



## ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์

เศรษฐศาสตร์

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง  
ในกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting the Decision on Choosing Life Insurance to Guarantee a Mortgage  
Loan in Bangkok Metropolis

นามผู้วิจัย นางสาวสมพร รัตนสุวรรณ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

( อาจารย์ศักดิ์สิทธิ์ บุศยพลากร, Ph.D. )

กรรมการ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์วลัยภรณ์ อัดตะนันท์, ศ.ม. )

กรรมการ

( อาจารย์หฤทัย นำประเสริฐชัย, Ph.D. )

ประธานสาขาวิชา

( รองศาสตราจารย์ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, Ph.D. )

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

( รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr. )

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกัน  
เงินกู้ยืมในกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting the Decision on Choosing Life Insurance to Guarantee  
a Mortgage Loan in Bangkok Metropolis

โดย

นางสาวสมพร รัตนสุวรรณ

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2552

สมพร รัตนสุวรรณ 2552: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้  
จำนองในกรุงเทพมหานคร ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์  
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ ประชานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์ศักดิ์สิทธิ์ บุญยพลากร, Ph.D.  
93 หน้า

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิต  
เพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนองในกรุงเทพมหานคร และวิเคราะห์ถึงโอกาสในการทำประกันชีวิตเพื่อค้ำ  
ประกันเงินกู้จำนองในกรุงเทพมหานคร ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามโดยเลือกเขต  
ในกรุงเทพมหานครที่มีผู้อาศัยมากที่สุด อันดับ 1 ถึง 10 จากทั้งหมด 50 เขต จำนวน 400 คน แล้วทำการ  
สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มอย่างเป็นสัดส่วน และใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงปริมาณด้วย  
แบบจำลอง โลจิต

ผลการวิจัยเชิงพรรณนาพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเป็นเพศหญิงใกล้เคียงกับเพศชาย  
อายุต่ำกว่า 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี  
ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตนั้น ส่วนใหญ่เป็น  
เพศชาย อายุต่ำกว่า 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า  
30,000 บาท มีกรรมธรรม์อื่นและไม่มีโรคประจำตัว พร้อมทั้งไม่สูบบุหรี่ ส่วนผลการวิจัยเชิงปริมาณ  
พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต เพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนองใน  
กรุงเทพมหานคร คือ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนทางด้านปัจจัยทางด้านการตลาด เรียงตามลำดับ  
ความสำคัญมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านราคา ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ บุคลากร สถานที่ ภายนอก และส่วน  
ส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ ธนาคารควรส่งเสริมเผยแพร่การให้ความรู้เกี่ยวกับการทำ  
ประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนองในช่องทางต่างๆ เพิ่มขึ้น และธนาคารควรมีการวางแผน กลยุทธ์  
ในการขาย รวมถึงมีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่  
อาศัยได้ครอบคลุม ซึ่งจะช่วยให้ มีแนวโน้มการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนองมากขึ้น

Somporn Rattanasuwan 2009: Factors Affecting the Decision on Choosing Life Insurance to Guarantee a Mortgage Loan in Bangkok Metropolis. Master of Economics, Major Field: Economics, Department of Economics. Thesis Advisor: Mr. Saksit Budsayaplakorn, Ph.D. 93 pages.

The objectives of this thesis are to study factors affecting the decision to choose life insurance for a mortgage loan guarantee in Bangkok Metropolis and to analyze the probability of choosing life insurance to guarantee a mortgage loan in Bangkok Metropolis. The data is collected by questionnaire using 400 working adult samples from 10 areas of 50 areas that have the largest number of life adults. The methodology of, this study is used the proportional stratified random sampling together then using the descriptive and quantitative analysis method with Logit Model.

The results from descriptive analysis of the equally sampling group of males and females with age lower 40, marriage, having a bachelor's degree, average income less than 30,000 baht a month, and working for a private company show that the samplers who decided to use life insurance with a mortgage loan guarantee are males with age lower 40, marriage, having a bachelor's degree, average income more than 30,000 baht a month, without congenital disease, and non-smoking. Moreover, the quantitative study reveals that significant factors influencing the decision of choosing life insurance for a mortgage loan guarantee in Bangkok Metropolis are gender, education, occupation, and income. Also, the marketing factors in a descending order are price, product, process, service personnel, place, and promotion.

The suggestion from this study is that the financial institutions should publicize perception (knowledge) of life insurance for a mortgage loan guarantee through different channels. Simultaneously, financial institutions should create the effective selling strategy and the appropriate products that customer's needs which will result in an increasing of using life insurance to guarantee a mortgage loan.

---

Student's signature

---

Thesis Advisor's signature

\_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ศักดิ์สิทธิ์ บุญยพลากร ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่างๆ ของการศึกษาดังนี้ และยังได้รับความกรุณาอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์อภัยสิทธิ์ อุตตะนันท์ กรรมการสาขาวิชาเอกในการแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีความถูกต้อง และมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. หฤทัย นามประเสริฐชัย กรรมการสาขาวิชารอง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นุชนาถ มั่งคั่ง ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ที่ได้กรุณาให้ความรู้และคำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ที่ได้อนุเคราะห์จัดหาข้อมูลในการศึกษา และขอขอบพระคุณผู้บังคับบัญชาสายงานการตลาดและธุรกิจ รวมไปถึงเพื่อนร่วมงาน บริษัทประกันสินเชื่อบุคคลสาขาสหกรณ์การเกษตร ที่ได้อนุเคราะห์ช่วยเหลือให้ผู้เขียนได้มีเวลาในการศึกษา อีกทั้งขอขอบคุณเพื่อน และน้องๆ ทุกคนที่คอยให้คำแนะนำและกำลังใจมาโดยตลอด รวมถึงบิดา มารดา ครอบครัว ซึ่งเป็นพลังที่สำคัญที่ก่อให้เกิดความอุตสาหะ วิริยะ ความอดทน รวมทั้งความรัก ความห่วงใย และกำลังใจต่อผู้เขียนตลอดมา จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

คุณประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนขอมอบแด่ บิดา มารดา พี่ชายผู้จากไปและอาจารย์ทุกๆ ท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้เขียน หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สมพร รัตนสุวรรณ

พฤษภาคม 2552

## สารบัญ

### หน้า

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| สารบัญตาราง                                          | (3) |
| สารบัญภาพ                                            | (5) |
| บทที่ 1 บทนำ                                         | 1   |
| ความสำคัญของปัญหา                                    | 1   |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย                              | 4   |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                            | 4   |
| ขอบเขตการวิจัย                                       | 4   |
| นิยามศัพท์                                           | 5   |
| บทที่ 2 การตรวจเอกสาร                                | 6   |
| แนวคิดและทฤษฎี                                       | 6   |
| ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                              | 16  |
| แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย                             | 22  |
| สมมติฐานการวิจัย                                     | 23  |
| บทที่ 3 วิธีการวิจัย                                 | 26  |
| จำนวนประชากรและตัวอย่าง                              | 26  |
| วิธีการเก็บข้อมูล                                    | 27  |
| ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย                               | 29  |
| การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล                        | 29  |
| บทที่ 4 ลักษณะทั่วไปของการขายประกันผ่านธนาคาร        | 39  |
| ประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการการขายประกันผ่านธนาคาร | 39  |
| ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร                         | 40  |
| ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจประกันชีวิต             | 42  |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                            | หน้า |
|------------------------------------------------------------|------|
| แบบประกันพื้นฐาน                                           | 44   |
| ประเภทกรมธรรม์ประกันชีวิต                                  | 45   |
| บทที่ 5 ผลการวิจัย                                         | 55   |
| การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต       | 55   |
| วิเคราะห์โอกาสในการทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง | 66   |
| บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ                        | 70   |
| สรุปผลการวิจัย                                             | 70   |
| ข้อเสนอแนะ                                                 | 72   |
| เอกสารและสิ่งอ้างอิง                                       | 74   |
| ภาคผนวก                                                    | 76   |
| ภาคผนวก ก การทดสอบค่าสถิติ                                 | 77   |
| ภาคผนวก ข แบบทดสอบ                                         | 88   |
| ประวัติการศึกษาและการทำงาน                                 | 93   |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |                                                                                                                                                                 | หน้า |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1        | จำนวนประชากรที่อยู่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549                                                                                                           | 28   |
| 2        | เบี้ยประกันภัยรับปีแรก จำแนกตามช่องทางการจำหน่าย ปี พ.ศ. 2550                                                                                                   | 43   |
| 3        | การจัดอันดับค่านายหน้าธนาคาร ในประเทศสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2549                                                                                                     | 47   |
| 4        | ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับการตัดสินใจทำประกันชีวิตและ<br>ไม่ทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง                                                        | 57   |
| 5        | ช่องทางการรับรู้ข้อมูลประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง                                                                                                     | 59   |
| 6        | จำนวนของผู้ที่ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดยธนาคารไม่มีเงื่อนไขกำหนด<br>ให้ทำประกันชีวิต และผู้ขอสินเชื่อได้ตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อ<br>ค้ำประกันเงินกู้จำนอง | 60   |
| 7        | ลักษณะรายละเอียดรายบุคคล ของผู้ที่ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดย<br>ธนาคารไม่มีเงื่อนไขกำหนดให้ทำประกันชีวิต และผู้ขอสินเชื่อได้<br>ตัดสินใจทำประกันชีวิต       | 61   |
| 8        | ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อ<br>ค้ำประกันเงินกู้จำนอง                                                                               | 63   |
| 9        | การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อ<br>ค้ำประกันเงินกู้จำนอง                                                                              | 66   |
| 10       | ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงสุด 5 อันดับ                                                                                                         | 68   |

### สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่            |                                                                                                         | หน้า |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 11                  | ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจทำประกันชีวิตต่ำสุด 5 อันดับ                                                 | 69   |
| <b>ตารางผนวกที่</b> |                                                                                                         |      |
| 1                   | ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง | 78   |
| 2                   | ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับการตัดสินใจทำประกันชีวิตและไม่ทำประกันชีวิต ใช้ข้อมูลเศรษฐกิจและสังคม    | 79   |
| 3                   | ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับการตัดสินใจทำประกันชีวิตและไม่ทำประกันชีวิต ใช้ข้อมูลพฤติกรรมและสุขภาพ   | 80   |
| 4                   | จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2544 - 2549                                                         | 80   |
| 5                   | ธนาคารกำหนดเงื่อนไขในการขอสินเชื่อให้ทำประกันชีวิตควบคู่กับการขอสินเชื่อ                                | 82   |
| 6                   | ธนาคารไม่ได้กำหนดเงื่อนไขในการขอสินเชื่อให้ทำประกันชีวิตควบคู่กับการขอสินเชื่อ                          | 83   |
| 7                   | คำนวณความน่าจะเป็นของการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง                                 | 84   |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่ |                                                               | หน้า |
|--------|---------------------------------------------------------------|------|
| 1      | ลักษณะความคุ้มครองของประกัน มอร์เกจ รีคิวซิง เทอม             | 2    |
| 2      | ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันโดยไม่ต้องเสี่ยง | 10   |
| 3      | ความพอใจแบบไม่ยินดียินร้ายกับความเสี่ยง                       | 13   |
| 4      | เส้นความพอใจแบบชอบความเสี่ยง                                  | 13   |
| 5      | กรอบแนวคิดในการวิจัย                                          | 21   |
| 6      | สัดส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายของเบี้ยประกันภัยปีแรก ปี 2550     | 44   |
| 7      | แผนภูมิค่าเบี้ยประกันสินเชื่เพื่อที่อยู่อาศัย                 | 52   |

## บทที่ 1

### บทนำ

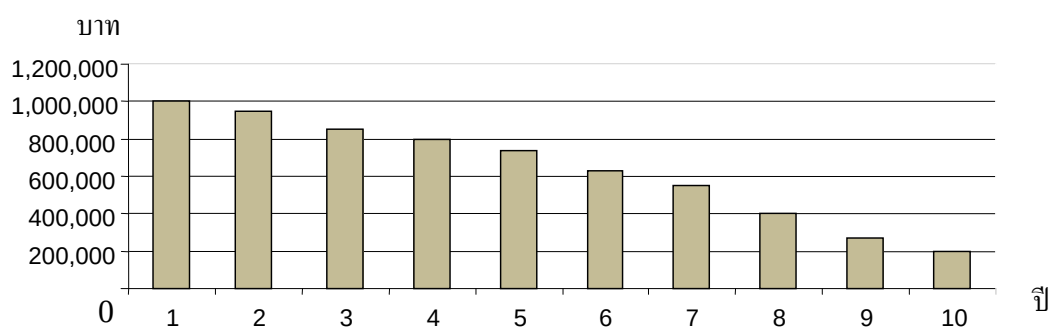
#### ความสำคัญของปัญหา

ในช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 เป็นช่วงที่ระบบเศรษฐกิจมียอดรวมของสินเชื่อกว่ายอดรวมของเงินฝาก ซึ่งผลจากการขยายตัวของสินเชื่อดังกล่าวทำให้เศรษฐกิจประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างมาก โดยการปล่อยสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุน ในยุคนั้นธนาคารจึงไม่มีแรงกดดันในการหารายได้หรือต้องแข่งขันกันรักษาลูกค้า จึงไม่ให้ความสำคัญกับการขายประกันผ่านช่องทางธนาคารมากนัก แต่เมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ธนาคารพาณิชย์ประสบกับปัญหาหนี้เสีย (Non Performing Loans: NPL) เป็นผลให้ต้องมีการเพิ่มทุน และการกันสำรองหนี้สูญทำให้ผลการดำเนินงานของธนาคารต้องประสบกับการขาดทุน ดังนั้นธนาคารจึงได้มีการปรับตัว โดยมีการหารายได้ในส่วนต่างๆ เพิ่มขึ้น เช่น ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต การออกเช็คบริการต่างๆ รวมทั้งรายได้จากการขายประกันผ่านธนาคาร หรือแบงก์แอสซิวรันส์ (Bancassurance) โดยรายได้ที่ได้รับจากช่องทางดังกล่าวได้มีบทบาทมากขึ้นในเวลาต่อมา (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2550)

สำหรับประเทศไทยโครงสร้างการกำกับดูแลสถาบันการเงินของประเทศ มีการแยกออกจากกันชัดเจนระหว่างสถาบันการเงินประเภทธนาคารพาณิชย์ ซึ่งอยู่ในการกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย กับสถาบันการเงินประเภทธุรกิจประกันภัยซึ่งกำกับดูแลโดยกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ ในช่วงต้นปี 2545 ได้มีประกาศทั้งจากธนาคารแห่งประเทศไทยและจากนายทะเบียนประกันภัย อนุญาตให้นิติบุคคลประเภทธนาคารพาณิชย์เป็นนายหน้าประกันวินาศภัยและนายหน้าประกันชีวิตได้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของรูปแบบอย่างเป็นทางการของความร่วมมือระหว่างธนาคารพาณิชย์และบริษัทประกันภัยในการขายกรมธรรม์ประกันภัยผ่านธนาคาร ในปี พ.ศ. 2550 เกิดวิกฤตเศรษฐกิจทางการเงินขึ้นกับประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งถือได้ว่าเป็นประเทศมหาอำนาจ ส่งผลให้เศรษฐกิจทั่วโลกได้รับผลกระทบตามไปด้วย ประเทศไทย นอกจากจะได้รับผลกระทบจากปัญหาดังกล่าวแล้ว ปัญหาปัจจัยภายในประเทศเองไม่ว่าจะเป็นการเมือง ปัญหาร้ายธรรมชาติ ต่างก็เป็นปัจจัยลบต่อระบบเศรษฐกิจ ธนาคารพาณิชย์ต่างก็ตระหนักถึงปัญหาหนี้เสีย ที่จะเกิดขึ้นตามมาในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ส่งผลให้แนวนโยบายของธนาคารลดบทบาทการให้สินเชื่อลง และให้ความสำคัญกับรายได้ค่าธรรมเนียมจากบริการต่างๆ แทน โดยเฉพาะการหารายได้

ในช่องทางแบงก์แอสชัวร์نس ซึ่งยังคงมีแนวโน้มการเติบโตของยอดขายได้อีกมากเมื่อเทียบกับยอดขายในภูมิภาคเอเชีย ดังนั้นแบงก์แอสชัวร์نس จึงเป็นเป้าหมายสำคัญในการเพิ่มรายได้ให้กับธนาคาร

พัฒนาการในช่วงแรกของการนำประกันเข้ามาเป็นผลิตภัณฑ์ของธนาคารได้ให้ความสนใจกับสินค้าประกันชีวิตที่เรียกว่าเป็น แบงก์แอสชัวร์نس โปรดัคส์ (Bancassurance Product) มากที่สุด คือ เครดิต ไลฟ์ (Credit Life) เป็นการประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม ซึ่งเป็นการประกันชีวิตคุ้มครองตลอดระยะเวลาของสัญญาเงินกู้ หรือสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร (ระยะสั้นไม่เกิน 5 ปี มักจะเรียกเป็นเครดิต ไลฟ์ แต่ถ้าระยะยาวตั้งแต่ 5 ถึง 20 ปี เรียกว่าการประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม) โดยมีลักษณะความคุ้มครอง คือ จำนวนเงินเอาประกันหรือความคุ้มครอง เริ่มต้นจะเท่ากับจำนวนเงินกู้ และลดหลั่นลงไปตามแต่อัตราดอกเบี้ย ที่ใช้วิธีการคำนวณจากวงเงินเต็มจำนวนจนเหลือศูนย์ เมื่อครบระยะเวลา (Decreasing Term Insurance) วิธีนี้จึงเรียกว่า มอร์เกจ รีดิวซิง เทอม แอสชัวร์نس (Mortgage Reducing Term Assurance: MRTA) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ลักษณะความคุ้มครองของประกัน มอร์เกจ รีดิวซิง เทอม  
ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2550)

การทำประกันชีวิตดังกล่าวมีประโยชน์ทั้งในส่วน of ธนาคารและลูกค้าสินเชื่อ กรณีเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด หากผู้กู้เสียชีวิตหรือทุพพลภาพสูญเสียความสามารถในการหารายได้ ในส่วนของธนาคารจะช่วยลดความเสี่ยง จากการปล่อยวงเงินสินเชื่อให้แก่ลูกค้า เนื่องจากบริการดังกล่าวจะคุ้มครองชีวิตของผู้เอาประกันหรือลูกค้าสินเชื่อกรณีเกิดเหตุการณ์สูญเสียชีวิตดังกล่าว ซึ่งอาจส่งผลต่อการชำระหนี้คืนธนาคารได้ บริษัทประกันจะเป็นผู้จ่ายสินไหมชดเชยให้แก่ผู้เอา

ประกันตามข้อกำหนดการจ่ายเงินชดเชย โดยจะไถ่ถอนกรรมสิทธิ์ในหลักประกันหรือลดภาระในหนี้สินที่ผู้เอาประกันมีอยู่กับธนาคาร ซึ่งจะไม่เป็นภาระกับครอบครัวและส่งผลกระทบต่อทายาทและในส่วนของธนาคารจะได้รับชำระหนี้ครบถ้วนไม่ก่อให้เกิดเป็นหนี้มีปัญหาด้านมาลักษณะของเบี้ยประกันมักจะเป็นแบบชำระครั้งเดียว (Single Premium) คຸ້ມครองตลอดสัญญาเพื่อไม่ให้มีปัญหา กรรมธรรมชาติอายุ ซึ่งถ้าผู้เอาประกันไม่มีเงินก้อนพอที่จะชำระเบี้ยประกันก็อาจขอกຸ້ມจากธนาคาร โดยรวมเพิ่มในยอดเงินกู้ที่อยู่อาศัยจากธนาคาร และผ่อนชำระเป็นรายเดือนให้ธนาคารตามปกติ

