีบริบูรณ์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$= 4.16 , S.D. = 0.855), ผู้สมัครต้องเป็นผู้ระกอบอาชีพอิสระ

ไม่มีงานประจำ ไม่มีรายได้ที่แน่นอน ไม่มีสิทธิหรือสวัสดิการใดๆ ดูแล มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.04 , S.D. = 0.794) และน้อยที่สุด ได้แก่ มีความน่าเชื่อถือของกองทุนประกันสังคม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.79 , S.D. = 0.928) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ)

(n = 400)

ส่วนประสมทางการตลาด (ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ))	$\bar{X}$	**S.D.**	**ระดับการรับรู้**
19. ทางเลือกที่ 1 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 70 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 30 บาทต่อเดือน	4.14	0.787	มาก
20. ทางเลือกที่ 2 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 100 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 50 บาทต่อเดือน	4.68	0.590	มากที่สุด
21. ทางเลือกที่ 3 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 300 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 150 บาทต่อเดือน	4.20	0.920	มาก
22. อัตราการจ่ายเงินสมทบมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ	4.06	1.035	มาก
23. รายได้ผู้ประกันตนที่ได้รับสามารถจ่ายเงินสมทบโดยไม่เดือดร้อน	4.36	0.763	มากที่สุด
24. ผู้ประกันตนสามารถจ่ายเงินสมทบได้หลายแบบ เช่น รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี	4.08	0.719	มาก
รวม	**4.25**	**0.406**	**มากที่สุด**

ตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.25 , S.D. = 0.406) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ทางเลือกที่ 2 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 100 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 50 บาทต่อเดือน มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.68 , S.D. = 0.590) รองลงมา ได้แก่ รายได้ผู้ประกันตนที่ได้รับสามารถจ่ายเงินสมทบโดยไม่เดือดร้อน มีการรับรู้อยู่ใน

ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.36 , S.D. = 0.763) ถัดมา ได้แก่ ทางเลือกที่ 3 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 300 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 150 บาทต่อเดือน มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.20 , S.D. = 0.920), ทางเลือกที่ 1 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 70 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 30 บาทต่อเดือน มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.14 , S.D. = 0.787) , ผู้ประกันตนสามารถจ่ายเงินสมทบได้หลายแบบ เช่น รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.08 , S.D. = 0.719) และน้อยที่สุด ได้แก่ อัตราการจ่ายเงินสมทบมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.06 , S.D. = 1.035) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ)

(n = 400)

ส่วนประสมทางการตลาด (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ	$\bar{X}$	**S.D.**	**ระดับการรับรู้**
25. จ่ายได้ที่สำนักงานประกันสังคมจังหวัด และสาขา	3.14	1.015	ปานกลาง
26. ธนาคาร (กรุงไทย, ไทยพาณิชย์, กสิกรไทย, ออมสิน , ธกส.)	3.09	1.240	ปานกลาง
27. ร้าน 7-Eleven	4.51	0.804	มากที่สุด
28. ไปรษณีย์	4.04	0.853	มาก
29. ตัวแทนอาสาสมัคร ผู้นำชุมชน (กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน)	3.98	0.950	มาก
30. หน่วยบริการเคลื่อนที่/สาขาต่าง ๆ ของสำนักงานประกันสังคม	3.91	0.830	มาก
รวม	**3.77**	**0.368**	**มาก**

ตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X}$= 3.77 , S.D. = 0.368) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ร้าน 7-Eleven มีการรับรู้อยู่ใน

ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.51 , S.D. = 0.804) รองลงมา ได้แก่ ไปรษณีย์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.04 , S.D. = 0.853) ถัดมา ได้แก่ ตัวแทนอาสาสมัคร ผู้นำชุมชน (กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.98 , S.D. = 0.950) , หน่วยบริการเคลื่อนที่/สาขาต่าง ๆ ของสำนักงานประกันสังคม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.91 , S.D. = 0.830), จ่ายได้ที่สำนักงานประกันสังคมจังหวัด และสาขา มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$= 3.14 , S.D. = 1.015) และน้อยที่สุด ได้แก่ ธนาคาร (กรุงไทย, ไทยพาณิชย์, กสิกรไทย, ออมสิน, ธกส.) มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$= 3.09 , S.D. = 1.240) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ)

(n = 400)

ส่วนประสมทางการตลาด (ด้านการส่งเสริมการตลาด) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ	$\bar{X}$	**S.D.**	**ระดับการรับรู้**
31. ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้เมื่อเจ็บป่วย	3.93	0.860	มาก
32. ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้เมื่อเกิดทุพพลภาพ (พิการ)	4.60	0.719	มากที่สุด
33. เมื่อเสียชีวิตทายาทจะได้รับเงินค่าทำศพ	3.98	0.778	มาก
34. ได้รับเงินบำเหน็จชราภาพเมื่อเข้าสู่วัยชรา	4.12	0.841	มาก
35. สิทธิประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องกับความต้องการ	3.85	0.734	มาก
รวม	**4.09**	**0.384**	**มาก**

ตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X}$= 4.09 , S.D. = 0.384) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้เมื่อเกิดทุพพลภาพ (พิการ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.60 , S.D. = 0.719) รองลงมา