ทั้งนี้บริษัทประกันชีวิตที่เน้นในแบบประกันชีวิตนี้ ในระยะแรก ก็คือ AIA และเมืองไทยประกันชีวิต (ใช้ชื่อแบบกรรมธรรม์ว่า “พิทักษ์สิน”) ก่อนที่ปัจจุบัน จะมีบริษัทประกันชีวิตให้ความสนใจเสนอขายมากขึ้น เช่น กรุงเทพประกันชีวิต ไทยพาณิชย์ประกันชีวิต ไทยประกันชีวิต อาคเนย์ประกันชีวิต พรูเด็นเชียล ที เอส ไลฟ์ ฯลฯ และธนาคารที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุด คือ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ก็มีบริการประกันชีวิตคຸ້ມครองจำนองเสนอให้กับลูกค้าของธนาคารมานานแล้ว โดยธนาคารอื่นๆ นั้นก็มีบริการประกันชีวิตประเภทนี้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งในอนาคตทุกธนาคารพาณิชย์อาจจะมึบริษัทประกันชีวิตในเครือเอง หรือพันธมิตรพร้อมเสนอบริการ มอร์เกจ ริตวิซิง เทอม แอสซัวรันส์ ในชื่อไทยต่างๆ กัน เช่น คຸ້ມนิรันดร์ เลหะบริการพิทักษ์สิน ฯลฯ สำหรับในตัวผลิตภัณฑ์ประกันสินเชื่อที่อยู่อาศัยแม้ว่าจะมีประโยชน์ในหลายด้านแต่ก็มีจุดอ่อนในการส่งเสริมการตลาด คือ ภาระค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นประเภทเบี้ยกินเปล่า เมื่อลูกค้าผ่อนชำระสินเชื่อแก่สถาบันการเงินเสร็จสิ้น ผู้เอาประกันหรือผู้ขอสินเชื่อจะไม่ได้รับเงินสะสมใดๆ หรือเงินจ่ายคืนแก่ผู้เอาประกัน อีกทั้งผู้ขอสินเชื่อยังคงมีความเสี่ยงในการผ่อนชำระสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในกรณีที่ถูกเลิกจ้าง หรือธุรกิจส่วนตัวประสบกับปัญหาสภาพคล่องจนไม่สามารถที่จะผ่อนชำระสินเชื่อต่อไปได้อีก ผู้ขอสินเชื่อก็จะยังคงต้องรับภาระความเสี่ยงในการสูญเสียที่อยู่อาศัยซึ่งผู้ขอสินเชื่อบางรายจึงยังคงเลือกที่จะลงทุนทางการเงินประเภทอื่นที่สามารถให้ผลตอบแทนทั้งในระยะสั้นและระยะยาวได้โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ที่มั่นคง และได้มีการวางแผนทางการเงินในอนาคตที่ดีอยู่แล้ว จึงอาจจะยังไม่ให้ความสำคัญในการที่จะตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนองในกรุงเทพฯ และทำการวิเคราะห์ถึงโอกาสของการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยผลการวิจัยในครั้งนี้ จะได้นำไปใช้ประกอบเป็นแนวทางในการวางแผน โยบาย สนับสนุนการทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนองของธนาคารต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ยืมของลูกค้าสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงโอกาสในการทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ยืมของลูกค้าสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ธนาคารสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มุ่งศึกษาเฉพาะลูกค้าสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่มอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยพิจารณาจากเขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานครตามข้อมูลของกระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2549 จำนวนทั้งหมด 50 เขต และเลือกเขตที่มีปริมาณประชากรมากที่สุด 10 อันดับแรก ใช้เป็นตัวแทนในการแจกแบบสอบถาม ตามลำดับดังนี้ บางแค บางเขน สายไหม จตุจักร จอมทอง ดอนเมือง บางซื่อ บางกะปิ ประเวศ และดินแดง

## นิยามศัพท์

**การประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จํานองจากธนาคารพาณิชย์ (Mortgage Reducing Term Assurance)** หมายถึง การประกันชีวิตแผนพิเศษ มีวัตถุประสงค์เพื่อกู้ยืมครองผู้กู้ของธนาคาร ในการผ่อนชำระหนี้ จดจํานองโดยเฉพาะ โดยจะช่วยปลดหรือลดภาระหนี้สินค้ำชำระหากผู้เสียชีวิตหรือทุพพลภาพถาวรโดยสิ้นเชิง เพื่อปกป้องครอบครัวและผู้ที่อยู่เบื้องหลังจากปัญหาหนี้สินค้ำชำระหรือการยึดทรัพย์และเพื่อมั่นใจว่ากรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นๆ จะสืบทอดแก่ทายาทและครอบครัวโดยสมบูรณ์

**เบี้ยประกันชีวิตชำระครั้งเดียว (Single Premium)** หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันชีวิตชำระเพียงครั้งเดียวและคุ้มครองตลอดอายุสัญญา เพื่อให้ได้รับประโยชน์หรือค่าสินไหมทดแทนเมื่อตนเสียชีวิตหรือได้รับความเสียหายตามชนิดของภัยที่ได้เอาประกันไว้

**แบงก์แอสซัวรันส์ (Bancassurance)** หมายถึง การทำประกันภัยผ่านธนาคาร โดยธนาคารรับเป็นนายหน้าในการให้คำแนะนำ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันภัย ที่ครอบคลุมทั้งด้านประกันชีวิต และด้านประกันวินาศภัย โดยรัฐเปิดโอกาสให้ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งสามารถยื่นขออนุญาตในการดำเนินการเป็นนายหน้า เพื่อนำเสนอกรมธรรม์ประกันชีวิตให้กับลูกค้าธนาคารได้

**สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (Housing Loan)** หมายถึง สินเชื่อที่ให้แก่ผู้บริโภค เพื่อซื้อที่ดินปลูกสร้างที่อยู่อาศัยของตนเอง หรือซื้อที่ดินพร้อมบ้านพักอาศัย หรืออาคารพาณิชย์ หรือห้องชุดในอาคารชุดเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยของตนเอง รวมทั้งเพื่อปลูกสร้าง ต่อเติมที่อยู่อาศัยบนที่ดินของตนเอง ไม่รวมถึงสินเชื่อที่สถาบันการเงินให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาโครงการธุรกิจ

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

ในบทนี้จะเป็นแนวคิด ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีการตลาด การตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ อุปสงค์ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีความน่าจะเป็น แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคกับความเสี่ยง ส่วนประสมการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. อุปสงค์ (Demand)

คำว่า “อุปสงค์” มีความหมายเฉพาะในวิชาทางเศรษฐศาสตร์อาจให้คำจำกัดความได้ว่า อุปสงค์และบริการสำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึงจำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้นในระยะเวลาที่กำหนด (วันรักษ์ มิ่งมณีนากิน, 2546)

คำว่า “ต้องการซื้อ” ที่ปรากฏในนิยามข้างต้นมิได้หมายถึงความต้องการธรรมดา (Want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) กำกับอยู่ด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจ (Ability and Willingness) ที่จะซื้อและมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ด้วย ยกตัวอย่างเช่น นาย ก. กู้บ้านจากธนาคารเรียบร้อยแล้ว และต้องการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองภาระสินเชื่อนั้น โดยที่ นาย ก. มีเงินเพียงพอที่จะจ่ายค่าเบี้ยประกันชีวิต ความต้องการของนาย ก. สามารถทำให้เป็นจริงได้ จึงเป็นอุปสงค์สัมฤทธิ์ผล (Effective Demand) ในทางตรงข้ามหาก นาย ก. ไม่มีเงินที่จะจ่ายค่าเบี้ยประกันชีวิต ความต้องการที่ปราศจากอำนาจซื้อเช่นนี้ไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ แต่เป็นเพียงความต้องการในความหมายทั่วไป

## ปัจจัยกำหนดอุปสงค์

ปริมาณซื้อสินค้า หรือ บริการชนิดหนึ่งชนิดใดที่มีอยู่ทั้งหมดในช่วงเวลาหนึ่งๆ จะมากหรือน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดปริมาณความต้องการซื้อในตลาดได้แก่

1.1 ราคาของสินค้าหรือบริการ เมื่อราคาของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป โดยที่ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ตัวอื่นๆ ยังคงเดิม จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในราคาของตัวสินค้าเอง การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงจำนวนซื้อ ภายในเส้นอุปสงค์เส้นเดียวกัน โดยเส้นอุปสงค์ไม่เคลื่อนย้ายตำแหน่ง การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์กรณีที่ราคางเดิม แต่การเปลี่ยนแปลงในปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ตัวอื่นๆ ตัวใดตัวหนึ่งนอกจากราคา จะมีผลทำให้จำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อเปลี่ยนแปลงไป เรียกว่า การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ จะก่อให้เกิดเส้นอุปสงค์เส้นใหม่หรือเกิดการเคลื่อนย้ายตำแหน่ง ของเส้นอุปสงค์ไปยังที่ใหม่ หากปัจจัยนั้นส่งผลให้จำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อมากกว่าเดิม เรียกว่าอุปสงค์เพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์จะเคลื่อนไปทางขวาของตำแหน่งเดิม หากเป็นไปในทางที่ทำให้จำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อน้อยลงกว่าเดิม เรียกว่า อุปสงค์ลดลง เส้นอุปสงค์จะเคลื่อนไปอยู่ทางซ้ายของตำแหน่งเดิม

1.2 รายได้ของผู้บริโภค กรณีรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงจะมีผลต่ออำนาจซื้อของผู้บริโภค อุปสงค์จะเปลี่ยนในทิศทางเดียวกับรายได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าว่าเป็นสินค้าปกติ (Normal Goods) หรือสินค้าด้อย (Inferior Goods) หากเป็นสินค้าปกติเส้นอุปสงค์จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับรายได้ เส้นอุปสงค์จะเคลื่อนไปทางขวามือจากตำแหน่งเดิม หากรายได้ลดลงเส้นอุปสงค์จะเคลื่อนไปทางซ้ายของเส้นเดิม แต่หากเป็นสินค้าด้อยเมื่อรายได้เปลี่ยนอุปสงค์จะเปลี่ยนในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับรายได้ กล่าวคือถ้ารายได้เพิ่มขึ้นอุปสงค์สำหรับสินค้านั้นจะลดลง และถ้ารายได้ลดลงอุปสงค์สำหรับสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น

1.3 ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง อยู่ในลักษณะสินค้าที่ทดแทนกัน (Substitutes) หรือเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (Complements) ในกรณีที่สินค้าที่ทดแทนกัน เมื่อราคาของสินค้าเปลี่ยนแปลง อุปสงค์สำหรับสินค้าที่พิจารณาจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับระดับราคาของสินค้าอื่น แต่ถ้าเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน เมื่อราคาสินค้าอื่นเปลี่ยนแปลง

อุปสงค์สำหรับสินค้าที่กำลังพิจารณาจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ตรงกันข้ามกับระดับราคาของสินค้าอื่น ในกรณีที่สินค้าอื่นมิได้เกี่ยวข้องกับสินค้าที่พิจารณา หรือเป็นอิสระกัน (Independences) การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าอื่นจะไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ของสินค้านั้น

1.4 รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นปัจจัยตัวหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ รสนิยม หมายถึง ทัศนคติ หรือ ความชอบที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งๆ เมื่อผู้บริโภคมีความนิยมในสินค้าประเภทใดมากขึ้น อุปสงค์สำหรับสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น ตรงกันข้ามหากผู้บริโภคเสื่อมความนิยมต่อสินค้าหรือบริการชนิดใด อุปสงค์สำหรับสินค้าหรือบริการชนิดนั้นมักลดลง คือ อุปสงค์จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกับระดับของรสนิยม

1.5 จำนวนผู้บริโภค หากปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ตัวอื่นๆ ไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อจำนวนผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์ตลาดของสินค้าชนิดนั้นๆ ในกรณีนี้อุปสงค์ตลาดจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับจำนวนผู้บริโภค คือ ถ้าจำนวนผู้บริโภคเพิ่มขึ้น อุปสงค์จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าจำนวนผู้บริโภคลดลง อุปสงค์จะลดลง

1.6 การคาดคะเนเกี่ยวกับราคาในอนาคต การคาดคะเนเกี่ยวกับราคา (หรือปริมาณ) ในอนาคตของสินค้าชนิดหนึ่งๆ (รวมทั้งสินค้าที่เกี่ยวข้อง) จะมีผลต่อปริมาณความต้องการซื้อในปัจจุบัน แม้ราคาในปัจจุบันจะยังคงเดิมอยู่ก็ตาม

## 2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จากทฤษฎีการเลือกของ Von Neuman & Morgenstern (1964) ได้ขยายการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อใช้ในการพยากรณ์การตัดสินใจของผู้บริโภคภายใต้สถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน ได้อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และจะสามารถสร้างดัชนีชี้ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคภายใต้สถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน โดยมีข้อสมมติ ได้แก่ (นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2546)

2.1 ในทุกกรณีผู้บริโภคจะต้องสามารถบอกได้ว่า ในระหว่างทางเลือกต่างๆ ที่ตนเผชิญอยู่ ตนชอบทางเลือกใดมากกว่า หรือน้อยกว่า หรือเท่ากับทางเลือกใด เป็นต้นว่า ถ้าผู้บริโภคเผชิญกับทางเลือกสองทาง คือ A และ B จะต้องสามารถบอกได้ว่า ชอบ  $A > B$  หรือ  $A < B$  หรือชอบ  $A = B$

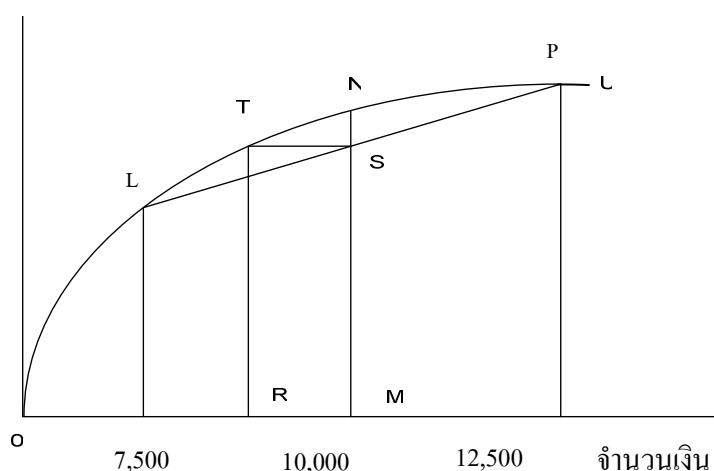
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างทางเลือกต่างๆ ต่อผู้บริโภคจะต้องมีความคงเส้นคงวา กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคชอบทางเลือก  $A > B$  และชอบ  $B > C$  ผู้บริโภคจะต้องชอบ  $A > C$  ด้วย (Consistent Transitive)

2.3 ถ้า  $A$ ,  $B$  และ  $C$  เป็นทางเลือกสามทาง (โดยรวมโอกาสทั้งสามทางเลือกเท่ากับ 1) และผู้บริโภคชอบ  $A > B$  หากผู้บริโภคชอบทางเลือกที่หนึ่ง ซึ่งโอกาสที่จะได้รับ  $A$  เท่ากับ  $p$  และโอกาสที่จะได้รับ  $C$  เท่ากับ  $(1-p)$  มากกว่าทางเลือกที่สอง ซึ่งโอกาสจะได้รับ  $B$  เท่ากับ  $p$  และโอกาสที่จะได้รับ  $C$  เท่ากับ  $(1-p)$

2.4 ผู้บริโภคจะยอมเสี่ยงที่จะไม่ได้รับอะไรเลย ถ้าโอกาสที่จะได้รับทางเลือกที่ตนชอบมากกว่ามีค่าสูงมากพอ เป็นต้นว่า ถ้าผู้บริโภคมีทางเลือกสามทาง คือ  $A$ ,  $B$  และ  $C$  และผู้บริโภคชอบ  $A > B$  ชอบ  $B > C$  และถ้าโอกาสที่ผู้บริโภคจะได้รับ  $A$  เท่ากับ  $p$  โอกาสที่จะได้รับ  $C$  เท่ากับ  $(1-p)$  ในกรณีนี้ผู้บริโภคจะไม่รู้สึกแตกต่างในการเสี่ยงที่จะได้รับ  $A$  หรือ  $C$  กับการได้รับ  $B$  โดยไม่ต้องเสี่ยงเลยถ้า  $p$  มีค่าสูงมากพอ

จากข้อสมมติต่างๆ ข้างต้น เมื่อผู้บริโภคเผชิญกับทางเลือกต่าง ๆ จะสามารถสร้างฟังก์ชันอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคได้ โดยการกำหนดค่าตัวเลขค่าใดค่าหนึ่งให้กับทางเลือกที่ผู้บริโภคมีความชอบน้อยที่สุดและกำหนดค่าตัวเลขค่าอื่นที่สูงกว่าให้กับทางเลือกที่ผู้บริโภคมีความชอบมากที่สุด เมื่อได้ทำการสำรวจและรู้ถึงค่าความน่าจะเป็น (Probability) ของทางเลือกที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุดและน้อยที่สุดแล้ว เราก็จะสามารถกำหนดค่าตัวเลขให้กับทางเลือกอื่นๆ ที่ผู้บริโภคมีความชอบอยู่ในระหว่างกลางของทางเลือกทั้งสองนั้นได้ โดยที่ค่าตัวเลขดังกล่าวจะเป็นค่าที่ทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความรู้สึกแตกต่าง ระหว่างการเสี่ยงที่จะได้รับทางเลือกที่ดีที่สุดหรือ เลวที่สุด กับการได้รับทางเลือกที่อยู่ในระหว่างกลางโดยไม่ต้องเสี่ยงเลย เป็นต้นว่าเมื่อผู้บริโภคได้เผชิญกับทางเลือกสามทางด้วยกัน คือ  $A$ ,  $B$  และ  $C$  และผู้บริโภคชอบ  $A > B > C$  ถ้า  $C$  มีค่าต่อผู้บริโภคเท่ากับ  $r$  ยูทิล และ  $A$  มีค่าต่อผู้บริโภคเท่ากับ  $s$  ยูทิล โดยที่  $s$  มีค่ามากกว่า  $r$  ในกรณีที่ความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะได้รับ  $A$  มีค่าเท่ากับ  $p$  และความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะได้รับ  $C$  มีค่าเท่ากับ  $(1-p)$  ค่าที่จะกำหนดให้กับ  $B$  ที่จะทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกแตกต่างกันในการเสี่ยงที่จะได้รับ  $A$  หรือ  $C$  กับการได้รับ  $B$  โดยไม่ต้องเสี่ยงเลย จะเท่ากับ  $ps + (1-p)r$

### อรรถประโยชน์



ภาพที่ 2 ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำประกันโดยไม่ต้องเสี่ยง

ที่มา: นราทิพย์ ชูดวงศ์ (2546)

สามารถอธิบายถึงพฤติกรรมของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อการทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ จำนวนให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น จากภาพที่ 2 โดยตัวอย่าง ดังนี้สมมติว่า นาย ก. ได้ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ในวงเงิน 1,000,000 บาท นาย ก. มีความพอใจความสูงที่จุด N มีระยะเวลาการผ่อนชำระสินเชื่อ 20 ปี เมื่อ นาย ก. เทียบกับ การเผชิญกับทางเลือกสองทาง ทางแรก คือ ไม่ซื้อความคุ้มครอง (ไม่ซื้อประกัน) สามารถผ่อนชำระสินเชื่อได้จนหมดภาระ (1,000,000 บาท) ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ที่จุด P หรือ หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดกรณีเสียชีวิต บ้านนาย ก. ต้องถูกธนาคารยึด (0 บาท) ที่จุด L ทางเลือก ที่สอง คือ การซื้อความคุ้มครอง โดยการซื้อประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองภาระสินเชื่อบ้านดังกล่าว ซึ่งนาย ก. เสียค่าเบี้ยประกัน 10,000 บาท และมีค่าคาดคะเนความพอใจที่จุด S โดยได้รับความคุ้มครอง ในวงเงิน 1,000,000 บาท และมีโอกาสความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.50 ที่จะสามารถผ่อนชำระสินเชื่อบ้าน หมด หรือถูกยึดบ้านเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด LSP คือ เส้นคาดคะเนความพอใจของทางเลือกที่ดีที่สุดและทางเลือกที่แย่ที่สุด ทั้งนี้ นาย ก. ได้รับอรรถประโยชน์จากการจ่ายค่าเบี้ยประกัน 10,000 บาท เท่ากับ MN ในขณะที่ ได้รับนาย ก. ได้รับจากการเลือกเสี่ยงที่จะต้องสูญเสียบ้าน มีอรรถประโยชน์ เท่ากับ MS และเมื่อ  $MN > MS$  นาย ก. จะชอบทางเลือกจ่ายค่าเบี้ยประกันและได้รับความคุ้มครอง มากกว่าที่จะต้องเสี่ยง แม้ว่านาย ก. จะจ่าย เงินค่าเบี้ยประกันเพียง OR บาท นาย ก. ก็พอใจที่จะรับ ความคุ้มครอง เท่ากับ MS มากกว่าจะทำการเสี่ยง ที่  $RT = MS$

### 3. พฤติกรรมผู้บริโภคกับความเสี่ยง

เป็นการแสดงเครื่องมือในการอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อความเสี่ยง รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคภายใต้ภาวะเสี่ยง ดังนี้ (ชยันต์ ดันติวัสดาการ, 2550)

#### 3.1 เครื่องมือทางสถิติที่ใช้วัดความเสี่ยง

3.1.1 ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability) ลักษณะสำคัญของความน่าจะเป็นค่าของความน่าจะเป็นต้องอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยที่  $0 < P(X_i) < 1$  นั่นคือโอกาสที่เหตุการณ์หนึ่งๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และอาจเป็นไปได้ตั้งแต่ไม่เกิดขึ้นเลย หรือ  $P(X_i) = 0$  จนถึงเกิดขึ้นแน่นอน หรือ  $P(X_i) = 1$  ผลบวกของความน่าจะเป็นในทุกเหตุการณ์ที่ไม่สามารถเกิดร่วมกันได้จะต้องมีค่ารวมกันแล้วเท่ากับ 1 หรือ  $\sum P(X_i) = 1$

$$\text{การคำนวณค่าความน่าจะเป็น จากสูตร } P(X_i) = \frac{n}{N}$$

โดยที่

$$\begin{aligned} P(X_i) &= \text{ความน่าจะเป็นที่จะเกิดเหตุการณ์ } X_i \\ n &= \text{จำนวนครั้งที่เกิดเหตุการณ์ } X_i \\ N &= \text{จำนวนครั้งที่เกิดเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งหมด} \end{aligned}$$

3.1.2 การคำนวณความน่าจะเป็นเหล่านี้วางอยู่บนพื้นฐานของกฎทางสถิติ คือ กฎของเหตุการณ์จำนวนมาก (Law of Large Number) ยังมีจำนวนตัวอย่างเพิ่มขึ้นมากเท่าใด การทำนายค่าความน่าจะเป็นก็จะยิ่งมีค่าใกล้เคียงความเป็นจริงมากขึ้นเท่านั้น

#### 3.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคภายใต้ความเสี่ยง (Consumer's Choice Under Uncertainty)

3.2.1 ค่าคาดคะเนความพอใจ (Expected Utility : EU) คือ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของความพอใจรวมของรายได้ระดับต่างๆ ที่เป็นไปได้ทั้งหมด การคำนวณหาค่าคาดคะเนความพอใจหาค่าเฉลี่ยของความพอใจรวมของแต่ละระดับรายได้ด้วยค่าความน่าจะเป็น

$$EU(I) = \sum_{i=1}^K P(I_i) TU(I_i) \quad \text{โดยที่ } i = 1, 2, \dots, K$$

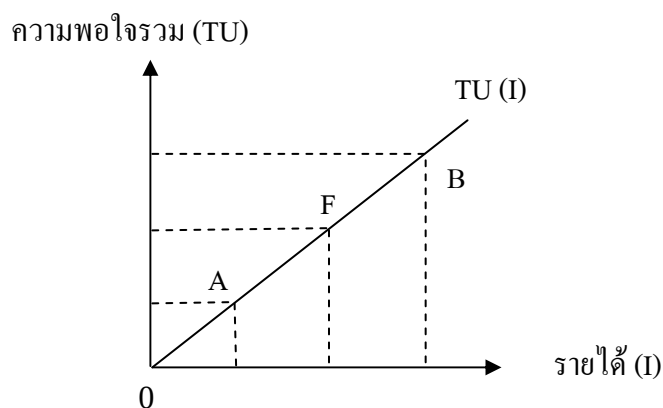
โดยที่

$$\begin{aligned} EU(I) &= \text{ค่าคาดคะเนความพอใจรวมของรายได้} \\ P(I_i) &= \text{ค่าความเป็นไปได้ของรายได้ของตัวอย่าง } i \\ TU(I_i) &= \text{ความพอใจรวมของรายได้ของตัวอย่าง } i \\ I &= \text{รายได้} \\ K &= \text{จำนวนตัวอย่าง} \end{aligned}$$

### 3.2.2 ประเภทของความชอบต่อความเสี่ยง

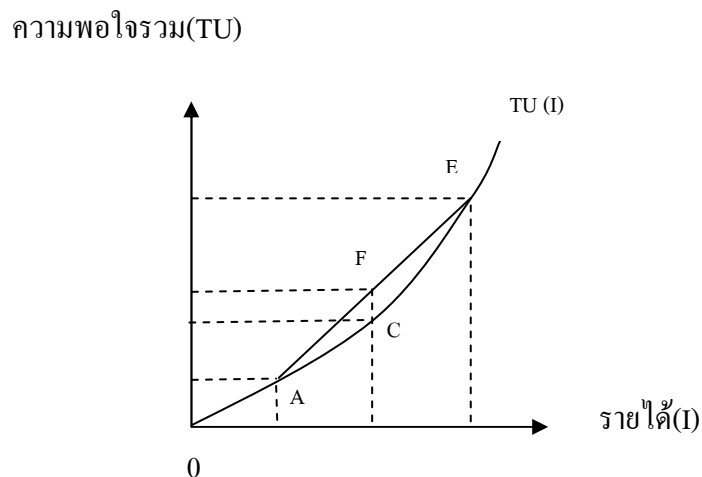
ก. หลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk Averse) ภายใต้ค่าคาดคะเนของรายได้ที่เท่ากัน บุคคลในกลุ่มนี้จะชอบทางเลือกที่มีความแน่นอนมากกว่าทางเลือกที่มีความเสี่ยง ฟังก์ชันความพอใจจะมีลักษณะโค้งเข้าหา (Concave) แกนรายได้ จึงทำให้ค่าความพอใจส่วนเพิ่ม (Marginal Utility: MU) มีค่าลดลงเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น

ข. ไม่ยินดีอินร้ายกับความเสี่ยง (Risk Neutral) ภายใต้ค่าคาดคะเนของรายได้ที่เท่ากัน บุคคลในกลุ่มนี้จะรู้สึกไม่แตกต่างกัน ระหว่างทางเลือกที่มีความแน่นอนกับทางเลือกที่มีความเสี่ยง เส้น AFB เป็นเส้นคาดคะเนความเสี่ยง ฟังก์ชันความพอใจจะมีลักษณะเป็นเส้นตรง และมีค่าความพอใจส่วนเพิ่มคงที่ ดังภาพที่ 3



**ภาพที่ 3** ความพอใจแบบไม่ยินดีในร้ายกับความเสี่ยง  
ที่มา: ชัยนัฏ์ ดันตวิสาการ (2550)

ก. ชอบความเสี่ยง (Risk Loving) ภายใต้ค่าคาดคะเนของรายได้ที่เท่ากันบุคคลในกลุ่มนี้ ชอบทางเลือกที่มีความเสี่ยงมากกว่าทางเลือกที่มีความแน่นอน ภาพที่ 4 แสดงตัวอย่างเส้นความพอใจกรณีชอบความเสี่ยง เส้น AFE เป็นเส้นคาดคะเนความพอใจของความเสี่ยง โดยจุด C จะลดต่ำลงเมื่อเกิดความเสี่ยง ฟังก์ชันความพอใจจะมีลักษณะโค้งออกจาก (Convex) แกนรายได้ ความพอใจส่วนเพิ่ม จะมีค่าเพิ่มขึ้นเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น



**ภาพที่ 4** ความพอใจแบบชอบความเสี่ยง  
ที่มา: ชัยนัฏ์ ดันตวิสาการ (2550)

#### 4. วิธีการลดความเสี่ยง

4.1 เงินชดเชยความเสี่ยง (Risk Premium) เงินชดเชยความเสี่ยง ความหมายแรก หมายถึง จำนวนเงินขั้นต่ำซึ่งทางเลือกที่มีความเสี่ยงจะต้องจ่ายเพิ่มเพื่อให้ค่าคาดคะเนความพอใจมีค่าเท่ากับความพอใจของทางเลือกที่แน่นอน ความหมายที่สอง หมายถึง จำนวนเงินสูงสุดที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพื่อให้ทางเลือกที่มีความเสี่ยงกลายเป็นทางเลือกที่มีรายได้แน่นอนซึ่งมีค่าความพอใจเท่ากัน ผู้บริโภคที่ชอบหลีกเลี่ยงความเสี่ยงมักจะไม่น่าจะชอบเล่นการพนันหรือซื้อลอตเตอรี่ แต่บุคคลเดียวกันนี้ บางครั้งกลับยอมเสี่ยงที่จะขับรถโดยที่ไม่มีการประกันอุบัติเหตุ พฤติกรรมเช่นนี้ไม่ได้หมายความว่าเขาคือคนไม่คงเส้นคงวา แต่เป็นเพราะค่าคาดคะเนของรายได้กรณีที่มีความเสี่ยงของเขาอาจมีค่าที่สูงพอ จนทำให้ค่าคาดคะเนความพอใจ ในกรณีที่มีความเสี่ยงมีค่าสูงกว่าความพอใจของรายได้ที่แน่นอน

4.2 การกำจัดความเสี่ยง โดยการซื้อประกันภัยจ่ายเงินชดเชยความเสี่ยง ผู้บริโภคที่ชอบหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจะยอมรับความเสี่ยง เมื่อได้รับการชดเชยรายได้ที่มากกว่าเดิมอย่างเพียงพอ และยินดีที่จะจ่ายเงินบางส่วนเพื่อที่จะกำจัดความเสี่ยงให้หมดไป เบี้ยประกัน (Insurance Premium) คือ จำนวนเงินที่ผู้บริโภคแบบชอบหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ยินดีจ่ายให้ผู้รับประกันแล้วทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกร่างแตกต่างกันระหว่างกรณีที่เกิดและไม่เกิดความเสียหาย

#### 5. ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาดที่เป็นที่รู้จักมากที่สุดคือ 4P'S ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาดทั้งนี้ Booms and Bitner (1981) ได้ร่วมกันปรับปรุงและเพิ่มเติมส่วนประสมการตลาดใหม่ให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจบริการ ซึ่งจะประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการ คือ (สุกรเสรีรัตน์, 2544)

5.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประเภทบริการจะพิจารณาถึงขอบเขตของบริการ คุณภาพของบริการ ระดับชั้นของบริการ ตราสินค้า สายการบริการ การรับประกัน และการบริการหลังการขาย

5.2 ราคา (Price) การพิจารณาด้านราคาจะรวมถึงระดับราคาส่วนลด เงินช่วยเหลือ ค่านายหน้าและเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อการค้า เนื่องจากราคามีส่วนในการทำให้บริการต่างๆ มีความแตกต่างกันและมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากบริการ โดยเทียบระหว่าง ราคาและคุณภาพของบริการ

5.3 สถานที่ (Place) ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของการตลาดบริการ ทั้งนี้ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีใช่แต่เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงบริการอีกด้วย

5.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดรวมวิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารกับตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบอื่น ทั้งทางตรงสู่สาธารณะ ทางอ้อมผ่านการสื่อสาร เช่น การประชาสัมพันธ์

## 5.5 บุคลากร (People) แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น

5.5.1 บทบาทของบุคลากร สำหรับธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อมๆ กันด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการ

5.5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน คุณภาพบริการของลูกค้ารายหนึ่งอาจมีผลมาจากลูกค้ารายอื่นแนะนำมา ตัวอย่างเช่น ลูกค้าธนาคารที่บอกต่อกันไป แต่ปัญหาหนึ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะพบก็คือ การควบคุมระดับของคุณภาพบริการให้อยู่ในระดับคงที่

5.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ธุรกิจบริการจำนวนมากที่ไม่มีลักษณะทางกายภาพของบริการเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นส่วนประกอบที่เป็นลักษณะทางกายภาพที่มีปรากฏอยู่บ้าง ก็จะมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเช่น คำว่าลักษณะทางกายภาพ หมายความว่ารวมถึงสภาพแวดล้อม เช่น การตกแต่งบรรยากาศสีสรร รูปแบบร้านที่ให้บริการเสียง เป็นต้น ตัวอย่างบริการที่สามารถใช้ลักษณะทางกายภาพไปสนับสนุนการขายได้ เช่น ธนาคาร

ได้มีการจัดแผ่นป้ายโฆษณา แผ่นพับ หรือมีมุมหนึ่งของธนาคาร ที่แสดงให้เห็นถึงการขายประกัน เป็นต้น

5.7 กระบวนการ (Process) ในกลุ่มธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการ มีความสำคัญเช่นเดียวกับเรื่องทรัพยากรบุคคล แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความสนใจดูแลลูกค้าอย่างดี ก็ไม่สามารถแก้ปัญหาลูกค้าได้ทั้งหมด เช่น การเข้าแถวรอ ระบบการส่งมอบบริการ จะครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ ระดับการใช้เครื่องจักรกลในการให้บริการ อำนาจตัดสินใจของพนักงาน การมีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ อย่างไรก็ตามความสำคัญของประเด็นปัญหาดังกล่าวไม่เพียงแต่จะสำคัญต่อฝ่ายปฏิบัติการเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญต่อฝ่ายการตลาดด้วย เนื่องจากเกี่ยวข้องความพอใจที่ลูกค้าได้รับ จะเห็นได้ว่าการจัดการทางการตลาดต้องให้ความสนใจเรื่องของกระบวนการให้บริการและการนำเสนอ ดังนั้นส่วนประสมการตลาดก็ควรครอบคลุมถึงประเด็นกระบวนการนี้ด้วย

### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โสภา คงชนาคมชัญญกิจ (2538) ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจทำกรรมกรรมประกันชีวิตและอุปสงค์ต่อเบี้ยกรรมกรรมประกันชีวิตโดยตรง ซึ่งจะแยกออกเป็นในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับนอกเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ข้อมูลแบบภาคตัดขวางจากโครงการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์หาคัดสินเชิงคุณภาพ โดยใช้ในรูป การวิเคราะห์แบบจำลองโลจิต ในการวิเคราะห์ และวิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ใช้วิธีภาวะความน่าจะเป็นสูงสุดเครื่องมือ ที่นำมาใช้ คือ การวิเคราะห์การถดถอย และใช้วิธีประมาณค่า

การวิจัยแบบจำลองแบบโลจิต พบว่าปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจทำกรรมกรรมประกันชีวิตของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ รายได้ของครัวเรือนและครัวเรือนที่มีอสังหาริมทรัพย์ ครัวเรือนนอกเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่กำหนด คือ รายได้ของครัวเรือน ครัวเรือนที่มีอสังหาริมทรัพย์ ประเภทของอาชีพและระดับการศึกษาและจากแบบจำลองการถดถอย พบว่าปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ต่อเบี้ยกรรมกรรมประกันชีวิตโดยตรงของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล คือ รายได้ของครัวเรือนและครัวเรือนที่มีอสังหาริมทรัพย์ ส่วนครัวเรือนนอกเขตกรุงเทพและปริมณฑลปัจจัยที่กำหนด คือ รายได้ของครัวเรือน ทรัพย์สิน

ของครัวเรือนประเภทอสังหาริมทรัพย์ ประเภทของอาชีพ เพศ อายุ และจำนวนสาขาของบริษัท รายได้นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของคนทำประกันชีวิต อัตราค่าเบี้ย รายได้เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ของปัจจัยอีกด้วย

พรรณอร ชีระบุญชัยกุล (2539) ได้วิจัยถึงอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอัตราเบี้ยประกันสุขภาพ และเพื่อคำนวณหาอัตราเบี้ยประกันสุขภาพ การคำนวณหาขนาดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคำนวณเบี้ยประกันสุขภาพ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียวและเปรียบเทียบสัดส่วนของค่ารักษาพยาบาลเฉลี่ยในการรับประกันสุขภาพ การวิเคราะห์ปัจจัยและการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่นำมาศึกษา คือเพศ อาชีพ อายุ โดยข้อมูลที่ใช้ศึกษาเป็นข้อมูลการรับประกันและการจ่ายค่าสินไหมทดแทนของการประกันสุขภาพของบริษัทแห่งหนึ่ง

จากการวิจัยพบว่าการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียวและเปรียบเทียบสัดส่วนของค่ารักษาพยาบาลเฉลี่ยในการรับประกันสุขภาพ สามารถคำนวณหาขนาดของอิทธิพลในแต่ละส่วนประกอบของปัจจัยต่าง ๆ การวิเคราะห์องค์ประกอบหลักไม่สามารถคำนวณหาขนาดของอิทธิพลของปัจจัยได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านลักษณะข้อมูลที่ทำให้การวิเคราะห์ เมื่อพิจารณาขนาดของอิทธิพลในแต่ละปัจจัยพบว่า เมื่ออายุสูงขึ้นขนาดของอิทธิพลจะสูงขึ้น เพศหญิงมีขนาดของอิทธิพลสูงกว่าเพศชาย และอาชีพมีระดับความเสี่ยงสูงจะมีอิทธิพลสูงที่สุด

ยุพดี อังจารุศิลา (2542) ได้ศึกษาแนวโน้มของค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลภายใต้สวัสดิการค่ารักษาพยาบาล ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ ลักษณะการเจ็บป่วยและการใช้บริการทางการแพทย์ รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันสุขภาพเสริมของราชการและลูกจ้างประจำของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้วยการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ โดยการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ และสมมุติให้ความน่าจะเป็นของการทำหรือไม่ทำประกันมีรูปแบบเท่ากับความถี่สะสมของการแจกแจงแบบโลจิสติก

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันสุขภาพเสริมของข้าราชการและลูกจ้างประจำของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนี้ สถานภาพการสมรส อายุ รายได้ พฤติกรรมการเลือกใช้ประเภทของโรงพยาบาล มีอิทธิพลต่อการทำประกันสุขภาพเสริม ของข้าราชการและลูกจ้างประจำในทิศทางเดียวกัน ส่วนค่าเบี้ยประกันและความคิดเห็นที่มีต่อสวัสดิการค่ารักษา

พยาบาล ที่ได้รับจะมีอิทธิพลต่อการทำประกันในทิศทางตรงกันข้าม ในส่วนของปัจจัยอื่นๆ คือ เพศ ไม่มีอิทธิพลต่อการทำประกันสุขภาพเสริม

เพ็ญจมาศ ศิริกิจวัฒนา (2543) ได้วิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลด้วยการออกแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ค่าความแปรปรวนทางเดียว และค่าถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ลักษณะทางประชากร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส การมีบุตร สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม คือ ระดับรายได้ อาชีพ ตำแหน่ง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการประกันชีวิต ด้านทัศนคติ โดยมีอิทธิพลในการอธิบายค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค และยังมีปัจจัยทางด้านอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความแตกต่างในการตัดสินใจทำประกันชีวิตของผู้บริโภค เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ

รณรงค์ โมกษะวรรณ (2545) ได้วิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการขาดผลบังคับของกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทสามัญ จากการที่ประกันชีวิตมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจทั้งด้านการออม การลงทุนและการให้ความคุ้มครองโดยเฉพาะกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสามัญ แต่ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้จำนวนกรมธรรม์ประกันชีวิตที่มีผลบังคับลดลง ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อธุรกิจประกันชีวิต โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อเข้าใจถึงรูปแบบและลักษณะทั่วไป ของธุรกิจประกันชีวิตประเภทสามัญและปัจจัยที่มีผลต่อการขาดผลบังคับของกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทสามัญ ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยการออกแบบสอบถามจากผู้ทำประกันชีวิตจำนวน 150 ราย โดยนำเสนอในรูปตารางร้อยละและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยโลจิสติก

ผลการวิจัยพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนเบี้ยประกันชีวิตต่อปีมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับการขาดผลบังคับของกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทสามัญ โดยผู้ที่ทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์มีความน่าจะเป็นที่กรมธรรม์จะขาดผลบังคับสูง และจากการสอบถามผู้ที่ได้เคยมีกรมธรรม์ที่ขาดผลบังคับพบว่า สาเหตุที่ทำให้กรมธรรม์ประกันชีวิตขาดผลบังคับคือมีความจำเป็นต้องใช้เงินและรายได้ลดลง ในการตัดสินใจทำประกันชีวิตควรเลือกแบบประกัน

ที่ตรงกับความต้องการและคำนึงถึงความสามารถในการชำระเบี้ยประกันชีวิตจนกระทั่งครบสัญญา เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในการชำระเบี้ยประกัน

จินสมรรถ ฤกษ์งามเดิม (2547) ได้วิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต และเบี้ยประกันชีวิต รวมถึงเพื่อประเมินผลของมาตรการเพิ่มค่าลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากเบี้ยประกันชีวิตจาก 10,000 บาท เป็น 50,000 บาท ต่อการกระตุ้นอุปสงค์ของการทำประกันชีวิต ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลภาคตัดขวาง ของบริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด ในปี พ.ศ. 2544 – 2546 โดยใช้แบบจำลองโลจิต และแบบจำลองสมการถดถอย