ได้แก่ ได้รับเงินบำเหน็จชราภาพเมื่อเข้าสู่วัยชรา มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.12 , S.D. = 0.841) ถัดมา ได้แก่ เมื่อเสียชีวิตทายาทจะได้รับเงินค่าทำศพ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.98 , S.D. = 0.778) หน่วยบริการเคลื่อนที่/สาขาต่าง ๆ ของสำนักงานประกันสังคม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.91, S.D. = 0.830) , ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้เมื่อเจ็บป่วย มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.93, S.D. = 0.860) และน้อยที่สุด ได้แก่ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องกับความต้องการ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.85 , S.D. = 0.734) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพรวม

(n = 400)

ส่วนประสมทางการตลาด (ด้านภาพรวม)	$\bar{X}$	**S.D.**	**ระดับการรับรู้**
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40)	4.10	0.380	มาก
2. ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ)	4.25	0.406	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ)	3.77	0.368	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ)	4.09	0.384	มาก
รวม	**4.05**	**0.241**	**มาก**

ตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าระดับการรับรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพรวม การรับรู้อยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X}$= 4.05 , S.D. = 0.241) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.25, S.D. = 0.406) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.10, S.D. = 0.380) ถัดมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.09, S.D. = 0.384) และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.77 , S.D. = 0.368) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 จำแนกตามด้านสมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เมื่อช่วงปี พ.ศ.ใด ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก ด้านผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ/ชักชวนให้เข้าร่วมเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมมาตรา 40 ด้านเหตุผลใดที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 และด้านการใช้สิทธิ์ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกันยายน 2563 โดยการหาจำนวนและค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 15 - 19

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านสมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เมื่อช่วงปี พ.ศ.ใด

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 (ด้านสมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เมื่อช่วงปี พ.ศ.ใด)	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ตั้งแต่ พ.ศ. 2554 - 2556	65	16.25
ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 - 2559	233	58.25
ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 - 2562	83	20.75
ตั้งแต่ พ.ศ. 2563	19	4.75
รวม	**400**	**100.00**

ตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 – 2559 จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมา ได้แก่ สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2562 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ถัดมา ได้แก่ สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ตั้งแต่ พ.ศ. 2554 – 2556 จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ ตั้งแต่ พ.ศ. 2563 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 (ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก)	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ทางเลือกที่ 1 จ่ายเงินสมทบ 70 บาทต่อเดือน	33	8.25
ทางเลือกที่ 2 จ่ายเงินสมทบ 100 บาทต่อเดือน	126	31.50
ทางเลือกที่ 3 จ่ายเงินสมทบ 300 บาทต่อเดือน	241	60.25
รวม	**400**	**100.00**

ตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแบบประกันสังคมที่เลือก ทางเลือกที่ 3 จ่ายเงินสมทบ 300 บาทต่อเดือน จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาได้แก่ มีแบบประกันสังคมที่เลือก ทางเลือกที่ 2 จ่ายเงินสมทบ 100 บาทต่อเดือน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีแบบประกันสังคมที่เลือก ทางเลือกที่ 1 จ่ายเงินสมทบ 70 บาทต่อเดือน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ/ชักชวนให้เข้าร่วมเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมมาตรา 40 (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 (ด้านผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ/ชักชวนให้เข้าร่วมเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมมาตรา 40)	**จำนวน (คำตอบ)**	**ร้อยละ**
มีความสนใจด้วยตนเอง	77	15.16
ญาติพี่น้อง	311	61.22
เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน	67	13.19
เจ้าหน้าที่ประกันสังคม	53	10.43
รวม	**508**	**100.00**

ตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ/ชักชวนให้เข้าร่วมเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมมาตรา 40 ญาติพี่น้อง จำนวน 311 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 61.22 รองลงมา ได้แก่ มีความสนใจด้วยตนเอง จำนวน 77 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.16 ถัดมา ได้แก่ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน จำนวน 67 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.19 และน้อยที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม จำนวน 53 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านเหตุผลใดที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 (ด้านเหตุผลใดที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40)	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
มีปัญหาด้านสุขภาพและความเสี่ยงสูง	31	7.75
เพื่อช่วยเหลือตนเองและครอบครัวเมื่อขาดแคลนรายได้ยามเจ็บป่วย	140	35.00
เพื่อเป็นหลักประกันต่อตนเองและครอบครัวเมื่อประสบเหตุเดือดร้อน	184	46.00
เพื่อเก็บเป็นเงินออมไว้ใช้ยามชราภาพ	45	11.25
รวม	**400**	**100.00**

ตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลใดที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เพื่อเป็นหลักประกันต่อตนเองและครอบครัวเมื่อประสบเหตุเดือดร้อน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา ได้แก่ เพื่อช่วยเหลือตนเองและครอบครัวเมื่อขาดแคลนรายได้ยามเจ็บป่วย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ถัดมา ได้แก่ เพื่อเก็บเป็นเงินออมไว้ใช้ยามชราภาพ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีปัญหาด้านสุขภาพและความเสี่ยงสูง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านการใช้สิทธิ์ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกันยายน 2563

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 (ด้านการใช้สิทธิ์ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกันยายน 2563)	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
กรณีเจ็บป่วย	86	21.50
กรณีทุพพลภาพ	8	2.00
กรณีสงเคราะห์บุตร	27	6.75
ไม่ได้ใช้สิทธิ์	279	69.75
รวม	**400**	**100.00**

ตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้สิทธิ์ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกันยายน 2563 ไม่ได้ใช้สิทธิ์ จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 รองลงมา ได้แก่ กรณีเจ็บป่วย จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ถัดมา ได้แก่ กรณีสงเคราะห์บุตร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และน้อยที่สุด ได้แก่ กรณีทุพพลภาพ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 20 – 27

ตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามเพศ

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ	**t - Test**				
	เพศ	$\bar{x}$	**S.D.**	**t**	**Sig.**
1. ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม	ชาย	2.04	0.715	-2.165	0.031*
	หญิง	2.20	0.743		
2. ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก	ชาย	2.46	0.659	-1.367	0.172
	หญิง	2.55	0.634		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามเพศ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เพศที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.172) และเพศที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.031) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอายุ

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ	**แหล่งความแปรปรวน**	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
1. ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.340	3	0.447	0.824	0.481
	ภายในกลุ่ม	214.820	396	0.542		
	รวม	216.160	399			

ตารางที่ 20 (ต่อ) ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระโดยจำแนกตามอายุ

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ	**แหล่งความแปรปรวน**	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
2. ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก	ระหว่างกลุ่ม	0.370	3	0.123	0.295	0.829
	ภายในกลุ่ม	165.470	396	0.418		
	รวม	165.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอายุ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อายุที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.481) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.829) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระโดยจำแนกตามสถานภาพ

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ	**แหล่งความแปรปรวน**	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
1. ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.808	2	0.904	1.674	0.189
	ภายในกลุ่ม	214.352	397	0.540		
	รวม	216.160	399			
2. ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก	ระหว่างกลุ่ม	0.820	2	0.410	0.986	0.374
	ภายในกลุ่ม	165.020	397	0.416		
	รวม	165.840	399			

ตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามสถานภาพ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.189) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.374) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 21 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ	**แหล่งความแปรปรวน**	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
1. ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม	ระหว่างกลุ่ม	2.577	5	0.515	0.951	0.448
	ภายในกลุ่ม	213.583	394	0.542		
	รวม	216.160	399			
2. ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก	ระหว่างกลุ่ม	1.607	5	0.321	0.771	0.571
	ภายในกลุ่ม	164.233	394	0.417		
	รวม	165.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.448) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.571) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอาชีพ

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ	**แหล่งความแปรปรวน**	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
1. ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม	ระหว่างกลุ่ม	0.703	4	0.176	0.322	0.863
	ภายในกลุ่ม	215.457	395	0.545		
	รวม	216.160	399			
2. ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก	ระหว่างกลุ่ม	0.689	4	0.172	0.412	0.008*
	ภายในกลุ่ม	165.151	395	0.418		
	รวม	165.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอาชีพ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.863) และอาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.008) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านแบบประกันสังคมที่เลือกที่มีผลการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

อาชีพ	$\bar{x}$	ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก				
		รับจ้าง	เกษตรกร	เจ้าของธุรกิจ	ค้าขาย	อื่น ๆ
		2.56	2.48	2.82	2.53	2.61
รับจ้าง	2.56	-	0.413 (0.070)	0.256 (0.263)	0.429 (0.100)	0.875* (0.005)
เกษตรกร	2.48	-	-	-0.157* (0.019)	0.015 (0.911)	0.461* (0.033)
เจ้าของธุรกิจ	2.82	-	-	-	0.173 (0.228)	0.618 (0.094)
ค้าขาย	2.53	-	-	-	-	0.445 (0.075)
อื่น ๆ	2.61	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างด้านแบบประกันสังคมที่เลือกที่มีผลการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า อาชีพต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

อาชีพรับจ้าง ($\bar{x}$= 2.56) มีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ น้อยกว่า อาชีพอื่น ๆ ($\bar{x}$= 2.61)

อาชีพเกษตรกร ($\bar{x}$= 2.48) มีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ น้อยกว่า อาชีพเจ้าของธุรกิจ ($\bar{x}$= 2.82) และอาชีพอื่น ๆ ($\bar{x}$= 2.61)

ตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ	**แหล่งความแปรปรวน**	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
1. ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม	ระหว่างกลุ่ม	0.756	3	0.252	0.463	0.708
	ภายในกลุ่ม	215.404	396	0.544		
	รวม	216.160	399			
2. ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก	ระหว่างกลุ่ม	0.761	3	0.254	0.608	0.610
	ภายในกลุ่ม	165.079	396	0.417		
	รวม	165.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.708) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.610) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(n = 400)

การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ	**แหล่งความแปรปรวน**	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
1. ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม	ระหว่างกลุ่ม	4.240	4	1.060	1.976	0.097
	ภายในกลุ่ม	211.920	395	0.537		
	รวม	216.160	399			
2. ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก	ระหว่างกลุ่ม	3.181	4	0.795	1.931	0.104
	ภายในกลุ่ม	162.659	395	0.412		
	รวม	165.840	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกันทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.708) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.610) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 และความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 28 – 31