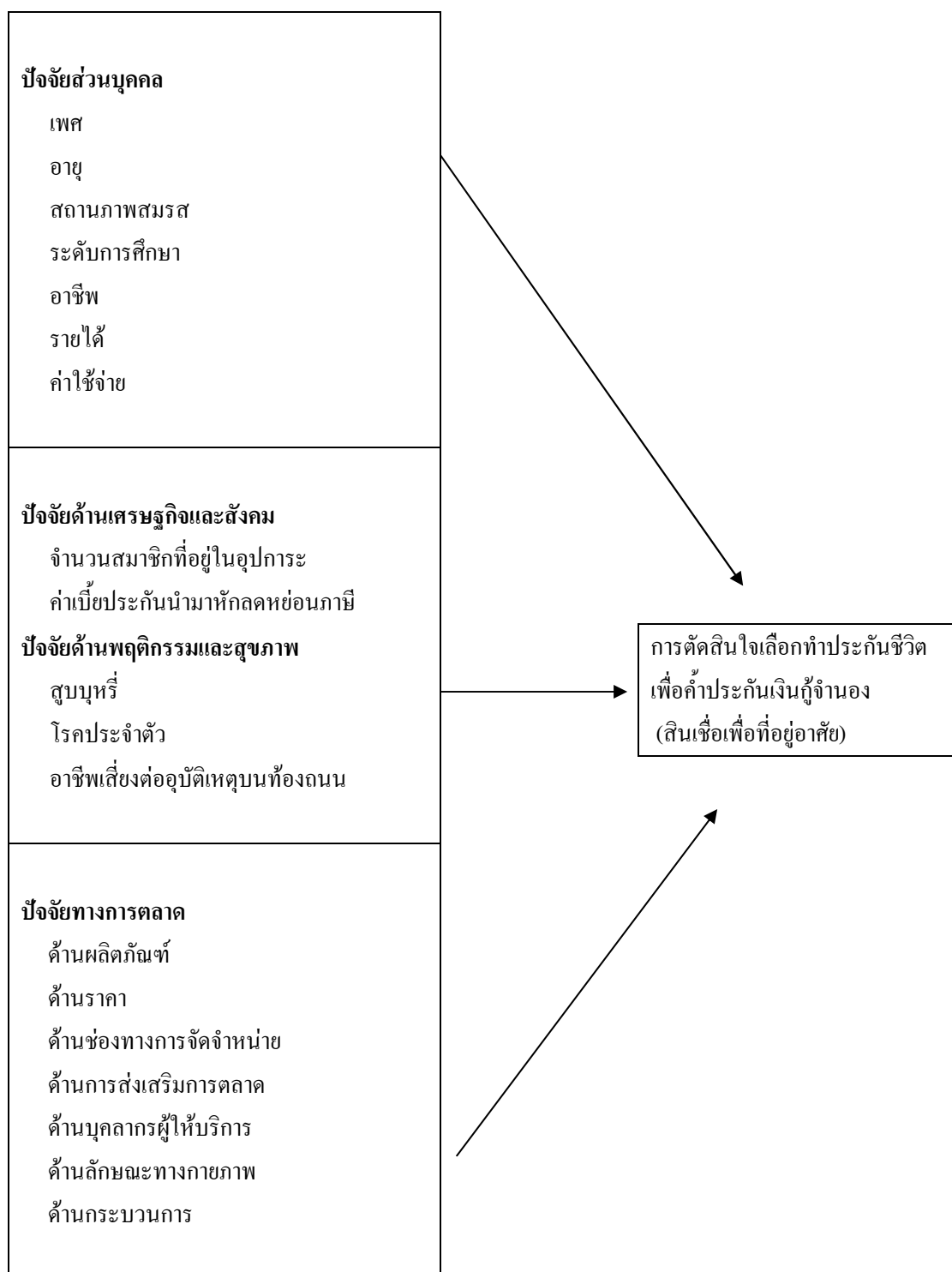
ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการทำประกันชีวิต ได้แก่ รายได้ อายุ และระดับการศึกษา โดยโอกาสในการทำประกันชีวิตจะแปรผันผกผันกับอายุ และแปรผันตามรายได้ และระดับการศึกษา และปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของเบี้ยประกันชีวิต ได้แก่ รายได้ และระดับการศึกษา ส่วนการประเมินผลกระทบของมาตรการเพิ่มค่าลดหย่อนจากเบี้ยประกัน พบว่า มาตรการเพิ่มค่าลดหย่อนภาษีนี้ไม่ส่งผลต่อทั้งโอกาสในการตัดสินใจในการทำประกันชีวิต และอุปสงค์ของเบี้ยประกันชีวิต

นพินดา หาญจริง (2549) ได้ศึกษาประวัติความเป็นมาและลักษณะทั่วไปของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย และศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่อยู่ในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่อยู่ในวัยทำงานจากทั้งหมด 50 เขต เลือกอันดับมากที่สุด 1 ถึง 10 จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณด้วยแบบจำลองโลจิต

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ในส่วนตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต คือ ตัวแปรทางด้านรายได้ อาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน การนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ และให้ความคุ้มครองในทิศทางที่เป็นลบ ส่วนทางด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมาก คือ ความมั่นคงและฐานะทางการเงินของบริษัทประกันชีวิต ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ คือ ความน่าเชื่อถือของตัวแทน ปัจจัยทางด้าน

ราคาในกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมาก คือ การจ่ายเงินปันผล ส่วนปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดในกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ คือ การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการประกันชีวิต

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาปัจจัยดังนี้ ของโสภา คงธนาคมชัยกิจ (2538) คือ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา เพศ อายุ จำนวนสาขา อัตราค่าเบี้ย งานวิจัยของพรรณอร ชีระบุญชัยกุล (2539) คือ อายุ เพศ อาชีพ ยุพดี อังจารุศิรา (2542) คือ สถานภาพสมรส อายุ รายได้ ประเภทโรงพยาบาล เพศ เพ็ญมาศ ศิริกิจวัฒนา (2543) คือ รายได้ ตำแหน่ง(อาชีพ) เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส การเปิดรับข้อมูล รงรอง โมกษะวรรณะ (2545) คือ รายได้ ชินสมรรถ ฤกษ์งามเดิม (2547) คือ รายได้ อายุ ระดับการศึกษา และนพินดา หาญจริง (2549) คือ เพศ อาชีพ ทักษณคติ (ความมั่นคงของบริษัท)



ภาพที่ 5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ยืมในกรุงเทพมหานคร สำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรคุณภาพจะต้องมีการกำหนดตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดยตัวแปรที่ใช้สามารถแบ่งได้ดังนี้

#### ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้ คือ โอกาสในการทำประกันชีวิต กำหนดได้ดังนี้

Z คือ การตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ยืม

โดยที่  $Z = 1$  ผู้ขอสินเชื่อตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ยืม  
 $0$  ผู้ขอสินเชื่อตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ยืม

#### ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตขึ้นกับลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านการตลาด ในส่วนของพฤติกรรมและสุขภาพ นั้นมีผลต่อความเสี่ยงในการเสียชีวิตซึ่งเชื่อมโยงกับอัตราค่าเบี้ยของบริษัทประกัน ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดปัจจัยที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ค่าใช้จ่าย ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม คือ จำนวนสมาชิกที่อยู่ในอุปการะ ค่าเบี้ยประกันนำมาหักลดหย่อนภาษี ปัจจัยพฤติกรรมและสุขภาพ คือ การสูบบุหรี่ โรคประจำตัว อาชีพเสี่ยงต่ออุบัติเหตุบนท้องถนน โดยมีลักษณะแบบจำลองดังนี้

$$Z = a_0 + a_1 \text{Sex} + a_2 \text{Age} + a_3 \text{Stat} + a_4 \text{Edu} + a_5 \text{Occ} + a_6 \text{Inc} + a_7 \text{Exp} + a_8 \text{Fam} + a_9 \text{Tax} + a_{10} \text{Smok} + a_{11} \text{Hale} + a_{12} \text{Ocr} + e_i$$

## กำหนดให้

|       |   |                                            |
|-------|---|--------------------------------------------|
| Z     | = | การตัดสินใจทำประกันชีวิต                   |
| Sex   | = | เพศ                                        |
| Age   | = | อายุ                                       |
| Stat  | = | สถานภาพ                                    |
| Edu   | = | ระดับการศึกษา                              |
| Occ   | = | อาชีพ                                      |
| Inc   | = | รายได้                                     |
| Exp   | = | ค่าใช้จ่าย                                 |
| Fam   | = | สมาชิกที่อยู่ในอุปการะ                     |
| Tax   | = | ภาษี                                       |
| Smok  | = | พฤติกรรมการสูบบุหรี่                       |
| Hale  | = | สุขภาพ                                     |
| Ocr   | = | อาชีพเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ            |
| $a_i$ | = | ค่าสัมประสิทธิ์ ; $i = 1, 2, 3, \dots, 12$ |
| $e_i$ | = | ค่าความผิดพลาด ที่ $i$                     |

## สมมติฐานการวิจัย

**เพศ (Sex)** เพศชายคาดว่าน่าจะมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงกว่าเพศหญิง เนื่องจากวัฒนธรรมไทยนั้นเพศชายมีบทบาทเป็นหัวหน้า และเป็นผู้นำครอบครัว จึงมีความต้องการสร้างความมั่นคงให้กับครอบครัวมากกว่าเพศหญิง

**อายุ (Age)** อายุคาดว่าผู้ขอสินเชื่อที่มีอายุน้อยมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันสูงกว่า ผู้ที่มีอายุมาก เนื่องจากผู้ที่มีอายุน้อยจะมีอัตราค่าเบี้ยประกันถูกกว่าเพราะมีความเสี่ยงในการเสียชีวิตน้อยกว่า

**สถานภาพ (Stat)** ผู้ที่มีสถานภาพสมรสและมีบุตรคาดว่าจะตัดสินใจทำประกันสูงกว่ากลุ่มสถานภาพอื่น เนื่องจากผู้ขอสินเชื่อเป็นผู้มีรายได้หลักต้องการสร้างหลักประกันที่มั่นคงในอนาคตให้กับครอบครัว

**ระดับการศึกษา (Edu)** ผู้วิจัยคาดว่ากลุ่มที่มีการศึกษาสูงจะทำชีวิตสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาค่ำ เนื่องจากผู้มีการศึกษาสูงมีความรู้ความเข้าใจถึง ความจำเป็น ประโยชน์ของประกันชีวิตและวางแผนการดำเนินชีวิตอย่างมีเหตุผล อีกทั้งผู้มีการศึกษาสูงจะมีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี จึงมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ

**อาชีพ (Occ)** อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการในค่า บริการที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยคาดว่าอาชีพพนักงานเอกชน น่าจะทำประกันชีวิตสูงกว่า อาชีพอื่น เพราะรายได้มีความสม่ำเสมอ และฐานของรายได้สูงจึงมีความสามารถตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการได้ดีกว่าอาชีพอื่น ๆ

**รายได้ (Inc)** ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง จะตัดสินใจทำประกันมากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย จากทฤษฎีอุปสงค์ รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญจะแปรผันทางตรงกับการตัดสินใจทำประกันชีวิต เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงมีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย

**ค่าใช้จ่าย (Exp)** ผู้ที่มีค่าใช้จ่ายสูงคาดว่าจะตัดสินใจทำประกันน้อยกว่าผู้ที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีค่าใช้จ่ายสูงมีงบประมาณจำกัดและไม่ต้องการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายให้กับครอบครัว

**สมาชิกในอุปการะ (Fam)** ผู้ที่ต้องอุปการะสมาชิกในครอบครัวคาดว่าจะทำประกันสูงกว่าผู้ที่ไม่ต้องอุปการะสมาชิกในครอบครัว เนื่องจากไม่ต้องการสร้างภาระให้กับครอบครัวหรือสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลในอนาคต

**ภาษี (Tax)** การนำค่าเบี้ยประกันไปหักภาษีได้ คาดว่าน่าจะมีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต เนื่องจากการช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการเสียภาษีบุคคลธรรมดาตอนสิ้นปีได้เพิ่มมากขึ้น

**พฤติกรรมสูบบุหรี่ (Smok)** ผู้วิจัยคาดว่าที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ จะตัดสินใจทำประกันชีวิตมากกว่าผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ เนื่องจากผู้ที่สูบบุหรี่มีแนวโน้มของการเกิดโรคต่างๆ สูง ส่งผลให้มีโอกาสเสียชีวิตด้วยโรคที่มีสาเหตุจากการสูบบุหรี่

**สุขภาพ (Hale)** ผู้ที่มีโรคประจำตัว คาดว่าน่าจะตัดสินใจทำประกันสูงกว่าผู้ที่มีสุขภาพปกติ เนื่องจากมีความเสี่ยงในการเสียชีวิตด้วยโรคประจำตัวสูงกว่าคนที่มีสุขภาพปกติ

**อาชีพเสี่ยง (Ocr)** ผู้ที่ประกอบอาชีพเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน คาดว่าน่าจะทำประกันชีวิตสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น เนื่องจากมีโอกาสเสี่ยงต่อการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุสูงกว่ากลุ่มอาชีพทั่วไป

### บทที่ 3

#### วิธีการวิจัย

การดำเนินการเกี่ยวกับการวิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ทุติยภูมิ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยการพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลองโลจิท

#### จำนวนประชากรและตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยจำนวนของผู้ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทำการกำหนดจำนวนการออกแบบสอบถาม ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546)

$$n = \frac{Z^2}{4 (E^2)}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$Z^2$  = ค่ามาตรฐานของการแจกแจงปกติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $Z = 1.96$ )

E = ค่าความคลาดเคลื่อน (ร้อยละ 5)

แทนค่า

$$n = \frac{3.8416}{4 (0.0025)}$$

$$n = 384.16$$

เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจึง ปรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้เป็นจำนวนเต็ม คือ

## วิธีการเก็บข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิได้จากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร โดยการทดสอบแจกแบบสอบถาม 99 ชุดตัวอย่าง (จำนวน 3 ครั้ง) ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551 แล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ในครั้งแรกนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม 30 ชุด มาทำการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม เป็นวิธีการหาค่าความเชื่อมั่นแบบวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยการวัดความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามต่างๆ ว่ากำลังวัดสิ่งเดียวกันหรือไม่ใช้การคำนวณหาคุณภาพของเครื่องมือด้วย Reliability Coefficients ใช้กับข้อมูลในส่วนของปัจจัยทางด้านการตลาด หลังจากทำการปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ได้นำไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหม่ที่ไม่ซ้ำกับกลุ่มเดิม ข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามครั้งที่สองจำนวน 30 ชุด นำมาปรับปรุงเพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นที่สูงขึ้น และนำข้อมูลหลังการปรับแจกเป็นครั้งที่สาม พบว่าแบบสอบถามจำนวน 39 ชุด มีค่า Cronbach's Alpha 0.867 จึงได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดตัวอย่าง ในช่วงเดือน ธันวาคม 2551 จากเขตในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขต ทำการคัดเลือกให้เหลือเพียง 10 เขต ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่มอย่างเป็นสัดส่วน ดังแสดงในตารางที่ 1 มีรายละเอียดต่อไปนี้

$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

|              |         |                                                        |
|--------------|---------|--------------------------------------------------------|
| โดยที่ $n_i$ | หมายถึง | จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มย่อย ( $i = 1, 2, 3, \dots$ ) |
| $n$          | หมายถึง | จำนวนตัวอย่างทั้งหมด เท่ากับ 400 ตัวอย่าง              |
| $N_i$        | หมายถึง | จำนวนประชากรในกลุ่มย่อยที่ $i$                         |
| $N$          | หมายถึง | จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด      |

จากข้อมูลจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 50 เขต ดังแสดงในตารางผนวกที่ 4 ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลประชากรของ พ.ศ. 2549 โดยนำจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่มีประชากรมากที่สุด 10 เขต มาคำนวณ ดังแสดงในตารางที่ 1 มีจำนวนทั้งหมด 400 ชุดตัวอย่าง ในการสำรวจมีผู้ร่วมสำรวจ จำนวน 5 คน ใช้ระยะเวลา 1 สัปดาห์ กระจายตามสาขาของธนาคารในพื้นที่ต่างๆ รวมถึงหน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนที่มีสถานที่ตั้งใกล้กับสาขาของธนาคาร

ในส่วนของคุณข้อมูลทุกขุมิ เก็บรวบรวมข้อมูลสถิติต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้ จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 ข้อมูลจากสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง เบื้องต้นจำแนกตามช่องทางการจำหน่าย พ.ศ. 2550 จากสมาคมประกันชีวิต วงเงินคุ้มครองประกันสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย พ.ศ. 2550 จากศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549

| เขตในกรุงเทพมหานคร | จำนวนประชากร     | จำนวนตัวอย่าง |
|--------------------|------------------|---------------|
| 1. บางแค           | 191,521          | 47            |
| 2. บางเขน          | 181,390          | 45            |
| 3. สายไหม          | 169,109          | 41            |
| 4. จตุจักร         | 167,837          | 41            |
| 5. จอมทอง          | 166,377          | 41            |
| 6. คอนเมือง        | 161,600          | 40            |
| 7. บางซื่อ         | 150,547          | 37            |
| 8. บางกะปิ         | 149,860          | 37            |
| 9. ประเวศ          | 146,401          | 36            |
| 10. ดินแดง         | 144,461          | 35            |
| <b>รวม</b>         | <b>1,629,103</b> | <b>400</b>    |

ที่มา: สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (2549)

### ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง โดยมีข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลปฐมภูมิ จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดตัวอย่าง แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ตัวแปรที่ใช้พิจารณา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และค่าใช้จ่าย
2. ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ จำนวนสมาชิกในอุปการะ ค่าเบี้ยประกันนำมาหักลดหย่อนภาษี
3. ปัจจัยพฤติกรรมและสุขภาพ ได้แก่ การสูบบุหรี่ โรคประจำตัว อาชีพเสี่ยงต่ออุบัติเหตุ บนท้องถนน
4. ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ

### การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนา สถิติที่ใช้ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าร้อยละ (Percentage) โดยการนำตัวแปรในปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยพฤติกรรมและสุขภาพ แต่ละส่วนมาทำการ Cross tabulation และปัจจัยการตลาด ใช้เกณฑ์การวัดทัศนคติของ ลิเคิร์ต เป็นการบอกลำดับความสำคัญของคำถาม เพื่อวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม และนำมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อเปรียบเทียบช่วงคะแนนซึ่งกำหนดเป็นอันตรภาคชั้น โดยข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดใช้เกณฑ์การวัดของลิเคิร์ตแบ่งระดับความคิดเห็นของผู้ตอบออกเป็น 5 ระดับ และนำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม มาหาค่าเฉลี่ยเพื่อเปรียบเทียบช่วงคะแนนที่กำหนด ซึ่งจะคำนวณได้จากลำดับอันตรภาคชั้นเริ่มตั้งแต่ 1.00 – 5.00 ดังนี้ (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2538)

| ช่วงคะแนน   | ระดับความสำคัญ       |
|-------------|----------------------|
| 1.00 – 1.80 | ไม่มีความสำคัญ       |
| 1.81 – 2.60 | มีความสำคัญน้อย      |
| 2.61 – 3.40 | มีความสำคัญปานกลาง   |
| 3.41 – 4.20 | มีความสำคัญมาก       |
| 4.21 – 5.00 | มีความสำคัญมากที่สุด |

2. การทดสอบสมมติฐาน เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม โดยการใช้การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้วยวิธีโลจิสติก มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) เป็นการวิเคราะห์ความถดถอยไม่ได้อยู่ในรูปเชิงเส้น โดยใช้วิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุ เพื่อวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของตัวแปรตาม เป็นข้อมูลไม่ต่อเนื่อง และเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยตัวแปรตามให้ผลลัพธ์ ได้ 2 ค่า เช่น ตัดสินใจ ทำ หรือ ไม่ทำ ประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีความน่าจะเป็นแบบทวินาม และใช้วิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ของตัวแบบด้วย วิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุดในการประมาณค่าพารามิเตอร์ สำหรับการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก ได้ทำการประมาณค่า ออดส์ (Odds) เมื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแบบด้วย ภาวะน่าจะเป็นสูงสุดค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จะนำไปคำนวณหาผลต่าง หรือการเปลี่ยนแปลงระหว่างลอกลอจิสติกของตัวแปรตามเมื่อตัวแปรอิสระแต่ละตัวเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกตัวแปรตามและความคลาดเคลื่อน สามารถแจกแจงแบบปกติหรือแบบอื่นก็ได้ แต่ต้องมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรต่อเนื่องกับค่าโลจิสติก การประมาณตัวแบบการวิเคราะห์ความถดถอย โลจิสติก วิธีการประมาณตัวแบบ เป็นการประมาณค่าความน่าจะเป็น โดยให้เป็นค่าที่สังเกตได้ใน 2 ทางเลือก คือ ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจทำประกันชีวิต และการตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิต โดยกำหนดให้

$Z$  คือ การตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม

โดยที่  $Z = 1$  ผู้ขอสินเชื่อตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม

$0$  ผู้ขอสินเชื่อตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม

ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จ้าง

$$P = \frac{e^Z}{1 + e^{-Z}} \quad \text{เมื่อ Take} \quad \frac{e^{-Z}}{e^{-Z}}$$

$$= \frac{1}{1 + e^{-Z}} \quad \dots\dots\dots (1)$$

เมื่อ Z เป็น Linear Combination แสดงดังนี้

$$Z = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + \dots\dots\dots + a_yX_y \quad \dots\dots\dots (2)$$

$a_i$  หมายถึง ค่าพารามิเตอร์ เมื่อทำการประมาณค่า และ  $i=1,2,\dots,y$

$X$  หมายถึง ตัวแปรอิสระ

$e$  หมายถึง ค่าฐานของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural logarithm) มีค่าประมาณ 2.71828

และจะได้ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิต

$$1 - P = 1 - \frac{1}{1 + e^{-Z}} \quad \dots\dots\dots (3)$$

จากตัวแบบที่ประมาณได้ในสมการ (1) และ (3) สามารถแปลงให้เป็นอัตราส่วนของความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ และความน่าจะเป็นของการไม่เกิดเหตุการณ์นั้น หรือเรียกว่า Odds

$$\text{Odds} = \frac{P}{1 - P} = e^Z \quad \dots\dots\dots (4)$$

สมการที่แสดงความสัมพันธ์ในรูป  $\ln(\text{Odds})$  หรือ Logit Transformation ดังนี้

$$\ln \left( \frac{P}{1 - P} \right) = \ln(e^Z) = Z \quad \dots\dots\dots (5)$$

ความเหมาะสมของตัวแบบ (Goodness of Fit of the Model) ใช้วิธีภาวน่าจะเป็นสูงสุด ในการตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแบบ ซึ่งสามารถประมาณค่าความน่าจะเป็นได้ดีที่สุด โดยวิธีคำนวณค่า Chi-square เรียกว่า  $-2 \log \text{Likelihood}$  หรือ  $-2LL$  ใช้เปรียบเทียบความคลาดเคลื่อน กรณีที่ไม่มีและมีความแปรอิสระอยู่ในตัวแบบ จะพบว่าค่าความแตกต่างมีค่าลดลงเรื่อยๆ เมื่อตัวแปรอิสระถูกใส่เพิ่มเข้าไปทีละตัว ในการประมาณค่าภาวน่าจะเป็นสูงสุดความน่าจะเป็นที่ประมาณได้มีค่าน้อยกว่า 1 และหากมีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่าตัวแบบให้ความสัมพันธ์ที่สมบูรณ์แบบ (Perfect Model) จะทำให้ค่า  $-2LL = 0$  ในการตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแบบ คือ ทดสอบสมมติฐานหลักค่าสัมประสิทธิ์ทุกตัวมีค่าเท่ากับศูนย์พร้อมกันหรือไม่ หากเป็นศูนย์ไม่ทุกตัว แสดงว่าตัวแบบมีความเหมาะสม การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ที่เป็นพารามิเตอร์ใช้ สถิติ Wald Statistic ในการทดสอบ

เมื่อนำตัวแปรในแบบสอบถามทีละส่วน คือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ส่วนที่ 3 ปัจจัยพฤติกรรมและสุขภาพ มาประมวลผลด้วยแบบจำลองโลจิสต์ โดยนำตัวแปรเข้าทดสอบในแบบจำลองโลจิสต์ ด้วยการแยกทดสอบทีละปัจจัยเพื่อพิจารณาหาตัวแปรที่มีค่านัยสำคัญที่ 0.05 ดำเนินการตัดตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญออกจากแบบจำลอง คงเหลือไว้เฉพาะตัวแปรที่มีค่านัยสำคัญและนำตัวแปรที่คงเหลือทุกตัวมาประมวลผลรวมด้วยแบบจำลองโลจิสต์ อีกครั้ง จะได้ค่าดังแสดงในตารางผนวกที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ของตนเอง ดังนี้

$$Z = a_0 + a_1 \text{Sex} + a_2 \text{Age} + a_3 \text{Stat} + a_4 \text{Edu} + a_5 \text{Occ} + a_6 \text{Inc} + a_7 \text{Exp} + a_8 \text{Fam} + a_9 \text{Tax} + a_{10} \text{Smok} + a_{11} \text{Hale} + a_{12} \text{Ocr} + e_i$$

โดยที่

|      |   |                          |
|------|---|--------------------------|
| Z    | = | การตัดสินใจทำประกันชีวิต |
| Sex  | = | เพศ                      |
| Age  | = | อายุ                     |
| Stat | = | สถานภาพ                  |
| Edu  | = | ระดับการศึกษา            |
| Occ  | = | อาชีพ                    |
| Inc  | = | รายได้                   |
| Exp  | = | ค่าใช้จ่าย               |

|       |   |                                            |
|-------|---|--------------------------------------------|
| Fam   | = | สมาชิกที่อยู่ในอุปการะ                     |
| Tax   | = | ภาษี                                       |
| Smok  | = | พฤติกรรมการสูบบุหรี่                       |
| Hale  | = | สุขภาพ                                     |
| Ocr   | = | อาชีพเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ            |
| $a_i$ | = | ค่าสัมประสิทธิ์ ; $i = 1, 2, 3, \dots, 12$ |
| $e_i$ | = | ค่าความผิดพลาด ที่ $i$                     |

การกำหนดตัวแปรในการศึกษาเพื่อใช้ในการศึกษาแบบจำลองโลจิต กำหนดได้ดังนี้

Sex คือ เพศ โดยกำหนดตัวแปรหุ่นได้ดังนี้

|     |   |           |
|-----|---|-----------|
| Sex | = | 1 เพศชาย  |
|     |   | 0 เพศหญิง |

Age คือ อายุ โดยการศึกษาแบ่งออกได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ อายุต่ำกว่า 30 ปี อายุ 30 – 40 ปี อายุ 41 - 50 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยกำหนดตัวแปรหุ่นดังนี้

|      |   |                         |
|------|---|-------------------------|
| Age1 | = | 1 อายุต่ำกว่า 30 ปี     |
|      |   | 0 อื่นๆ                 |
| Age2 | = | 1 อายุ 30 – 40 ปี       |
|      |   | 0 อื่นๆ                 |
| Age3 | = | 1 อายุ 40 - 50 ปีขึ้นไป |
|      |   | 0 อื่นๆ                 |

โดยให้อายุ 50 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มอ้างอิง

Stat คือ สถานภาพ โดยแบ่งออกได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ โสด สมรสและไม่มีบุตร สมรส และมีบุตร หม้ายหรือหย่าร้าง กำหนดตัวแปรหุ่นดังนี้

|        |   |   |                  |
|--------|---|---|------------------|
| Stat1  | = | 1 | โสด              |
|        |   | 0 | อื่นๆ            |
| Stat2  | = | 1 | สมรสและไม่มีบุตร |
|        |   | 0 | อื่นๆ            |
| State3 | = | 1 | สมรสและมีบุตร    |
|        |   | 0 | อื่นๆ            |

โดยให้หม้ายหรือหย่าร้าง เป็นกลุ่มอ้างอิง

Edu คือ ระดับการศึกษา โดยการศึกษาแบ่งออกได้ 6 กลุ่ม ได้แก่ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. / มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวส. / อนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท และอื่นๆ โดยกำหนดตัวแปรหุ่นดังนี้

|      |   |   |                          |
|------|---|---|--------------------------|
| Edu1 | = | 1 | ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย |
|      |   | 0 | อื่นๆ                    |
| Edu2 | = | 1 | ปวช. / มัธยมศึกษาตอนปลาย |
|      |   | 0 | อื่นๆ                    |
| Edu3 | = | 1 | ปวส. / อนุปริญญา         |
|      |   | 0 | อื่นๆ                    |
| Edu4 | = | 1 | ปริญญาตรี                |
|      |   | 0 | อื่นๆ                    |
| Edu5 | = | 1 | ปริญญาโท                 |
|      |   | 0 | อื่นๆ                    |

โดยให้การศึกษาอื่นๆ เป็นกลุ่มอ้างอิง

Occ คือ อาชีพ โดยแบ่งอาชีพออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ธุรกิจส่วนตัว, พนักงานบริษัทเอกชน, อาชีพอื่นๆ โดยกำหนดเป็นตัวแปรหุ่นดังนี้

|      |   |   |                              |
|------|---|---|------------------------------|
| Occ1 | = | 1 | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
|      |   | 0 | อื่นๆ                        |
| Occ2 | = | 1 | ธุรกิจส่วนตัว                |
|      |   | 0 | อื่นๆ                        |
| Occ3 | = | 1 | พนักงานบริษัทเอกชน           |
|      |   | 0 | อื่นๆ                        |

โดยให้อาชีพอื่นๆ เป็นกลุ่มอ้างอิง

Inc คือ รายได้ โดยกำหนดตัวแปรหุ่นได้ดังนี้

|     |   |   |                          |
|-----|---|---|--------------------------|
| Inc | = | 1 | รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป |
|     |   | 0 | รายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท |

Exp คือ ค่าใช้จ่าย โดยกำหนดตัวแปรหุ่นได้ดังนี้

|     |   |   |                              |
|-----|---|---|------------------------------|
| Exp | = | 1 | ค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 30,000 บาท |
|     |   | 0 | ค่าใช้จ่าย 30,000 บาท ขึ้นไป |

Fam คือ จำนวนสมาชิกที่อยู่ในอุปการะ โดยกำหนดตัวแปรหุ่นได้ดังนี้

|      |   |   |        |
|------|---|---|--------|
| Fam1 | = | 1 | ไม่มี  |
|      |   | 0 | อื่นๆ  |
| Fam2 | = | 1 | 1-2 คน |
|      |   | 0 | อื่นๆ  |
| Fam3 | = | 1 | 3-4 คน |
|      |   | 0 | อื่นๆ  |

โดยให้จำนวน 4 คนขึ้นไป เป็นกลุ่มอ้างอิง

Tax คือ การนำเบี้ยประกันไปหักลดหย่อนภาษีได้ โดยกำหนดตัวแปรหุ่นดังนี้

|     |   |   |               |
|-----|---|---|---------------|
| Tax | = | 1 | หักภาษีได้    |
|     |   | 0 | หักภาษีไม่ได้ |

Smok คือ สูบบุหรี่ โดยกำหนดตัวแปรหุ่นดังนี้

|      |   |   |              |
|------|---|---|--------------|
| Smok | = | 1 | สูบบุหรี่    |
|      |   | 0 | ไม่สูบบุหรี่ |

Hale คือ โรคประจำตัว โดยกำหนดตัวแปรหุ่นดังนี้

|      |   |   |       |
|------|---|---|-------|
| Hale | = | 1 | มี    |
|      |   | 0 | ไม่มี |

Ocr คือ ประกอบอาชีพมีความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยกำหนดตัวแปรหุ่นดังนี้

|      |   |   |        |
|------|---|---|--------|
| Ocr1 | = | 1 | ใช่    |
|      |   | 0 | ไม่ใช่ |

จากนั้นนำผลลัพธ์จากการคำนวณมาพิจารณาเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้ (รณรงค์ โมกษะวรรณ, 2545)

2.1 Correlation Matrix ใช้พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ถ้าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงให้เลือกตัวแปรอิสระเพียงตัวใดตัวหนึ่งเท่านั้น โดยดูจากผลการคำนวณว่าเมื่อตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งออกแล้ว แบบจำลองใดมีความเหมาะสมมากกว่ากัน

2.2 เครื่องหมายหน้าสัมประสิทธิ์ แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันหรือทิศทางตรงกันข้าม สามารถนำไปเปรียบเทียบกับข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3 Wald-Statistic มีการแจกแจงแบบไคสแควร์เป็นการทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามหรือไม่

2.4  $R^2$  เป็นค่าที่ใช้อธิบายว่าสมการมีความเหมาะสมกับข้อมูลมากเพียงใด ซึ่งจะบอกถึงการอธิบายของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามในรูปของร้อยละ โดยในการคำนวณจะแสดงค่า Nagelkerke –  $R^2$  และ Cox & Snell  $R^2$

3. วิเคราะห์โอกาสในการทำประกันชีวิตเพื่อคำนวณเงินกู้ยืม โดยนำปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต มาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิส เพื่อวิเคราะห์หาค่าความน่าจะเป็นของโอกาสในการทำประกันชีวิตของลูกค้า ด้วยการแทนค่าสมการในแบบจำลอง และสร้างตัวแบบพยากรณ์ ด้วยการนำตัวแปรที่มีค่านัยสำคัญทั้งหมดมาแจกแจงและจัดอันดับค่าความน่าจะเป็นตามลักษณะของทุกตัวแปรที่แตกต่างกัน เพื่อให้เห็นถึงค่าความน่าจะเป็นเมื่อตัวแปรเปลี่ยนแปลงไป หรือคุณลักษณะของแต่ละตัวอย่างที่แตกต่างกัน

3.1 คำนวณหาค่า  $Z$  ดังนี้

$$Z = a_0 + a_1 \text{Sex} + a_2 \text{Age} + a_3 \text{Stat} + a_4 \text{Edu} + a_5 \text{Occ} + a_6 \text{Inc} + a_7 \text{Exp} + a_8 \text{Fam} + a_9 \text{Tax} + a_{10} \text{Smok} + a_{11} \text{Hale} + a_{12} \text{Ocr} + e_i$$

3.2 คำนวณค่า  $P$  หรือ ค่าความน่าจะเป็น โดยการนำค่า  $Z$  ที่ได้มาแทนค่าในสมการ

$$P = \frac{1}{1 + e^{-Z}}$$

3.3 จากการคำนวณที่ได้นั้นเป็นเพียงลักษณะของตัวอย่างรายบุคคลเท่านั้น เพื่อให้ครอบคลุมในทุกลักษณะ ผู้วิจัยจึงนำลักษณะของตัวแปรทุกตัวมาแจกแจงพร้อมทั้งคำนวณค่าความน่าจะเป็นและเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

## บทที่ 4

### ลักษณะทั่วไปของการขายประกันผ่านธนาคาร

#### ประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการการขายประกันผ่านธนาคาร

ประกันขายผ่านธนาคาร หมายถึง การทำธุรกรรมการเงินและการประกันภัยผ่านสาขาของธนาคาร เป็นพันธกิจเพื่อประโยชน์ร่วมกันระหว่างธนาคารและธุรกิจการประกันภัย เป็นการบริการทางการเงินแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

โดยมีรูปแบบของการขายประกันผ่านธนาคารมีลักษณะหลากหลายโดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ตามลักษณะดังนี้ (มานิจ วราภักย์, 2549)

1. สัญญาร่วมธุรกิจแบบเป็นช่องทางจำหน่าย (Distribution Agreement) โดยธนาคารเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของประกันภัย จะได้รับค่าธรรมเนียมจากการเป็นนายหน้าและคิดเป็นรายได้ของธนาคาร อาจจะมีการแลกเปลี่ยนฐานข้อมูลของลูกค้ากันบ้าง แต่ไม่ลึกซึ้งและใช้เงินลงทุนจำกัด
2. มีลักษณะความร่วมมือเป็นพันธมิตรพึ่งพากันและกัน (Strategic Alliances) มีความร่วมมือ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันมากขึ้น ในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน มาตรฐานการบริการ และการจัดการช่องทางจำหน่ายร่วมกัน เป็นการสร้างให้เกิดโอกาสในความร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูลลูกค้า ซึ่งกันและกันมากขึ้น อีกทั้งยังมีความต้องการ การลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและตัวแทนขาย
3. ธนาคารร่วมถือหุ้นในบริษัทประกันภัย (Joint Ventures) โดยบริษัทประกันภัยจะส่งเสริมการขายประกันผ่านธนาคารที่ถือหุ้นร่วมกัน และยังรักษาช่องทางจำหน่ายเดิมของตนไว้ด้วย
4. กลุ่มผู้ให้บริการทางการเงิน (Financial Services Group) มีการดำเนินงานและระบบการจัดการถูกผสมผสานเต็มรูปแบบ ความสามารถสูงในการใช้ฐานข้อมูลลูกค้า ในการค้นหาความต้องการและเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทในกลุ่ม และเน้นการบริการเบ็ดเสร็จในจุดเดียว (One-Stop Services) มีศักยภาพในการผสมผสานผลิตภัณฑ์ต่างๆ สูง

จุดเด่นของการขายประกันชีวิตผ่านธนาคาร โดยให้บริการทางการเงินที่ครบวงจร (กู้เงินฝาก เงินป้องกัน ลงทุน บำนาญ) ช่วยลดค่าใช้จ่ายของบริษัทประกันภัย และเพิ่มรายได้ให้กับธนาคาร ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังช่วยรักษาสถานะลูกค้า เกิดอัตราการสูญเสียลดลง ในระหว่างขั้นตอนของงานต่างๆ และเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของธนาคารและ ประกันภัย สามารถสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้า ช่วยลดความเสี่ยงในธุรกรรมบางประเภท ของธนาคาร สำหรับกลยุทธ์การดำเนินงานต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของธนาคาร เพื่อให้เกิด ความเชี่ยวชาญในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค มีวิธีการปฏิบัติงานที่ดีในการ นำเสนอขายผลิตภัณฑ์ประกันภัย ใช้หลักของความสะดวกและเข้าใจง่ายในผลิตภัณฑ์ ความแข็งแกร่งในการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย จะต้องมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ความสอดคล้องกันของแผนงานต่างๆ ในธุรกิจหลักและธุรกิจอื่นๆ การผสมผสานและความเข้ากัน ได้ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด การอบรมที่มีประสิทธิภาพ และวิธีการที่มีประสิทธิผล ระบบรายงาน การขายที่มีประสิทธิภาพ การออกแบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ

ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานแบงก์แอสซัวร์นส์ ในประเทศไทยเกิดจากสาเหตุ หลายประการด้วยกัน ดังนี้ ตัวแทนขายที่ไม่มีคุณภาพและระบบการค้นหาตัวแทนขายยังขาด ประสิทธิภาพ มีการขาดวัฒนธรรมการขายในธนาคาร และขาดความร่วมมือจากผู้จัดการสาขาของ ธนาคาร การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพ มีข้อผิดพลาดในการวางแผนการตลาด ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมไปถึงการสื่อสารระหว่างองค์กร ที่ไม่ชัดเจน โครงสร้างของผลตอบแทนไม่จูงใจ ประกอบกับพนักงานธนาคารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อ การประกันภัย และกลยุทธ์การตลาดไม่เหมาะสม

### ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร ประกอบไปด้วย 5 ประเภท ดังนี้ (เจษฎา สุนันท์ชัย, 2545)

1. ประกันภัยเครดิต (Credit Insurance) ได้แก่ สินเชื่อเพื่อการจำนองอสังหาริมทรัพย์ เช่น บ้าน สินเชื่อซื้ออาคารพาณิชย์ สินเชื่อซื้อเครื่องจักร สินเชื่อบุคคล สินเชื่อเพื่อธุรกิจ สินเชื่อ เพื่อการเช่าซื้อ

2. ประกันวงเงินเบิกเกินบัญชี (Overdraft Insurance) ได้แก่ วงเงินเบิกเกินบัญชี (Overdraft Facilities) วงเงินบัตรเครดิต (Credit Cards) เงินกู้พิเศษ (Unstructured Debts)

3. การชำระเงินคืน (Capital Repayment) ได้แก่ เงินกู้เพื่อการจ้างงาน เงินกู้เพื่อการศึกษา เงินกู้ส่วนบุคคล หรือสินเชื่อธุรกิจ สามารถผ่อนชำระเป็นรายงวดโดยผ่านกรมธรรม์สะสมทรัพย์ มีเงื่อนไขจ่ายเงินคืน โดยผู้ถือกรมธรรม์อนุญาตให้ ธนาคารเป็นผู้รับเงินคืนจากกรมธรรม์สะสมทรัพย์ วิธีการแบบนี้ดึงดูดความสนใจมากในประเทศที่ให้สิทธิพิเศษทางภาษีสำหรับการประกันภัย เพราะเงินคืนนั้นไม่เสียภาษี

#### 4. ผลกระทบในรูปแบบการออม

4.1 บัญชีเงินฝากบวกรับประกันภัย (Depositors' Insurance) เป็นบัญชีเงินฝากที่ให้ความคุ้มครองในส่วนของการประกันชีวิต หรือประกันอุบัติเหตุ เท่ากับวงเงินคงเหลือในบัญชีเงินฝาก โดยมีเงื่อนไขที่ผู้ฝากเงินจะต้องฝากเงินจำนวนเท่าๆ กันทุกเดือนตลอดระยะเวลาที่ตกลง โดยธนาคารจะเป็นผู้จ่ายค่าเบี้ยประกันภัยนั้นให้ แต่ก็สามารถใช้วิธีการตลาดให้ผู้ฝากเงินเป็นผู้ชำระค่าเบี้ยประกันนั้นก็ได้

4.2 บัญชีเงินฝากและรับประกันยอดเงินออม (Objective Achievement Insurance: Bank Savings Plans) บัญชีเงินฝากที่รับประกันยอดเงินฝากที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยผู้ออมฝากเงินไปจนถึงยอดที่ตั้งเป้าหมายเป็นระบบตามข้อกำหนดของธนาคาร โดยธนาคารจะทำการรับประกันเงินฝากที่เป้าหมายของผู้ออมได้เปิดบัญชีไว้ ไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์ใดต่อผู้ออม ในกรณีที่เสียชีวิตหรือทุพพลภาพ จำนวนเงินฝากที่ตั้งเป้าหมายไว้ก็จะจ่ายให้กับผู้ฝากหรือกองมรดก ธนาคารจะนำการประกันภัยแบบชั่วระยะเวลาโดยมีทุนประกันลดลง มาประยุกต์ใช้กับบัญชีเงินฝากแบบนี้