ตารางที่ 26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม

การรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40	**การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม**		
	r	**Sig. (2-tailed)**	**ระดับความสัมพันธ์**
1. สื่อออฟไลน์ (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์)	0.522 *	0.000	ปานกลาง
2. สื่อออนไลน์ (website, facebook, line)	0.888*	0.000	สูง
3. เจ้าหน้าที่ประกันสังคม	0.494*	0.000	ต่ำ
4. เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ	0.929*	0.000	สูงมาก
รวม	**0.573***	**0.000**	**ปานกลาง**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม พบว่า โดยภาพรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.573 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ (r = 0.929) มีระดับความสัมพันธ์สูงมาก รองลงมา ได้แก่ สื่อออนไลน์ (website, facebook, line) (r = 0.888) มีระดับความสัมพันธ์สูง ถัดมา ได้แก่ สื่อออฟไลน์ (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์) (r = 0.522) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และด้านที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม (r = 0.494) มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก

การรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40	**การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก**		
	r	**Sig. (2-tailed)**	**ระดับความสัมพันธ์**
1. สื่อออฟไลน์ (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์)	0.591*	.000	ปานกลาง
2. สื่อออนไลน์ (website, facebook, line)	0.566*	.000	ปานกลาง
3. เจ้าหน้าที่ประกันสังคม	0.510*	.000	ปานกลาง
4. เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ	0.924*	.000	สูงมาก
รวม	**0.562***	**.000**	**ปานกลาง**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก พบว่า โดยภาพรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.562 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ (r = 0.924) มีระดับความสัมพันธ์สูงมาก รองลงมา ได้แก่ สื่อออฟไลน์ (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์) (r = 0.591) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ถัดมา ได้แก่ สื่อออนไลน์ (website, facebook, line) (r = 0.566) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และด้านที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม (r = 0.510) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม

ส่วนประสมทางการตลาด	**การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม**		
	r	**Sig. (2-tailed)**	**ระดับความสัมพันธ์**
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40)	0.755*	.000	สูง
2. ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ)	0.604*	.000	ปานกลาง
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ)	0.559*	.000	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ)	0.486*	.000	ต่ำ
รวม	**0.735***	**.000**	**สูง**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม พบว่า โดยภาพรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.735 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์สูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) (r = 0.755) มีระดับความสัมพันธ์สูง รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) (r = 0.604) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ถัดมา ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) (r = 0.559) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และด้านที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) (r = 0.486) มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ตามลำดับ

ตารางที่ 29 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน แสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก

ส่วนประสมทางการตลาด	**การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก**		
	r	**Sig. (2-tailed)**	**ระดับความสัมพันธ์**
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40)	0.695*	.000	ปานกลาง
2. ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ)	0.669*	.000	ปานกลาง
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ)	0.535*	.000	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ)	0.376*	.000	ต่ำ
รวม	**0.624***	**.000**	**ปานกลาง**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน บ่งบอกความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก พบว่า โดยภาพรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.624 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) (r = 0.695) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) (r = 0.669) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ถัดมา ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) (r = 0.535) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และด้านที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) (r = 0.376) มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ศึกษาดังต่อไปนี้ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตัดสินใจเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี 3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกับประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี และ4) ศึกษาการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบอาชีพอิสระที่สมัครเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ที่นำส่งเงินสมทบ ณ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดราชบุรี จำนวน 13,464 คน โดยผู้วิจัยได้ใช้การคำนวณสูตรของ ทาโร ยามาเน ให้ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล ตรวจให้คะแนนแล้วลงรหัสนำไปวิเคราะห์และประมวลผลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1.1 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบอาชีพอิสระที่สมัครเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ที่นำส่งเงินสมทบ ณ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดราชบุรี ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

1.3 เพื่อวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

1.4 เพื่อวิเคราะห์การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติอ้างอิง (Inferential statistics)

2.1 การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test และสถิติทดสอบค่า F-test ในการวิเคราะห์ความทางเดียว (One way ANOVA) กรณีพบว่าความแปรปรวนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ (Multiple comparison) โดยใช้วิธีของ LSD (Least significant difference) โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

2.2 ในการวิเคราะห์เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 และความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ใช้สถิติสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 รองลงมา ได้แก่ มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ถัดมา ได้แก่ มีอายุระหว่าง 15 – 30 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 มีสถานภาพสมรส จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา ได้แก่ มีสถานภาพโสด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และ

น้อยที่สุด ได้แก่ มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมา ได้แก่ มีระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ถัดมา ได้แก่ มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 , มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนเท่ากัน 9 คน คิดเป็นร้อยละเท่ากัน 2.25 มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมา ได้แก่ มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ถัดมา ได้แก่ มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 , มีอาชีพค้าขาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมา ได้แก่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ถัดมา ได้แก่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 - 6 คน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 7 คนขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ถัดมา ได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 , มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และน้อยที่สุด ได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40