5. ผลกระทบด้านการลงทุน (Pure Investment Products) ผลกระทบในส่วนนี้ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกันภัย เป็นรูปแบบที่มีอยู่เดิมของธนาคารที่ให้บริการอยู่แล้ว แต่ในบางประเทศ ผลกระทบเหล่านี้จะน่าสนใจมากขึ้นเมื่อบวกประกันเข้าไปด้วย เพื่อสิทธิพิเศษทางด้านภาษี ถ้านำเสนอผ่านบริษัทประกันภัย

## ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจประกันชีวิต

ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจประกันชีวิตประกอบด้วย ตัวแทนประกันชีวิต การขายผ่านธนาคาร ช่องทางการขายผ่านทางโทรศัพท์ ช่องทางการขายอื่น มีรายละเอียดดังนี้

1. ตัวแทนประกันชีวิต การจำหน่ายผ่านตัวแทนประกันชีวิต ถือว่าเป็นช่องทางการจำหน่ายหลักของธุรกิจประกันชีวิต และเป็นช่องทางแรกที่สามารถเข้าถึงประชาชนพร้อมทั้งให้รายละเอียดได้ดีที่สุด ดังนั้นจึงถือว่าช่องทางนี้สำคัญเป็นอย่างยิ่ง ที่จะสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ให้ชัดเจนได้ในทันที ดังนั้นธุรกิจประกันชีวิตจึงได้ให้ความสำคัญกับตัวแทนประกันชีวิตมากที่สุด ด้วยการมุ่งมั่นที่จะพัฒนาคุณภาพของตัวแทนประกันชีวิตให้มีความรู้ความสามารถอย่างมืออาชีพ โดยการยกระดับตัวแทนประกันชีวิต ให้เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน (Financial Advisor) ซึ่งสามารถที่จะทำหน้าที่วิเคราะห์และวางแผนทางการเงินการลงทุนให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี อีกทั้งได้มีการพัฒนาวิธีการนำเสนอขายโดยนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการเสนอขายด้วย

2. การขายผ่านธนาคาร เนื่องจากธนาคารเป็นสถาบันการเงินที่ประชาชนให้ความเชื่อถือ ดังนั้น การนำผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านธนาคารจึงเป็นช่องทางที่สามารถขยายการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตได้เป็นอย่างดี บริษัทประกันชีวิตที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์กับธนาคารพาณิชย์จึงให้ความสำคัญกับช่องทางการขายนี้อย่างยิ่ง โดยเรียกช่องทางการจำหน่ายชนิดนี้ว่า แบงก์แอสซัวร์

3. ช่องทางการขายผ่านทางโทรศัพท์ (Tele Marketing) นับได้ว่าเริ่มมีความสำคัญเพิ่มขึ้น และอาจขยายเป็นช่องทางการขายหลักในอนาคตได้อย่างดีเยี่ยม ทั้งนี้ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทประกันชีวิตหลายแห่งได้พัฒนาการขายในรูปแบบนี้ โดยการจัดตั้งศูนย์ขายงานขึ้นภายในบริษัทโดยตรง ขณะที่บริษัทประกันชีวิตบางแห่งก็ใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก

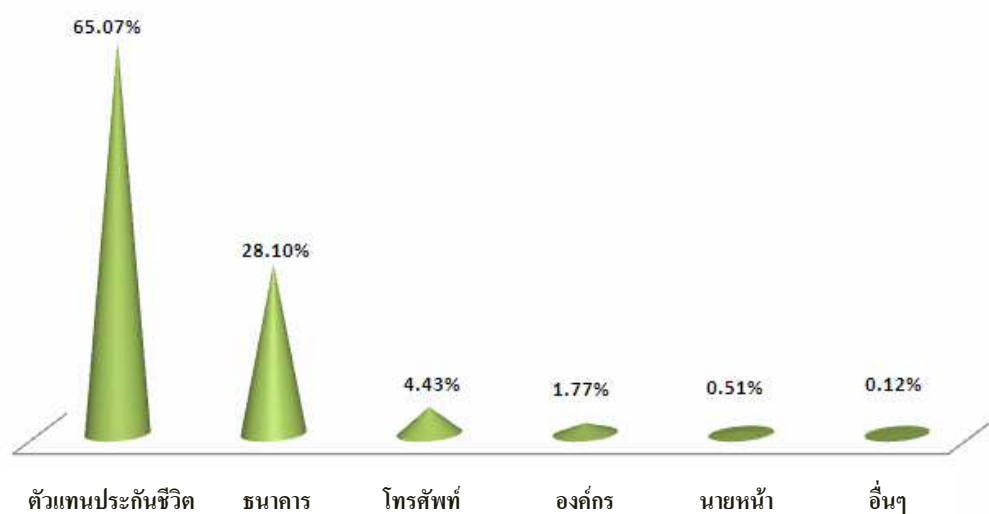
4. ช่องทางการขายอื่น ในปัจจุบันกลุ่มลูกค้ามีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น จึงได้มีการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ มีขึ้นอย่างหลากหลายเพื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม อีกทั้งเป็นการอำนวยความสะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกที่ อาทิเช่น การขายผ่านองค์กร (Worksite) การขายผ่านไปรษณีย์ (Post Office) และการขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ธุรกิจประกันชีวิต มีการพัฒนาความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น แต่ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของธุรกิจยังคงเป็นตัวแทนประกันชีวิต ถึงแม้ว่า ช่องทางการขายผ่านธนาคาร จะถูกพัฒนาขึ้นอย่างมากในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา สามารถจำแนกประเภทเบี้ยประกันชีวิตรับเป็นเบี้ยประกันชีวิตปีแรก เพื่อพิจารณาตามพฤติกรรมของช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าเบี้ยประกันชีวิตปีแรก ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของธุรกิจประกันชีวิตยังคงเป็นการขายผ่านตัวแทนประกันชีวิต โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ ร้อยละ 65.07 รองลงมาเป็นการขายประกันผ่านธนาคาร ร้อยละ 28.10 และการขายผ่านทางโทรศัพท์ ร้อยละ 4.43 โดยที่การขายผ่านทางโทรศัพท์ก็ถูกพัฒนาขึ้นอย่างมาก บริษัทประกันชีวิตขนาดใหญ่บางบริษัทได้จัดตั้งเป็นศูนย์อยู่ภายในบริษัทเพื่อให้บริการการขายผ่านทางโทรศัพท์โดยตรง อีกทั้งเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย จึงพยายามแทรกเข้าไปในช่องทางอื่นๆ เช่น ขายผ่านองค์กร ไปรษณีย์ เป็นต้น ดังแสดงในตารางที่ 2 และเพื่อให้เห็นภาพการเปรียบเทียบของแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย จึงนำข้อมูลจากตารางมาแสดงในภาพที่ 6

ตารางที่ 2 เบี้ยประกันชีวิตรับปีแรก จำแนกตามช่องทางการจำหน่าย พ.ศ. 2550

| ช่องทางจำหน่าย                           | จำนวน                | ร้อยละ     |
|------------------------------------------|----------------------|------------|
| 1. ตัวแทน (Agent)                        | 23,114,464.22        | 65.07      |
| 2. ผ่านธนาคาร (Bancassurance)            | 9,981,675.38         | 28.10      |
| 3. สอบถามทางโทรศัพท์ (Tele Marketing)    | 1,573,925.35         | 4.43       |
| 4. ผ่านองค์กร (Work Site)                | 627,606.02           | 1.77       |
| 5. นายหน้า (Broker)                      | 179,733.33           | 0.51       |
| 6. ขายตรงผ่านไปรษณีย์ (Direct Mail)      | 28,300.17            | 0.08       |
| 7. ช่องทางอื่น (Others)                  | 11,155.64            | 0.03       |
| 8. ขายผ่านที่ทำการไปรษณีย์ (Post Office) | 2,827.83             | 0.01       |
| 9. ติดต่อโดยตรงกับบริษัท (Walk In)       | 674.54               | 0.00       |
| <b>รวม</b>                               | <b>35,520,362.48</b> | <b>100</b> |

ที่มา: สมาคมประกันชีวิตไทย (2550)



ภาพที่ 6 สัดส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายของเบี้ยประกันชีวิตปีแรก พ.ศ. 2550

ที่มา: สมาคมประกันชีวิตไทย (2550)

### แบบประกันพื้นฐาน

แบบประกันชีวิตในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 – 2524 แบบประกันชีวิตจะเป็นแบบมาตรฐาน ซึ่งมีการจ่ายผลประโยชน์แบบง่ายๆ ไม่ซับซ้อน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ใหญ่ๆ คือ 1) ลักษณะที่ต้องอาศัยการมรณะของบุคคลเป็นเหตุแห่งการจ่ายเงิน ซึ่งมีจำแนกออกได้ 2 แบบ คือ การประกันชีวิตแบบตลอดชีพ และการประกันชีวิตแบบชั่วระยะเวลา 2) ลักษณะที่อาศัยการมีชีวิตอยู่รอดของบุคคลเป็นการจ่ายเงิน ซึ่งมี 2 แบบ คือ ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์และการประกันชีวิตแบบเงินได้ประจำ แต่หลังจากปี พ.ศ. 2524 แบบของการประกันชีวิตนั้นได้พัฒนาขึ้น โดยแบบตลอดชีพ และแบบสะสมทรัพย์เริ่มมีการจ่ายผลประโยชน์คืนแก่ ผู้เอาประกัน และมีการเพิ่มทุนเอาประกันในทุก 3 หรือ 5 ปี สำหรับแบบชั่วระยะเวลา ก็มีการพัฒนาให้มีการจ่ายผลประโยชน์เพิ่มเป็นหลายเท่าของจำนวนเงินเอาประกันภัย รวมทั้งได้มีการพัฒนาเป็นแบบชั่วระยะเวลาเพื่อคุ้มครองการจ้างงาน จากการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แบบของประกันชีวิตจึงเป็นแบบประกันพื้นฐาน มี 4 แบบ ดังนี้

1. แบบภายในกำหนดเวลา (Term Life Insurance) เป็นแบบประกันที่มีแต่การคุ้มครองอย่างเดียว ไม่มีมูลค่าเงินสด เป็นแบบชั่วระยะเวลา โดยมีระยะเวลา 5, 10, 15 ปี เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความคุ้มครองสูงเพียงช่วงระยะเวลาใด เวลาหนึ่ง เช่น ลูกค้าต้องไปอยู่ในความเสี่ยงสูง หรือเดินทางไปต่างประเทศ 3 – 5 ปี จึงต้องการความคุ้มครองตามระยะเวลาดังกล่าวเท่านั้น

2. แบบสะสมทรัพย์ (Endowment) เป็นแบบที่ประยุกต์มาจากแบบภายในกำหนดเวลา ที่มีค่าความคุ้มครองลดลงทุกปีจนเหลือศูนย์บาท แต่สามารถนำมูลค่าเงินสดมาเติมใหม่ได้ทุกปี ประกันแบบสะสมทรัพย์มีความหลากหลายขึ้นกับความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทประกัน เช่น แบบสะสมทรัพย์ธรรมดาเมื่อครบกำหนดแล้วรับเงินทุนประกันคืน แบบบำนาญเน้นการคุ้มครองก่อนการเกษียณอายุ 60 ปี แล้วหยุดชำระเบี้ยประกันหลังจากนั้นผู้ทำประกันจะเป็นฝ่ายรับเงินบำนาญเป็นประจำทุกเดือน หรือทุกปี จนกว่าจะครบระยะเวลาการจ่ายบำนาญตามสัญญาในกรมธรรม์

3. แบบตลอดชีพ (Whole Life Insurance) หรือแบบสะสมทรัพย์ครบอายุ 100 ปี เมื่อมีอายุครบตามกำหนด ก็จะได้รับทุนประกันคืน โดยจะมีระยะเวลาชำระเบี้ยกำหนดไว้ เช่น 10, 20 ปี หรือชำระครบอายุ 50, 55, 60 ปี หรือชำระตลอดสัญญา

4. แบบเงินได้ประจำ (Annuity Insurance) แบบประกันที่มีมูลค่าเงินสดไปเรื่อง ด้วยการเก็บค่าเบี้ยเป็นช่วงระยะเวลา มีการสะสมเพิ่มมูลค่าเงินสด และจ่ายคืนลูกค้าเป็นรายงวด เช่น รายเดือน เป็นเสมือนการเก็บเงินสะสมเป็นบำนาญในยามปลดเกษียณ ประกันแบบนี้ไม่มีการจ่ายคืนเงินทุนประกัน ลูกค้าเสียชีวิตก็เลิกสัญญา ปัจจุบันได้พัฒนาขึ้นโดยการรับรองการจ่ายบำนาญคืนและระบุจำนวนเดือนอย่างน้อย จำนวนกี่เดือนอย่างชัดเจน

### ประเภทกรมธรรม์ประกันชีวิต

ประเภทกรมธรรม์ประกันชีวิต แบ่งได้ 3 ประเภท คือ การประกันชีวิตแบบประเภทสามัญ ประเภทมวลชนและประเภทกลุ่ม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ประเภทสามัญ (Ordinary Life) ประกอบด้วยแบบประกันชีวิต ได้แก่ แบบภายในกำหนดระยะเวลา แบบตลอดชีพ และแบบเงินได้ประจำ การทำประกันประเภทนี้ บริษัทจะคัดเลือก

เฉพาะผู้ที่มิสุขภาพดี ในบางบริษัทจะตั้งเงื่อนไขให้มีการตรวจสอบสุขภาพโดยแพทย์ที่บริษัทแต่งตั้ง สำหรับผู้ที่อายุมากและลูกค้าที่ซื้อทุนประกันสูง และลูกค้ายังสามารถซื้อสัญญาส่วนควบเพิ่มเติมในสัญญาประกันชีวิต เช่น ประกันอุบัติเหตุ ประกันสุขภาพหรือแบบภายในกำหนดเวลากลุ่มลูกค้าประเภทนี้จะเป็นผู้มีรายได้น้อยกว่าจนถึงรายได้สูง เพราะมีกำลังจ่ายเบี้ยประกันเป็นเงินก้อนใหญ่ การเก็บเบี้ยประกันชีวิตจะแบ่งตามกำลังลูกค้า เป็นรายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน หรือรายเดือน ซึ่งแล้วแต่นโยบายบริษัท

2. ประเภทवलชน เดิมเรียกประกันประเภทนี้ว่า ประเภทอุตสาหกรรม (Industrial Life Insurance) ได้มีการเก็บเบี้ยประกันรายเดือนจึงเรียกว่าอุตสาหกรรม เพราะเหมาะกับลูกค้าส่วนใหญ่ที่เป็นคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม ไม่มีการตรวจสอบสุขภาพของผู้เอาประกัน แต่จะใช้วิธีกำหนดเงื่อนไขให้มีระยะเวลารอคอยไม่ให้ความคุ้มครองทันทีเมื่อกรมธรรม์เริ่มต้น จะต้องรอช่วงระยะ 3 เดือน หรือ 6 เดือน จึงจะเริ่มคุ้มครองถ้าเสียชีวิตในเวลารอคอย บริษัทจะจ่ายคืนเบี้ยประกันให้แก่ทายาท และการคุ้มครองอุบัติเหตุนั้นเป็นตัวเลขสำเร็จรูปรวมเบี้ยประกันอุบัติเหตุไว้ในตัว โดยไม่มีการซื้อสัญญาเพิ่มเติมเหมือนประเภทสามัญ

3. ประเภทกลุ่ม (Group Life Insurance) การประกันประเภทกลุ่มเป็นสวัสดิการที่นายจ้างซื้อความคุ้มครองให้ลูกจ้าง ปกตินายจ้างเป็นผู้จ่ายเบี้ยประกันให้ทั้งหมด หรือช่วยจ่ายคนละครึ่งกับลูกจ้าง บริษัทประกันชีวิตจะออกกรมธรรม์ฉบับเดียว ในกรมธรรม์จะระบุชื่อผู้รับผลประโยชน์ โดยทั่วไปการประกันกลุ่มเป็นสัญญาปีต่อปี การจ่ายเบี้ยประกันอาจจ่ายเป็นรายเดือนหรือสามเดือน หรือรายปีก็ได้ เบี้ยประกันขึ้นกับทุนประกัน จำนวนพนักงานและอายุเฉลี่ยของพนักงานทั้งหมดด้วย

### แบงก์แอชวอร์นส์ในประเทศสหรัฐอเมริกา

การขายประกันภัยและประกันชีวิตผ่านธนาคารในประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มต้นอย่างเป็นทางการ เมื่อประธานาธิบดีคลินตัน เสนอและผ่านออกมาเป็นกฎหมาย ชื่อ Financial Modernization Act of 1999 (พ.ศ. 2542) หรือ Gramm - Leach Bliley Act เริ่มมีผลบังคับในปี ค.ศ. 2000 (พ.ศ. 2543) กฎหมายนี้มีผลให้ธนาคารสามารถขายประกันชีวิตได้อย่างเสรี ผลกระทบของธนาคารที่มียอดขายสูงเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ การประกันสินเชื่อ การประกันเงินได้ประจำ และการประกันแบบช่วงระยะเวลา ธนาคารมีกลยุทธ์ในการขาย 2 แนวทาง คือ ซื้อตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสบการณ์มาทำการขายประกันผ่านธนาคาร และอีกแนวทางนั้น ธนาคารสร้างทีมขายขึ้นมาเอง

โดยเน้นที่สาขาและพนักงานประจำสาขา เบี้ยประกันที่ขายผ่านธนาคารส่วนใหญ่เป็นแบบชำระครั้งเดียว จากสถิติการขายประกันผ่านธนาคาร คือ บริษัท Aegon USA ซึ่งมียอดขายประกันแบบชำระครั้งเดียว สูงสุดอันดับหนึ่ง และบริษัท Hartford Life Insurance ให้ความสำคัญต่อการขายประกันผ่านธนาคาร โดยยึดหลักการ ธนาคารมีความสัมพันธ์ ที่ดีและเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน บริษัทให้ความสำคัญในการขายเบี้ยประกันแบบรายงวด จากช่องทางขายดังกล่าวทำให้ธนาคารมีรายได้เพิ่มขึ้นจากค่านายหน้า โดยยอดขายสูงสุด 5 อันดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 3 บริษัท Wells Fang & Co มีมูลค่าถึง 1,071 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มียอดขายเป็นอันดับ 1 และอันดับที่ 5 บริษัท Wachovia Corp มีมูลค่า 306 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตารางที่ 3 การจัดอันดับค่านายหน้าธนาคาร ในประเทศสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2549

| (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)   |        |
|----------------------|--------|
| บริษัท               | มูลค่า |
| 1. Wells Fang & Co   | 1,071  |
| 2. Country Wide Bank | 784    |
| 3. Bank One Corp     | 501    |
| 4. B B & T Corp      | 396    |
| 5. Wachovia Corp     | 306    |

ที่มา: โลกประกันชีวิต (2549)

เมื่อเปรียบเทียบ อัตราการทำประกันผ่านแบงก์ยังต่ำกว่ายุโรปและ เอเชียเนื่องจากอุปสรรคหลายด้าน ทั้งกฎกติกา วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ระหว่างแบงก์และบริษัทประกันภัย และธนาคารมองว่าสินค้าประกันภัยไม่น่าสนใจเหมือนผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพราะทำกำไรได้น้อย

ส่วนเอเชีย แบงก์แอสซัวร์นส์กำลังมีการพัฒนาเร็วมาก โดยในปี 2548 แบงก์แอสซัวร์นส์ในฝั่งประกันชีวิตมีส่วนแบ่งตลาด 28% ขณะที่ประกันวินาศภัยมีส่วนแบ่ง 2% ซึ่งเหตุที่โตเร็ว เพราะหนีจากช่องตัวแทน ที่มีค่าใช้จ่ายสูง รวมถึงทางแบงก์เองก็มีความสนใจในช่องทางนี้มากขึ้นกว่าในอดีตในแง่ของช่องทางสร้างรายได้ ขณะเดียวกันก็เพราะในตลาดประเทศอินเดีย จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น มีการปรับลดกติกาเพื่อเปิดเสรีมากขึ้น ทำให้เป็นพลังขับเคลื่อนการขายตัวของแบงก์แอสซัวร์นส์ในเอเชีย กอปรกับทางบริษัทประกันภัยทั้งในประเทศและต่างชาติเองก็ใช้ช่องทางนี้เป็นช่องทางหลักในการแข่งขันกับบริษัทประกันขนาดใหญ่ที่เติบโตจากช่องทางตัวแทน

โดยภาพรวมบริษัทประกันภัยในภูมิภาคนี้จะใช้เบงก์แอสซัวร์ส์ในการเปิดตลาดภูมิภาค ซึ่งจะทำให้อัตราการทำประกันภัยส่วนภูมิภาคเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะประเทศอินเดียที่มีคนยากจนจำนวนมาก สำหรับในประเทศสิงคโปร์ ปี 2549 เบงก์แอสซัวร์ส์เป็นช่องทางหลักที่โตเร็วที่สุดของบริษัทประกันชีวิต มีเบี้ยใหม่ผ่านช่องทางเบงก์แอสซัวร์ส์ 21% สอดคล้องกับประกันชีวิตประเภทพ่วงการลงทุน หรือประเภทอินเวสเมนต์ ลิงค์ ที่นิยมขายผ่านธนาคารกันมากในสิงคโปร์ ส่วนตลาดประกันในประเทศจีนก็มีตัวเลขสูงมากเช่นกัน การเติบโตของช่องทางนี้ ส่วนหนึ่งมาจากภาครัฐที่แก้ไขกฎระเบียบให้ธนาคารเข้ามาทำธุรกิจประเภทนี้ ในตลาดนี้มากขึ้น เช่นในญี่ปุ่น เบงก์แอสซัวร์ส์เริ่ม เมื่อ เม.ย. 2544 และ 2550 ได้เปิดเสรีเต็มรูปแบบ ขณะที่เกาหลีได้กำลังเปิดเสรีแบบค่อยเป็นค่อยไป

### เบงก์แอสซัวร์ส์ในประเทศไทยญี่ปุ่น

ตั้งแต่ พ.ศ. 2544 ธนาคารและบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์เริ่มขายประกันภัยและประกันชีวิต โดยมีการแก้ไขกฎหมาย Insurance Business Law พ.ศ. 2543 ธนาคารเริ่มขายประกัน ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจธนาคารเป็นหลักก่อน เช่น การประกันคุ้มครองหนี้สินและการประกันอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย เพราะการประกันประเภทนี้เกี่ยวข้องกับการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย ยอดขายในช่วง พ.ศ. 2544 - 2545 มียอดประมาณ 80,000 ล้านบาท และในปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2546) ได้เติบโตเพิ่มสูงขึ้นเป็น 100,000 ล้านบาท ในด้านประกันประเภทอื่นที่ได้รับการตอบรับจากชาวญี่ปุ่น คือ ประกันแบบเงินได้ประจำ (Annuity Insurance) โดยในระยะเวลา 18 เดือน ช่วงระยะเวลาเดือนตุลาคม พ.ศ. 2545 – มีนาคม พ.ศ. 2547 มียอดขายสูงถึง มียอดขายสูงถึง 3.5 ล้านล้านบาท เมื่อพิจารณาถึงอุตสาหกรรมประกันชีวิตในญี่ปุ่น ที่ต้องประสบกับปัญหาเงินฝืดและการว่างงาน แต่ยอดขายประกันผ่านธนาคารดังกล่าวกลับเพิ่มสูงมาก เนื่องจากในปี พ.ศ. 2546 รูปแบบการขายประกันโดยใช้สกุลเงินดอลลาร์ (Us) และสกุลเงินยูโร (Euro) ได้รับความนิยม มากกว่าการขายประกันในสกุลเงินเยน เพราะชาวญี่ปุ่นขาดความเชื่อมั่นกับอัตราดอกเบี้ยในอนาคต นอกจากนี้ยังมีผลที่เกิดขึ้นตามมา คือ มีปริมาณผู้ที่ผ่านการสอบใบอนุญาตประกันชีวิตในกลุ่มของพนักงานธนาคาร และสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ธนาคารและสถาบันการเงิน นอกจากเพิ่มของปริมาณตัวแทนที่ได้รับอนุญาตแล้วยังเป็นปัจจัยหลักในการขาย ประกันแบบเงินได้ประจำ ให้กับอุตสาหกรรมประกันชีวิต โดยใช้กลยุทธ์ส่งพนักงานออกไปเยี่ยมเยียนถึงบ้านลูกค้าของธนาคารเพื่อให้เกิดความใกล้ชิดและเป็นกันเอง

เป็นกลยุทธ์ที่เข้าถึงความต้องการของลูกค้าโดยพนักงานจะสามารถเข้าใจในความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ด้วยปริมาณสาขาของธนาคารที่มีมากถึง 14,000 สาขาทั่วประเทศ จึงส่งผลให้ธนาคารประสบผลสำเร็จในกลยุทธ์ดังกล่าว สำหรับความแตกต่างในเรื่องสถานที่ ตัวแทนเสนอขายประกันของธนาคารขนาดใหญ่เน้นการขายในสำนักงานเป็นส่วนใหญ่ เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารขนาดเล็กและธนาคารท้องถิ่นแล้ว ยังมีการสนับสนุนให้ผู้จัดการทั่วไปและพนักงานที่มีประสบการณ์ของธนาคารซึ่งเกษียณอายุแล้วให้กลับเข้ามาทำงานให้กับธนาคาร ด้วยเหตุผลที่ว่าพนักงานที่เกษียณอายุได้ทำงานในสาขาต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน จึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในท้องถิ่น จึงง่ายต่อการนำเสนอและให้บริการด้านประกันชีวิต ซึ่งพนักงานธนาคารเป็นช่องทางสำคัญในการประชาสัมพันธ์บริการและรายละเอียดต่างๆ ให้กับลูกค้าทราบ

### แบงก์แอสซัวร์ันส์ในประเทศไทย

การขายประกันผ่านธนาคารเริ่มต้นมีใน พ.ศ. 2544 โดยเป็นการร่วมมือกันของธนาคารและบริษัทประกันชีวิตของประเทศไทย ในการแสวงหารูฏกิจบนรากฐานความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารกับลูกค้าของธนาคาร จึงเป็นผลประโยชน์ต่างตอบแทนระหว่างธนาคารและบริษัทประกันชีวิต อีกทั้งยังเป็นการสนองต่อกฎระเบียบของหน่วยงานรัฐบาลที่กำกับดูแล ภายใต้ ชื่อ IRDA (Insurance Regulatory and Development Authority) ซึ่งบังคับให้บริษัทประกันต้องเสนอขายประกันให้กับคนชนบทควบคู่ไปด้วย การขายประกันผ่านธนาคาร แต่ละแห่งในประเทศไทยมีกลยุทธ์และรูปแบบในการดำเนินธุรกิจการขายแตกต่างกันตามความเหมาะสม เช่น ส่งตัวแทนประกันชีวิตไปประจำในสาขาธนาคาร โดยแต่งตั้ง ผู้จัดการ (Wealth Managers) ซึ่งพนักงานของแต่ละธนาคารทำหน้าที่ขายประกันชีวิต จัดระบบผลประโยชน์จูงใจให้พนักงานธนาคารเป็นผู้ขายเอง

ในขณะที่คนไทยส่วนใหญ่ มีความเข้าใจต่อการประกันชีวิตในระดับต่ำ แต่สำหรับธนาคารที่อยู่ในสถานะที่รายได้ลดลง จากผลของการปรับลดอัตราดอกเบี้ยตามกลไกระบบเศรษฐกิจการขายประกันผ่านธนาคาร จึงเป็นช่องทางการเพิ่มรายได้ของธนาคาร ที่ค่าใช้จ่ายต่ำ เนื่องจากได้มีความพร้อมในเรื่องของสำนักงาน บุคลากร รวมถึงฐานของลูกค้าที่ธนาคารมีในปริมาณมาก

### แบงก์แอสซัวร์ันส์ในตะวันออกกลาง

บาห์เรน เป็นประเทศแรกที่เริ่มบุกเบิกการขายประกันผ่านธนาคาร และได้ขยายไปในประเทศต่างๆ เช่น เลบานอน อียิปต์ โอมาน ซึ่งยังเป็นเรื่องใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับทวีปยุโรป โดยการขาย ธนาคารใช้วิธีเสนอขายในสำนักงานสาขา และได้เริ่มพัฒนาการขายผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของธนาคาร ข้อแตกต่างในการขายประกันที่ต่างจากทวีปอื่น ของการขายประกันผ่านธนาคาร คือ จะต้องมีการลงทุนร่วมด้วยเสมอ บริษัทประกันชีวิตวิเคราะห์ว่าประชากรในตะวันออกกลางส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีการประกันชีวิต และธนาคารมีฐานข้อมูลครบถ้วน โดยเฉพาะสถานะการเงินของลูกค้า จึงเป็นเรื่องง่ายที่จะเพิ่มเติมกิจกรรมประกันชีวิตเข้าไปในการวางแผนทางการเงินให้ลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งที่ธนาคารมีอยู่แล้ว การขายประกันผ่านธนาคารในกลุ่มประเทศอาหรับ มิได้จำกัดเฉพาะการขายประกันชีวิตเท่านั้น แต่เป็นการเสนอประกันภัยทุกรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า ปัญหาใหญ่ที่ธนาคารต้องเผชิญ คือ การที่ประชากรเกือบทั้งหมดเป็นมุสลิมและประกันชีวิตเป็นข้อห้ามอย่างหนึ่ง ธนาคารจึงมีทางออกโดยการใช้วิธีเสนอสินค้าเป็นการลงทุน โดยไม่เพียงแต่ให้ผลตอบแทนที่น่าสนใจ แต่ยังให้เงินก้อนจำนวนหนึ่งแก่ครอบครัวหากเกิดเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึง เป็นการให้ความคุ้มครองกับทายาท โดยเรียกว่าผลิตภัณฑ์การลงทุน เนื่องจากได้เสนอขายหน่วยลงทุนที่มีการประกันชีวิตควบคู่ด้วย เท่ากับเป็นการบริหารการเงินมาก่อนและประกันชีวิตจึงตามมา เช่น ธนาคารเสนอขาย แผนการออมเพื่อการศึกษาของเยาวชน หรือแผนเกษียณอายุ สามารถสร้างผลตอบแทนการลงทุนในระยะยาวได้ดี ด้วยแผนการศึกษาของบุตร ลูกค้าสามารถออมเงินเป็นรายเดือนโดยบริษัทประกันชีวิตรับประกัน ว่าหากผู้ปกครองเสียชีวิตไปก่อน บุตรยังได้รับกองทุนการศึกษาตามวัตถุประสงค์ทุกประการ เท่ากับว่าสินค้าตัวนี้เป็นการลงทุนระยะยาวที่มีการรับรอง โดยธนาคารไม่ต้องใช้คำว่าประกันชีวิต ซึ่งเป็นวิธีการที่ธนาคารเสนอขายประกันให้ชาวมุสลิม

### แบงก์แอสซัวร์ันส์ในลาตินอเมริกา

ในลาตินอเมริกา แบงก์แอสซัวร์ันส์ เด็บโตแข็งแกร่งมากได้รับผลจากเศรษฐกิจมหภาค และการสนับสนุนทางภาษี ขณะที่นักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาเปิดธุรกิจในภูมิภาคนี้ต่างประสบความสำเร็จกับช่องทางนี้มาแล้วในภูมิภาคอื่นๆ อีกทั้งการเปิดเสรีภาคการเงินเมื่อหลายสิบปีก่อนทำให้ธุรกิจขยายตัวได้เร็ว โดยบางประเทศอนุญาตให้ตัวแทนขายสินค้าประกันภัยในสาขาของธนาคารได้ และบริษัทประกันภัยสามารถเปิดการขายช่องทางแบงก์แอสซัวร์ันส์ โดยสินค้าที่ขายมีทั้งประกันชีวิต

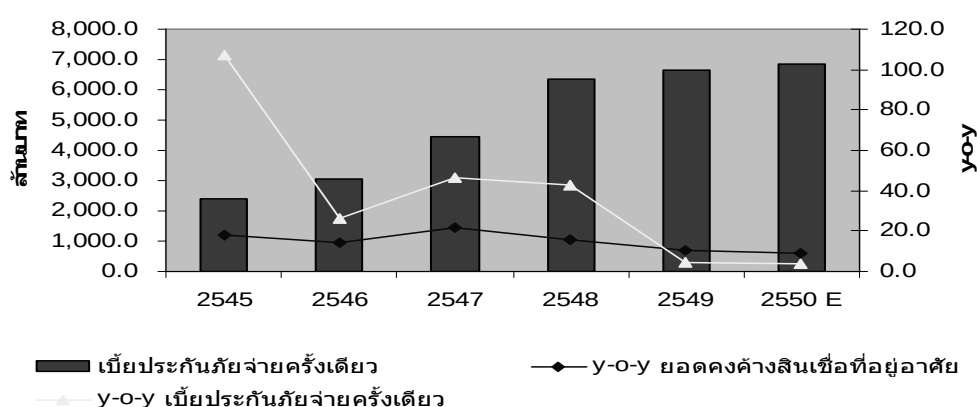
และประกันวินาศภัย ในตลาดประกันชีวิตขายผ่านธนาคารที่โดดเด่นที่สุด คือ บราซิล โคนในปี พ.ศ. 2549 มีส่วนแบ่งตลาดถึง 55% ส่วนซึลีปี พ.ศ. 2546 มีส่วนแบ่งตลาด 11% ของเบี้ยรวมจาก 5.4% ในปี พ.ศ. 2542

### แบงก์แอสซัวร์ันส์ในประเทศไทย

ในอดีตนาคารกับบริษัทประกันชีวิตและบริษัทประกันวินาศภัย มีการดำเนินงานร่วมกัน ทำแบงก์แอสซัวร์ันส์ แบบไทยสไตลมานานแล้ว โดยเฉพาะธนาคารใหญ่ของไทย คือ ธนาคารกรุงเทพและธนาคารกสิกรไทย ได้เริ่มต้นที่การประกันวินาศภัยเป็นหลัก คือ บริษัทกรุงเทพประกันภัย และบริษัทภัทรประกันภัยเป็นต้น พัฒนาการในระยะแรกธนาคารจะเน้นที่กลุ่มลูกค้าที่ต้องใช้บริการสินเชื่อของธนาคารเป็นส่วนใหญ่ (มากกว่าลูกค้าเงินฝาก) เพราะธนาคารมีอำนาจต่อรองสูงกว่าลูกค้าด้วยเหตุนี้การพัฒนาสินค้าและบริการของประกันภัยในยุคอดีตจึงอยู่ในรูปแบบของสินค้าและบริการพื้นฐานที่ลูกค้ามีความจำเป็นต้องทำอยู่แล้ว เช่น การประกันอัคคีภัย การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง ส่วนการประกันภัยรถยนต์ การประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคล การประกันภัยเบ็ดเตล็ดประเภทอื่นๆ เป็นอันดับรองลงมา

หลังวิกฤตเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา เป็นช่วงที่ธนาคารหลายแห่งเริ่มเปลี่ยนแปลง เป็นของผู้ถือหุ้นต่างชาติ หรือมีผู้ถือหุ้นต่างชาติมาร่วมถือหุ้น ซึ่งต่างก็เห็นถึงโอกาสและประโยชน์ที่ธนาคารจะได้รับจากการพัฒนาสินค้า แบงก์แอสซัวร์ันส์ และให้ความสำคัญมาก เช่น การคุ้มครองเงินกู้ของลูกค้าสินเชื่อ อีกทั้งยังมีการประกันชีวิตที่เสนอเป็นทางเลือกในการออมเงิน คือ เงินฝากประจำ หรือออมทรัพย์ของธนาคารแบบที่มีประกันชีวิตด้วย ซึ่งเป็นการผสมผสานกัน โดยไม่ได้ระบุเบี้ยประกันแยกต่างหาก แต่อัตราดอกเบี้ยที่ผู้ฝากจะได้รับต่ำกว่าปกติ ผลประโยชน์จากการประกันชีวิตหรือประกันอุบัติเหตุที่ผู้ฝากจะได้รับ สามารถใช้เป็นจุดขายหรือจุดแข่งขันในการหาเงินฝากของธนาคาร ลักษณะการขายแบงก์แอสซัวร์ันส์ของธนาคารเอง ผู้จัดการสาขา และพนักงานธนาคารจะต้องมีหน้าที่แนะนำลูกค้าของธนาคาร ซึ่งกิจกรรมการแนะนำลูกค้าถือเป็นบทบาทหน้าที่สำคัญ เพราะถ้าไม่แนะนำลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ จะส่งผลให้แบงก์แอสซัวร์ันส์ขาดประสิทธิภาพ

ธนาคารได้ให้ความสนใจกับสินค้าประกันชีวิตแบบ เครดิต ไลฟ์ หรือการประกันชีวิต เพื่อค้ำประกันเงินกู้จ้างงาน ในกรณีที่ผู้ขอสินเชื่อหรือผู้ทำประกันเสียชีวิต หรือทุพพลภาพ โดยสิ้นเชิงและถาวร บริษัทประกันชีวิตจะเป็นผู้จ่ายเงินเอาประกันเพื่อชำระหนี้ให้กับผู้ขอสินเชื่อ จึงเป็นการแบ่งเบาภาระของครอบครัวผู้เสียชีวิตไม่ต้องเดือดร้อนหาเงินมาผ่อนเงินกู้ต่อโดยที่เบี้ยประกัน มักเป็นแบบชำระครั้งเดียว คำนวณตลอดสัญญา จากภาพที่ 7 แผนภูมิประกันสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย พบว่าแนวโน้มการประกันสินเชื่อที่อยู่อาศัยประเภทเบี้ยประกันจ่ายครั้งเดียว ในปี พ.ศ. 2550 ขยายตัวประมาณร้อยละ 3.5 - 4.5 หรือมีมูลค่าประมาณ 6,865 - 6,930 ล้านบาท และจาก 6,631 ล้านบาท จะลดลงจากที่ขยายตัวร้อยละ 4.8 ในปี พ.ศ. 2549 เนื่องจากสินเชื่อที่ได้ปล่อยใหม่ทั้งระบบในปี พ.ศ. 2550 ลดลงกว่าปี พ.ศ. 2549



ภาพที่ 7 แผนภูมิค่าเบี้ยประกันสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2550)

### ผลดีและผลเสียของการทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จ้างงาน

การทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จ้างงานมีทั้งผลดีและผลเสียต่อผู้ขอสินเชื่อและธนาคารผู้ให้สินเชื่อดังนี้

**ผลดีต่อผู้ขอสินเชื่อ** การประกันชีวิตประเภทนี้จะให้ความคุ้มครองก็ต่อเมื่อผู้ที่ทำประกันชีวิตหรือทุพพลภาพถาวร ซึ่งบริษัทประกันจะชำระหนี้ประกันให้กับสถาบันการเงิน หากมียอดเงินคงเหลือจะชำระให้หายาก จึงเป็นหลักประกันว่าในอนาคตหากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดผู้ทำประกัน

จะไม่สูญเสียที่อยู่อาศัย อีกทั้งอัตราค่าเบี้ยประกันต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับประกันประเภทอื่น และสามารถนำค่าเบี้ยประกันไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้สูงสุด 50,000 บาท ต่อปี ตามเกณฑ์ของกรมสรรพากร (ระยะเวลาของประกันภัยตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป)

**ผลเสียต่อผู้ขอสินเชื่อ** เมื่อผู้ขอสินเชื่อผ่อนชำระสินเชื่อกับธนาคารเสร็จสิ้น จะไม่ได้รับเงินสะสมใดๆ หรือเงินจ่ายคืนแก่ผู้ทำประกัน (เบี้ยกินเปล่า)

**ผลดีต่อธนาคาร** แก้ไขปัญหาความเสี่ยงในเรื่องของสินเชื่อ ซึ่งการที่ลูกค้าทำประกันชีวิตเพื่อคุ้มครองวงเงินนั้นเป็นเหมือนหลักประกันว่าสินเชื่อดังกล่าวจะไม่กลายเป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในภายหลัง ถ้าหากผู้ขอสินเชื่อเสียชีวิต หรือกลายเป็นคนทุพพลภาพในระยะเวลาความคุ้มครอง บริษัทประกันจะเข้ามาเป็นผู้ชำระวงเงินส่วนที่เหลือให้กับสถาบันการเงิน

**ผลเสียต่อธนาคาร** ยังคงมีความเสี่ยงในเรื่องของการผ่อนชำระ ในกรณีที่ลูกค้าเกิดปัญหาไม่สามารถผ่อนชำระสินเชื่อต่อไปได้อีก ธนาคารยังคงต้องรับความเสี่ยงต่อไป

### กฎระเบียบการกำกับดูแล

กฎระเบียบการกำกับดูแลธุรกิจธนาคารของธนาคารแห่งประเทศไทยและธุรกิจประกันภัยของกรมการประกันภัยเกี่ยวกับการขายประกันผ่านธนาคาร ดังต่อไปนี้

ธนาคารแห่งประเทศไทย ประกาศลงวันที่ 20 ธันวาคม 2544 เรื่อง การอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ประกอบธุรกิจนายหน้าประกันวินาศภัย – ประกันชีวิต

1. ห้ามธนาคารบังคับลูกค้าทำประกันภัยผ่านธนาคารพาณิชย์ หรือบังคับทำกับบริษัทใดบริษัทหนึ่งเป็นการเฉพาะเจาะจง แต่ให้ลูกค้ามีสิทธิเลือกที่จะทำประกันภัยกับบริษัทใดก็ได้ หรือจะทำผ่านนายหน้าประกันภัยก็ได้

2. กำหนดนโยบายการประกอบกิจการนายหน้าประกันภัย รวมถึงรายละเอียด ขั้นตอนการปฏิบัติวิธีการดำเนินการ ขอบเขตความรับผิดชอบ การบริหารความเสี่ยง การคิดค่าธรรมเนียม