พบว่า ด้านผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทางไหน ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทางเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ถัดมา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, โทรทัศน์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, วิทยุ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด ได้แก่ สื่อออนไลน์ เช่น คลิป facebook line มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ เงื่อนไขและขั้นตอนการทำประกันสังคม มาตรา 40 ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีทางเลือกการเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 จำนวน 3 ทางเลือก มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ถัดมา ได้แก่ สามารถสมัครได้ตั้งแต่อายุ 15 ปีบริบูรณ์ถึง 65 ปีบริบูรณ์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, ผู้สมัครต้องเป็นผู้ระกอบอาชีพอิสระ ไม่มีงานประจำ ไม่มีรายได้ที่แน่นอน ไม่มีสิทธิหรือสวัสดิการใดๆ ดูแล มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด ได้แก่ มีความน่าเชื่อถือของกองทุนประกันสังคม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ทางเลือกที่ 2 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 100 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 50 บาทต่อเดือน มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ รายได้ผู้ประกันตนที่ได้รับสามารถจ่ายเงินสมทบโดยไม่เดือดร้อน มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ถัดมา ได้แก่ ทางเลือกที่ 3 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 300 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 150 บาทต่อเดือน มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, ทางเลือกที่ 1 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 70 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 30 บาทต่อเดือน มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, ผู้ประกันตนสามารถจ่ายเงินสมทบได้หลายแบบ เช่น รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด ได้แก่ อัตราการจ่ายเงินสมทบมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ร้าน 7-Eleven มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ไปรษณีย์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ถัดมา ได้แก่ ตัวแทนอาสาสมัคร ผู้นำชุมชน (กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, หน่วยบริการเคลื่อนที่/สาขาต่างๆ ของสำนักงานประกันสังคม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, จ่ายได้ที่สำนักงานประกันสังคมจังหวัดและสาขา มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุด ได้แก่ ธนาคาร (กรุงไทย, ไทยพาณิชย์, กสิกรไทย, ออมสิน, ธกส.) มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้เมื่อเกิดทุพพลภาพ (พิการ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ได้รับเงินบำเหน็จชราภาพเมื่อเข้าสู่วัยชรา มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ถัดมา ได้แก่ เมื่อเสียชีวิตทายาทจะได้รับเงินค่าทำศพ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, หน่วยบริการเคลื่อนที่/สาขาต่างๆ ของสำนักงานประกันสังคม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้เมื่อเจ็บป่วย มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด ได้แก่ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องกับความต้องการ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านภาพรวม ภาพรวมการรับรู้อยู่ที่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ถัดมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 – 2559 จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมา ได้แก่ สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2562 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ถัดมา ได้แก่ สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ตั้งแต่ พ.ศ. 2554 – 2556 จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ ตั้งแต่ พ.ศ. 2563 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 มีแบบประกันสังคมที่เลือก ทางเลือกที่ 3 จ่ายเงินสมทบ 300 บาทต่อเดือน จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมา ได้แก่ มีแบบประกันสังคมที่เลือก ทางเลือกที่ 2 จ่ายเงินสมทบ 100 บาทต่อเดือน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีแบบประกันสังคมที่เลือก ทางเลือกที่ 1 จ่ายเงินสมทบ 70 บาทต่อเดือน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ/ชักชวนให้เข้าร่วมเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมมาตรา 40 ญาติพี่น้อง จำนวน 311 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 61.22 รองลงมา ได้แก่ มีความสนใจด้วยตนเอง จำนวน 77 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.16 ถัดมา ได้แก่ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน จำนวน 67 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.19 และน้อยที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม จำนวน 53 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 10.43 มีเหตุผลใดที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เพื่อ

เป็นหลักประกันต่อตนเองและครอบครัวเมื่อประสบเหตุเดือดร้อน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา ได้แก่ เพื่อช่วยเหลือตนเองและครอบครัวเมื่อขาดแคลนรายได้ยามเจ็บป่วย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ถัดมา ได้แก่ เพื่อเก็บเป็นเงินออมไว้ใช้ยามชราภาพ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ มีปัญหาด้านสุขภาพและความเสี่ยงสูง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 มีการใช้สิทธิ์ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกันยายน 2563 ไม่ได้ใช้สิทธิ์ จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 รองลงมา ได้แก่ กรณีเจ็บป่วย จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ถัดมา ได้แก่ กรณีสงเคราะห์บุตร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และน้อยที่สุด ได้แก่ กรณีทุพพลภาพ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

5. ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่า จำแนกตามเพศ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เพศที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.172) และเพศที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.031) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามอายุ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อายุที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.481) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.829) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามสถานภาพ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.189) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.374) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามระดับการศึกษา เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.448) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.571) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามอาชีพ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.863) และอาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.008) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบความแตกต่างด้านแบบประกันสังคมที่เลือกที่มีผลการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยจำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า อาชีพต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ อาชีพรับจ้าง ($\bar{X}$= 2.56) มีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ น้อยกว่า อาชีพอื่น ๆ ($\bar{X}$= 2.61) อาชีพเกษตรกร ($\bar{X}$= 2.48) มีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ น้อยกว่า อาชีพเจ้าของธุรกิจ ($\bar{X}$= 2.82) และอาชีพอื่นๆ ($\bar{X}$= 2.61)

จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.708) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.610) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ ไม่แตกต่างกัน ทุกด้าน ได้แก่ ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม (Sig. 0.708) และด้านแบบประกันสังคมที่เลือก (Sig. 0.610) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 และความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40 กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

พบว่า ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม พบว่า โดยภาพรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.573

นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ (r = 0.929) มีระดับความสัมพันธ์สูงมาก รองลงมา ได้แก่ สื่อออนไลน์ (website, facebook, line) (r = 0.888) มีระดับความสัมพันธ์สูง ถัดมา ได้แก่ สื่อออฟไลน์ (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์) (r = 0.522) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และด้านที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม (r = 0.494) มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ตามลำดับ

ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก พบว่า โดยภาพรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.562 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ (r = 0.924) มีระดับความสัมพันธ์สูงมาก รองลงมา ได้แก่ สื่อออฟไลน์ (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์) (r = 0.591) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ถัดมา ได้แก่ สื่อออนไลน์ (website, facebook, line) (r = 0.566) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และด้านที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม (r = 0.510) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ตามลำดับ

6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

พบว่า ด้านระยะเวลาที่อยู่ในระบบประกันสังคม พบว่า โดยภาพรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.735 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์สูง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) (r = 0.755) มีระดับความสัมพันธ์สูง รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) (r = 0.604) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ถัดมา ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) (r = 0.559) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และด้านที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) (r = 0.486) มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ตามลำดับ

ด้านแบบประกันสังคมที่เลือก พบว่า โดยภาพรวม มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.624 นั่นคือ ตัวแปรมี

ความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) (r = 0.695) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ) (r = 0.669) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ถัดมา ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) (r = 0.535) มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และด้านที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) (r = 0.376) มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 มีผลการทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ และอาชีพ มีผลต่อการเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40

ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อการเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40

2. ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับการประกันสังคม มาตรา 40 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ มีผลการทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับการประกันสังคม มาตรา 40 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระทุกด้าน

สรุปสมมติฐาน

สมมติฐาน	ยอมรับสมมติฐาน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40		
1. เพศ	✓	
2. อายุ		X
3. สถานภาพ		X
4. ระดับการศึกษา		X
5. อาชีพ	✓	
6. จำนวนสมาชิกในครอบครัว		X
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		X
ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับการประกันสังคม มาตรา 40 มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ		
1. สื่อออฟไลน์ (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์)	✓	
2. สื่อออนไลน์ (website, facebook, line)	✓	
3. เจ้าหน้าที่ประกันสังคม	✓	
4. เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ	✓	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ		
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40)	✓	
2. ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ)	✓	
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ)	✓	
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ)	✓	

สัญลักษณ์ ✓ คือ มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สัญลักษณ์ X คือ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนำมาอภิปรายผล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตัดสินใจเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่าเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับประไพศรี ธรรมวิริยะวงศ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติต่อการคงอยู่ของผู้ประกันตนโดยสมัครใจตามมาตรา 40 ของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดปทุมธานี งานวิจัยแสดงว่า ด้านผู้ประกันตนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีอายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 38.91 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสมีการศึกษาระดับปริญญาตรี เช่นเดียวกันกับ แสงนภา เนติเจียม (2559) ได้ทำการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนเป็นเป็นผู้ประกันตนของแรงงานนอกระบบในจังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีสถานภาพสมรส

2. การรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทางเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ญาติ มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ถัดมา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, โทรทัศน์ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก, วิทยุ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด ได้แก่ สื่อออนไลน์ เช่น คลิป facebook line มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ ธมนวรรณ (2556) เรื่อง การตัดสินใจสมัครเป็นผู้ประกันตนตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2542 มาตรา 40 พบว่า ระดับการตัดสินใจสมัครเป็นผู้ประกันตนตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2542 มาตรา 40 ของแรงงานนอกระบบในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้านภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ โดยการได้รับการชักชวนจากเพื่อนหรือคนรู้จักอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ขณะที่การศึกษาของ ปัญญาภร วงศ์ฉายา (2559) เรื่อง การรับรู้และการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดแพร่ พบว่า เหตุผลที่สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 จากญาติ/ บุคคลในครอบครัวเป็นผู้สมัครให้

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกับประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี พบว่า ระดับที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ)

ทางเลือกที่ 2 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 100 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 50 บาทต่อเดือน มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ถัดมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ) มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ เกศวิทู ทิพยศ (2557) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาบริการ ขณะที่การศึกษาของ ธมนวรรณ (2556) เรื่อง การตัดสินใจสมัครเป็นผู้ประกันตนตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2542 มาตรา40 พบว่า ผู้ประกันตนตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2542 มาตรา 40 ของแรงงานนอกระบบในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่จ่ายเงินสมทบแบบจ่าย 150 บาทต่อเดือน โดยจ่าย 100 บาท รัฐร่วมจ่าย 50 บาท เช่นเดียวกันกับ การศึกษาของ ปัญญาภร วงศ์ฉายา (2559) เรื่อง การรับรู้และการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ สำนักงานประกันสังคมจังหวัดแพร่ พบว่า ผู้ประกันตนตามมาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระสำนักงานประกันสังคมจังหวัดแพร่ เลือกสมัครทางเลือกที่ 2 (150 บาท) มากที่สุด เพราะไม่กระทบต่อรายได้

4. การตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี พบว่า สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ตั้งแต่ พ.ศ. 2557–2559 แบบประกันสังคมที่เลือก คือ ทางเลือกที่ 3 จ่ายเงินสมทบ 300 บาทต่อเดือน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ/ชักชวนให้เข้าร่วมเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมมาตรา 40 ญาติพี่น้อง มีเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เลือกเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เพื่อเป็นหลักประกันต่อตนเองและครอบครัวเมื่อประสบเหตุเดือดร้อน ไม่มีการใช้สิทธิ์ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกันยายน 2563 ผลการศึกษาพบว่า ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาแสดงว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เพื่อเก็บออมเงิน รองลงมาคือ เพื่อลดหย่อนภาษี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการถือกรมธรรม์ ณ ปัจจุบันจำนวน 1 กรมธรรม์ คิดเป็นร้อยละ 64.1 โดยมีการสืบค้นข้อมูลหรือได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านตัวแทนจำหน่าย อินเทอร์เน็ต และจากครอบครัว/ญาติ

ข้อเสนอแนะ

1. ประชากรศาสตร์ด้านเพศหญิงและอาชีพรับจ้างมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ดังนั้นเราควรรักษาระดับการรับรู้ไว้ให้อยู่ในระดับมากและมากที่สุด และไปเสริมสร้างการรับรู้ด้านประกันสังคม มาตรา 40 ให้กับเพศชายและอาชีพอื่นๆ ให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

2. การรับรู้ข่าวสารประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี มีการรับรู้ทางช่องทางเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ญาติ อยู่ในระดับมากที่สุด สำนักงานประกันสังคมจังหวัดราชบุรีควรเพิ่มช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้มีการรับรู้ไปสู่กลุ่มอื่นๆ ให้มากขึ้น และมีจำนวนผู้สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 ก็มากขึ้นด้วย

3. การรับรู้ข่าวสารประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี ช่องทางสื่อออนไลน์ ต้องมีการสื่อสารข้อมูลให้น่าสนใจ เพิ่มความถี่การเผยแพร่ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจนสำหรับประชาชน ชาวบ้านทั่วๆไป หากมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องสิทธิประโยชน์ หรือข้อมูลด้านอื่นของหลักประกันสังคม ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้รับทราบข้อมูลเป็นระยะๆ

4. ควรมีการศึกษาถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประกันสังคมของผู้ประกันตนมาตรา 40 ของสำนักงานประกันสังคมจังหวัดอื่นๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบแนวทางในการพัฒนาการรับรู้ต่อไป

5. ส่วนประสมทางการตลาด มีความสำคัญกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ในทุกด้าน ดังนั้น ควรนำข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมาสร้างการรับรู้ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบอาชีพอิสระอื่นๆ ที่ยังไม่เห็นความสำคัญในการสร้างหลักประกันความมั่นคงให้หันมาสมัครเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 เพิ่มมากขึ้นและทั่วถึง

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระ กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตัดสินใจเข้าสู่ระบบประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี
2. ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี
3. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกับประกันสังคม มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี
4. ศึกษาการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 ของผู้ประกอบอาชีพอิสระในจังหวัดราชบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน
   ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
   ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40
   ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
   ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40
   ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ
2. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน
3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามในครั้งนี้จะเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

   ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

   ☐ 15 – 30 ปี ☐ 31 – 40 ปี

   ☐ 41 – 50 ปี ☐ 51 – 60 ปี

3. สถานภาพ

☐ โสด ☐ สมรส

☐ หม้าย / หย่าร้าง ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ระดับการศึกษา

☐ ไม่ได้เรียนหนังสือ ☐ ประถมศึกษา

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ อนุปริญญา/ปวส. ☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ รับจ้าง ☐ เกษตรกร

☐ เจ้าของธุรกิจ ☐ ค้าขาย

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

☐ 1-2 คน ☐ 3-4 คน

☐ 5-6 คน ☐ 7 คนขึ้นไป

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ประกันสังคม มาตรา 40

ปัจจัยการรับรู้	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ผู้ประกันตนรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประกันสังคม มาตรา 40 ทางช่องทางไหน					
8. หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์					
9. วิทยุ					
10. โทรทัศน์					
11. สื่อออนไลน์ เช่น คลิป facebook line					
12. เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน / ญาติ					
13. เจ้าหน้าที่ประกันสังคม					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์ (ประกันสังคม มาตรา 40)					
14. มีทางเลือกการเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40 จำนวน 3 ทางเลือก					
15. สามารถสมัครได้ตั้งแต่อายุ 15 ปีบริบูรณ์ถึง 65 ปีบริบูรณ์					
16. ผู้สมัครต้องเป็นผู้ระกอบอาชีพอิสระ ไม่มีงานประจำ ไม่มีรายได้ที่แน่นอน ไม่มีสิทธิหรือสวัสดิการใด ๆ ดูแล					
17. เงื่อนไขและขั้นตอนการทำประกันสังคม มาตรา 40 ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน					
18. มีความน่าเชื่อถือของกองทุนประกันสังคม					
ด้านราคา (อัตราเงินสมทบ)					
19. ทางเลือกที่ 1 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 70 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 30 บาทต่อเดือน					
20. ทางเลือกที่ 2 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 100 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 50 บาทต่อเดือน					
21. ทางเลือกที่ 3 ผู้ประกันตนจ่ายเงินสมทบ 300 บาทต่อเดือน รัฐบาลสมทบ 150 บาทต่อเดือน					
22. อัตราการจ่ายเงินสมทบมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ					
23. รายได้ผู้ประกันตนที่ได้รับสามารถจ่ายเงินสมทบโดยไม่เดือดร้อน					
24. ผู้ประกันตนสามารถจ่ายเงินสมทบได้หลายแบบ เช่น รายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน และรายปี					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางการจ่ายเงินสมทบ)					
25. จ่ายได้ที่สำนักงานประกันสังคมจังหวัด และสาขา					
26. ธนาคาร (กรุงไทย, ไทยพาณิชย์, กสิกรไทย, ออมสิน, ธกส.)					
27. ร้าน 7-Eleven					
28. ไปรษณีย์					
29. ตัวแทนอาสาสมัคร ผู้นำชุมชน (กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน)					
30. หน่วยบริการเคลื่อนที่/สาขาต่าง ๆ ของสำนักงานประกันสังคม					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ)					
31. ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้เมื่อเจ็บป่วย					
32. ได้รับเงินทดแทนการขาดรายได้เมื่อเกิดทุพพลภาพ (พิการ)					
33. เมื่อเสียชีวิตทายาทจะได้รับเงินค่าทำศพ					
34. ได้รับเงินบำเหน็จชราภาพเมื่อเข้าสู่วัยชรา					
35. สิทธิประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องกับความต้องการ					

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตน มาตรา 40

36. สมัครเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40 เมื่อช่วงปี พ.ศ.ใด

☐ ตั้งแต่ พ.ศ.2554 - 2556

☐ ตั้งแต่ พ.ศ.2557 - 2559

☐ ตั้งแต่ พ.ศ.2560 - 2562

☐ ตั้งแต่ พ.ศ.2563

37. แบบประกันสังคมที่เลือก

☐ ทางเลือกที่ 1 จ่ายเงินสมทบ 70 บาทต่อเดือน

☐ ทางเลือกที่ 2 จ่ายเงินสมทบ 100 บาทต่อเดือน

☐ ทางเลือกที่ 3 จ่ายเงินสมทบ 300 บาทต่อเดือน

38. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ/ชักชวนให้เข้าร่วมเป็นผู้ประกันตนในระบบประกันสังคมมาตรา 40 (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
    - ☐ มีความสนใจด้วยตนเอง
    - ☐ ญาติพี่น้อง
    - ☐ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน
    - ☐ เจ้าหน้าที่ประกันสังคม
39. เหตุผลใดที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเป็นผู้ประกันตนมาตรา 40
    - ☐ มีปัญหาด้านสุขภาพและความเสี่ยงสูง
    - ☐ เพื่อช่วยเหลือตนเองและครอบครัวเมื่อขาดแคลนรายได้ยามเจ็บป่วย
    - ☐ เพื่อเป็นหลักประกันต่อตนเองและครอบครัวเมื่อประสบเหตุเดือดร้อน
    - ☐ เพื่อเก็บเป็นเงินออมไว้ใช้ยามชราภาพ
40. การใช้สิทธิ์ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกันยายน 2563
    - ☐ กรณีเจ็บป่วย
    - ☐ กรณีทุพพลภาพ
    - ☐ กรณีสงเคราะห์บุตร
    - ☐ ไม่ได้ใช้สิทธิ์

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รายการอ้างอิง

กันยา สุวรรณแสง. (2544). จิตวิทยาทั่วไป (Vol. พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.

เกศวิทู ทิพยศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอมบีไปทย จำกัด (มหาชน) การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น.

ธัญภรณ์ เรือนดี. (2558). การรับรู้และการเข้าร่วมในระบบหลักประกันสังคมแบบสมัครใจ (มาตรา 40). สารนิพนธ์ปริญญาสังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,.

ประดิษฐ์เพชร แซ่ตั้ง (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,.

ประไพศรี ธรรมวิริยะวงศ์. (2561). ทัศนคติต่อการคงอยู่ของผู้ประกันตนโดยสมัครใจตามมาตรา 40 ของสำนักงานประกันสังคม จังหวัดปทุมธานี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, *12*(1).

ปัญญาภร วงศ์ฉายา. (2558). การรับรู้และการตัดสินใจเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา*40* ขอผู้ประกอบอาชีพอิสระสำนักงานประกันสังคมจังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: ที.พี.พริ้นท์.

รัชนีบูล น้ำใจดี. (2557). การเลือกใช้สิทธิการรักษาภายใต้ระบบประกันสุขภาพในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล,,

วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). การบริหารภาครัฐแนวใหม่ (*New Public Management: NPM)*. กรุงเทพ: สถาบัน TDRM.

สัญญา จันทร์รอด (2559). แนวทางการส่งเสริมการดำเนินงานขยายความคุ้มครองประกันสังคมสู่แรงงานนอกระบบในพื้นที่จังหวัดอุตรดิตถ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, โครงการพัฒนากลยุทธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม,

สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2562). แผนแม่บทพัฒนาแรงงานไทยในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2560-2564). Retrieved from http://www.sso.go.th/library/sites/all/themes/library/web_content/history/1.pdf

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจแรงงานนอกระบบ พ.ศ.2562. Retrieved

from http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาแรงงาน/Informal_work_force/2562/2562_workerOutSum.pdf

สุทธิ สุโกศล. (2558). แรงงานนอกระบบกับประกันสังคมมาตรา 40 ตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ.2533. หลักสูตรการบริหารราชอาณาจักร รุ่นที่ *54 :* วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ชไมพร อุปะ
วัน เดือน ปี เกิด	27 พฤศจิกายน 2523
สถานที่เกิด	แพร่
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ที่อยู่ปัจจุบัน	85 หมู่ 9 ตำบลเด่นชัย อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ 54110