หรือค่าบริการกับลูกค้าและกับบริษัทประกันภัย และการควบคุมภายในไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ทั้งนี้ โฆษณาดังกล่าวต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการธนาคาร

3. ตรวจสอบดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายหรือกฎเกณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด และต้องจัดให้มีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสม

4. บันทึกบัญชีรายได้ที่ได้รับจากการเป็นนายหน้าประกันภัย หรือจากการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากลูกค้า จากบริษัทประกันภัย ให้ครบถ้วนถูกต้องตามความเป็นจริง

5. มีการจัดเก็บเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องไว้ที่ธนาคารเพื่อให้ธนาคารแห่งประเทศไทย สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา

กรมการประกันภัย ประกาศนายทะเบียน วันที่ 14 มกราคม 2545 เรื่องหลักเกณฑ์เงื่อนไข ในการออกใบอนุญาตให้นิติบุคคลประเภทธนาคารพาณิชย์เป็นนายหน้าประกันวินาศภัย – ประกันชีวิต

1. ธนาคารต้องชี้แจงหรือจัดการให้แก่เฉพาะลูกค้าธนาคารของตนเท่านั้น
2. ให้ธนาคารระบุนวัตกรรมประสงค้ประกอบกิจการนายหน้าประกันภัย ที่จดทะเบียนไว้ในข้อบังคับบริษัท
3. ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย/ชีวิต พ.ศ. 2535 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
4. การเพิ่ม ลดสาขา การเปลี่ยนแปลงพนักงาน ลูกจ้างที่มีใบอนุญาตเป็นนายหน้าประกันภัยประจำสำนักงานต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบภายในกำหนดสิบห้าวัน นับแต่วันที่มีการเพิ่ม ลดหรือเปลี่ยนแปลงนั้น
5. ห้ามมิให้ตั้งหรือยอมให้บุคคลซึ่งมีลักษณะต้องห้ามตามประกาศเป็นหรือทำหน้าที่ นายหน้าประกันภัย หรือบุคคลผู้มีอำนาจในการจัดการกิจการนายหน้าประกันภัย

## บทที่ 5

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต เพื่อคำนวณเงินกู้ยืม และเพื่อวิเคราะห์โอกาสในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อคำนวณเงินกู้ยืม มีวิธีการและแสดงผลการวิจัย ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยการพรรณนา สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าร้อยละ (Percentage) และใช้เกณฑ์การวัดทัศนคติของลิเคิร์ต เป็นการบอกลำดับความสำคัญของคำถาม เพื่อวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม และนำมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อเปรียบเทียบช่วงคะแนนซึ่งกำหนดเป็นอันตรภาคชั้น

2. การทดสอบสมมติฐาน เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการทำประกันชีวิตเพื่อคำนวณเงินกู้ยืม โดยใช้แบบจำลองโลจิส

วิเคราะห์โอกาสในการทำประกันชีวิต เพื่อสร้างตัวแบบจำลองในการพยากรณ์ โดยนำปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อคำนวณเงินกู้ยืม มาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิส และนำปัจจัยทั้งหมดมาแจกแจง เรียงลำดับค่าความน่าจะเป็นจากมากไปหาน้อย

### การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบด้วยลักษณะทั่วไป และลักษณะของผู้ตัดสินใจทำประกันชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 4 ดังนี้

## ปัจจัยส่วนบุคคล

ลักษณะโดยทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคล แสดงในตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่าเป็นเพศชาย มีจำนวนใกล้เคียงเพศหญิง โดยกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพ โสด ร้อยละ 43.75 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สมรสและมีบุตร ร้อยละ 36.75 วัยของผู้ขอสินเชื่อ เพื่อที่อยู่อาศัย เกินครึ่งเป็นวัยที่เริ่มทำงานและสร้างฐานะ คือ มีอายุต่ำกว่า 40 ปี ร้อยละ 77.25 จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 80.50 และอาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 55.00 รองลงมาเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.75

ลักษณะของผู้ตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยพิจารณาจากข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า เพศชาย ตัดสินใจทำประกัน ร้อยละ 57.65 สูงกว่าเพศหญิงที่ทำประกันชีวิต ร้อยละ 42.35 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดทำประกัน ร้อยละ 44.39 และกลุ่มที่ทำประกันรองลงมา คือ กลุ่มสมรส และมีบุตร ร้อยละ 37.24 ช่วงอายุส่วนมากของผู้ทำประกันชีวิตอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 40 ปี ร้อยละ 78.57 แม้ว่าในลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เกินครึ่งจะเป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 55.25 ผลการตัดสินใจทำประกันชีวิตปรากฏว่า กลุ่มที่ทำประกันชีวิตสูงกว่า คือ กลุ่มของ ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป ทำประกันชีวิต ร้อยละ 52.55 ในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจทำประกันมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 54.08 เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาสัดส่วนผู้ที่ตัดสินใจทำประกันชีวิตส่วนมากเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทำประกันชีวิตสูงถึงร้อยละ 80.10 และผู้ประกอบการอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ทำประกันชีวิตสูงถึงร้อยละ 50.00 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ทำประกัน ร้อยละ 22.96

ตารางที่ 4 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับการตัดสินใจทำประกันชีวิตและไม่ทำประกันชีวิต  
เพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง

| ปัจจัย               | ตัดสินใจทำประกัน |        | ตัดสินใจไม่ทำประกัน |        | รวม   |        |
|----------------------|------------------|--------|---------------------|--------|-------|--------|
|                      | จำนวน            | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| <b>เพศ</b>           |                  |        |                     |        |       |        |
| ชาย                  | 113              | 57.65  | 86                  | 42.16  | 199   | 49.75  |
| หญิง                 | 83               | 42.35  | 118                 | 57.84  | 201   | 50.25  |
| <b>สถานภาพ</b>       |                  |        |                     |        |       |        |
| โสด                  | 87               | 44.39  | 88                  | 43.14  | 175   | 43.75  |
| สมรส(ไม่มีบุตร)      | 33               | 16.84  | 39                  | 19.12  | 72    | 18.00  |
| สมรส(มีบุตร)         | 73               | 37.24  | 74                  | 36.27  | 147   | 36.75  |
| หม้าย (หย่าร้าง)     | 3                | 1.53   | 3                   | 1.47   | 6     | 1.50   |
| <b>อายุ</b>          |                  |        |                     |        |       |        |
| กว่า 30 ปี           | 60               | 30.61  | 51                  | 25.00  | 111   | 27.75  |
| 31 – 40 ปี           | 94               | 47.96  | 104                 | 50.98  | 198   | 49.50  |
| 41 – 50 ปี           | 35               | 17.86  | 40                  | 19.61  | 75    | 18.75  |
| 51 ปี ขึ้นไป         | 7                | 3.57   | 9                   | 4.41   | 16    | 4.00   |
| <b>ระดับการศึกษา</b> |                  |        |                     |        |       |        |
| ต่ำกว่า ม. ปลาย      | 3                | 1.53   | 8                   | 3.92   | 11    | 2.75   |
| ม. ปลาย / ปวช.       | 10               | 5.10   | 13                  | 6.37   | 23    | 5.75   |
| อนุปริญญา / ปวส.     | 26               | 13.27  | 18                  | 8.82   | 44    | 11.00  |
| ปริญญาตรี            | 108              | 55.10  | 103                 | 50.50  | 211   | 52.75  |
| ปริญญาโท             | 49               | 25.00  | 62                  | 30.39  | 111   | 27.75  |
| <b>อาชีพ</b>         |                  |        |                     |        |       |        |
| ข้าราชการ            | 45               | 22.96  | 58                  | 28.43  | 103   | 25.75  |
| ธุรกิจส่วนตัว        | 44               | 22.45  | 20                  | 9.80   | 64    | 16.00  |
| พนักงานเอกชน         | 98               | 50.00  | 122                 | 59.80  | 220   | 55.00  |
| อื่นๆ                | 9                | 4.59   | 4                   | 1.97   | 13    | 3.25   |

ตารางที่ 4 (ต่อ)

| ปัจจัย                                  | ตัดสินใจทำประกัน |        | ตัดสินใจไม่ทำประกัน |        | รวม   |        |
|-----------------------------------------|------------------|--------|---------------------|--------|-------|--------|
|                                         | จำนวน            | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| <b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>             |                  |        |                     |        |       |        |
| ต่ำกว่า 30,000 บาท                      | 93               | 47.45  | 128                 | 62.75  | 221   | 55.25  |
| 30,001 ขึ้นไป                           | 103              | 52.55  | 76                  | 37.25  | 179   | 44.75  |
| <b>ค่าใช้จ่ายรวมของครอบครัวต่อเดือน</b> |                  |        |                     |        |       |        |
| ต่ำกว่า 30,000 บาท                      | 106              | 54.08  | 116                 | 56.86  | 222   | 55.50  |
| 30,001 – 60,000 บาท                     | 53               | 27.04  | 67                  | 32.84  | 120   | 30.00  |
| 60,001 – 90,000                         | 14               | 7.14   | 11                  | 5.39   | 25    | 6.20   |
| 90,001 ขึ้นไป                           | 23               | 11.74  | 10                  | 4.91   | 33    | 8.30   |

ที่มา: จากการสำรวจ

**ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม**

การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางผนวกที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาระในการอุปการะสมาชิกในครอบครัว จำนวน 1 - 2 คน ร้อยละ 38.25 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีสมาชิกอยู่ในอุปการะ ร้อยละ 34.00 ภาระหนี้สินของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากมีเพียงภาระหนี้สินในการขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เพียงอย่างเดียวไม่มีภาระหนี้สินอื่น ร้อยละ 56.25 ในการขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยนั้นกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่ง ทางธนาคารมิได้มีเงื่อนไขกำหนดให้ต้องทำประกัน ร้อยละ 60.50 อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการวางแผนการดำเนินชีวิตในอนาคต โดยพิจารณาได้จากการมีกรรมสิทธิ์ประกันชีวิตอยู่แล้ว ร้อยละ 62.50 และได้มีการวางแผนการดำเนินชีวิตโดยมีการลงทุนอื่นๆ เพื่ออนาคตสูงถึงร้อยละ 78.25

การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง พบว่า ผู้ตัดสินใจทำประกันชีวิตส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่สมาชิกอยู่ในอุปการะ 1 – 2 คน ร้อยละ 37.76 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีภาระในการอุปการะครอบครัว ทำประกันร้อยละ 35.20

กลุ่มตัวอย่างที่มีภาระหนี้สินอื่นตัดสินใจทำประกันชีวิตไม่แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีภาระหนี้สินอื่น คือ ร้อยละ 50.00 และเมื่อธนาคารกำหนดให้ ผู้ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยทำประกันชีวิตควบคู่ไปด้วยมีผู้ทำประกันตามเงื่อนไข ร้อยละ 73.98 ในด้านผลประโยชน์ทางภาษีนั้มีกลุ่มตัวอย่างทำประกันชีวิตและสามารถนำค่าเบี้ยประกันไปหักลดหย่อนภาษีได้ ร้อยละ 72.96 ผู้ที่มีการวางแผนการดำเนินชีวิต เกิดครั้งตัดสินใจทำประกันชีวิต ได้แก่ กลุ่มที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตอื่นตัดสินใจทำประกันชีวิต ร้อยละ 65.82 และกลุ่มที่มีการลงทุนอื่นแล้ว ทำประกันสูงถึง ร้อยละ 77.04

ช่องทางการรับรู้ข้อมูลและตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ในจำนวนผู้ตัดสินใจทำประกันชีวิตส่วนใหญ่นั้น ได้รับข้อมูลโดยตรงจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร ร้อยละ 89.29 รองลงมาได้แก่ บุคคลรู้จักแนะนำ 17.86 ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง

| ช่องทางการรับรู้ข้อมูลประกัน | ทำประกัน | ร้อยละ |
|------------------------------|----------|--------|
| เจ้าหน้าที่ธนาคาร            | 175      | 89.29  |
| บุคคลรู้จักแนะนำ             | 35       | 17.86  |
| สื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์  | 19       | 9.69   |
| อื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต      | 4        | 2.04   |

หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ จำนวน 196 ตัวอย่าง

### การกำหนดให้มีเงื่อนไขต้องทำประกันของธนาคารที่ให้สินเชื่อ

จากการวิเคราะห์เบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 60.50 ของกลุ่มตัวอย่าง ธนาคารไม่ได้กำหนดให้ผู้ขอสินเชื่อต้องทำประกันชีวิต และมีเพียง ร้อยละ 39.50 เท่านั้นที่ทางธนาคารกำหนดให้ต้องทำประกันชีวิตควบคู่กับการขอสินเชื่อ ซึ่งในกลุ่มตัวอย่างที่ธนาคารไม่ได้กำหนดให้ต้องทำประกันชีวิตด้วยนั้น มีผู้ตัดสินใจทำประกันชีวิต ร้อยละ 26.02 กลุ่มตัวอย่างนี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่มีความสำคัญ ในการนำมาประกอบการพิจารณา รายละเอียดดังแสดงในตารางผนวกที่ 2 จำนวนผู้ตัดสินใจทำประกันชีวิตโดยปราศจากเงื่อนไขกำหนดของธนาคาร มีจำนวน 51 คน ในจำนวนนี้เกินครึ่งเป็นเพศชาย มีระดับ

การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนในการดำเนินชีวิต พิจารณาจากการลงทุนอื่นเพื่ออนาคตสูงถึง ร้อยละ 82.35 อีกทั้งมีความรับผิดชอบที่ต้องอุปการะสมาชิกในครอบครัว 1 – 2 คน ร้อยละ 49.02 และไม่สูบบุหรี่ ดังแสดงใน ตารางที่ 6

**ตารางที่ 6** จำนวนของผู้ที่ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดยธนาคารไม่มีเงื่อนไขกำหนดให้ทำประกันชีวิต และผู้ขอสินเชื่อได้ตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ของตนเอง

| ปัจจัย                               | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|-------|--------|
| <b>เพศ</b>                           |       |        |
| ชาย                                  | 37    | 72.55  |
| หญิง                                 | 14    | 27.45  |
| <b>ระดับการศึกษา</b>                 |       |        |
| ปริญญาตรีขึ้นไป                      | 44    | 86.27  |
| ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี                | 7     | 13.73  |
| <b>การลงทุนอื่นเพื่ออนาคต</b>        |       |        |
| มีการลงทุนอื่นเพื่ออนาคต             | 42    | 82.35  |
| ไม่มีการลงทุนอื่นเพื่ออนาคต          | 9     | 17.65  |
| <b>มีสมาชิกครอบครัวอยู่ในอุปการะ</b> |       |        |
| ไม่มี                                | 15    | 29.41  |
| 1 - 2 คน                             | 25    | 49.02  |
| 3 - 4 คน                             | 10    | 19.61  |
| มากกว่า 4 คน                         | 1     | 1.96   |
| <b>พฤติกรรมการสูบบุหรี่</b>          |       |        |
| ไม่สูบบุหรี่                         | 42    | 82.35  |
| สูบบุหรี่                            | 9     | 17.65  |

ที่มา: จากการสำรวจ โดยมีจำนวนตัวอย่าง 51 คน

จากรายละเอียดของแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจทำประกัน มีลักษณะที่เหมือนกันในการตัดสินใจทำประกันชีวิต คือ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อีกทั้งมีการลงทุนอื่นเพื่ออนาคตไว้แล้ว จำนวน จำนวน 38 คน และมีภาระต้องอุปการะสมาชิกในครอบครัว 23 คน ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ลักษณะรายละเอียดรายบุคคล ของผู้ที่ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยโดยธนาคารไม่มีเงื่อนไข กำหนดให้ทำประกันชีวิต และผู้ขอสินเชื่อได้ตัดสินใจทำประกันชีวิต

| ระดับการศึกษา   | มีสมาชิกในอุปการะ (คน) | มีการลงทุนเพื่ออนาคต | จำนวน (คน) |
|-----------------|------------------------|----------------------|------------|
| ปริญญาตรีขึ้นไป | ไม่มี                  | มีการลงทุนเพื่ออนาคต | 15         |
| ปริญญาตรีขึ้นไป | 1 – 2                  | มีการลงทุนเพื่ออนาคต | 16         |
| ปริญญาตรีขึ้นไป | 3 – 4                  | มีการลงทุนเพื่ออนาคต | 7          |

ที่มา: จากการสำรวจ โดยมีจำนวนตัวอย่าง 38 คน

### ปัจจัยพฤติกรรมและสุขภาพ

การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปจากข้อมูลพฤติกรรมและสุขภาพ จากตารางผนวกที่ ก 3 พบว่า ส่วนใหญ่ไม่สูบบุหรี่สูงถึง ร้อยละ 87.75 ในด้านสุขภาพปกติไม่มีโรคประจำตัว ร้อยละ 89.00 และ อาชีพที่ไม่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ร้อยละ 91.00 และกลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่ตัดสินใจทำประกันชีวิต ร้อยละ 15.82 สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่ด้วยกันและไม่ทำประกันชีวิต ร้อยละ 8.82

### ปัจจัยทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ด้วยการให้ระดับความสำคัญและ หาค่าเฉลี่ยระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในภาพรวมดังแสดงในตารางที่ 8 ดังนี้

ด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย 4.01 พบว่า เป็นปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต เพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง โดยมีระดับความสำคัญมาก ได้ศึกษาจากสัดส่วนราคาต่อวงเงินคุ้มครอง

**ด้านผลิตภัณฑ์** คะแนนเฉลี่ย 3.95 พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยมีระดับความสำคัญมาก ได้ศึกษาจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ให้ความคุ้มครองโดยทายาท ไม่ต้องหาเงินมาผ่อนชำระสินเชื่อบ้านต่อ

**ด้านบุคลากร** คะแนนเฉลี่ย 3.89 พบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง อยู่ในระดับมีความสำคัญมาก โดยพิจารณาจากคุณภาพของการให้บริการของพนักงาน

**ด้านกระบวนการ** คะแนนเฉลี่ย 3.95 พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต โดยมีระดับความสำคัญมาก ซึ่งพิจารณาจาก ลักษณะความสะดวกในการติดต่อพนักงานธนาคารเพื่อขอรับบริการ

**ด้านสถานที่** คะแนนเฉลี่ย 3.65 พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิต เพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง อยู่ในระดับมีความสำคัญมาก โดยพิจารณาเกี่ยวกับการกระจายจำนวนสาขาของธนาคารตามพื้นที่ต่างๆ ช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวก

**ด้านกายภาพ** คะแนนเฉลี่ย 3.30 พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจทำประกันชีวิต อยู่ในระดับมีความสำคัญปานกลาง โดยพิจารณาจากการตกแต่งสถานที่ภายในธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิต เช่น เคาท์เตอร์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธนาคาร โปสเตอร์ แผ่นพับ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** คะแนนเฉลี่ย 3.21 พบว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกัน อยู่ในระดับมีความสำคัญปานกลาง โดยพิจารณาจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ภาพรวมของปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต เรียงตามระดับความสำคัญรวมทั้ง 7 ปัจจัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ซึ่งอยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก โดยปัจจัยด้านราคามีความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 8 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง

| ปัจจัยทางการตลาด                       | ระดับคะแนน |    |     |     |     | ค่าเฉลี่ย | ระดับความสำคัญ |
|----------------------------------------|------------|----|-----|-----|-----|-----------|----------------|
|                                        | 1          | 2  | 3   | 4   | 5   |           |                |
| ราคา (Price)                           |            |    |     |     |     |           |                |
| สัดส่วนค่าเบี้ยประกันต่อวงเงินคุ้มครอง | 8          | 10 | 81  | 173 | 128 | 4.01      | สำคัญมาก       |
| ผลิตภัณฑ์ (Product)                    |            |    |     |     |     |           |                |
| ลักษณะของสัญญาประกันชีวิต              | 10         | 8  | 95  | 167 | 120 | 3.95      | สำคัญมาก       |
| กระบวนการ (Process)                    |            |    |     |     |     |           |                |
| ความสะดวกในการติดต่อพนักงาน            | 8          | 11 | 88  | 178 | 115 | 3.95      | สำคัญมาก       |
| บุคลากร (People)                       |            |    |     |     |     |           |                |
| คุณภาพการให้บริการของพนักงาน           | 20         | 60 | 169 | 118 | 33  | 3.89      | สำคัญมาก       |
| สถานที่ (Place)                        |            |    |     |     |     |           |                |
| จำนวนสาขาของธนาคาร                     | 9          | 22 | 133 | 171 | 65  | 3.65      | สำคัญมาก       |
| ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)    |            |    |     |     |     |           |                |
| การตกแต่งสถานที่ภายในธนาคาร            | 9          | 57 | 175 | 123 | 36  | 3.30      | สำคัญปานกลาง   |
| การส่งเสริมการตลาด (Promotion)         |            |    |     |     |     |           |                |
| การโฆษณาประชาสัมพันธ์                  | 20         | 60 | 169 | 118 | 33  | 3.21      | สำคัญปานกลาง   |
| รวมคะแนนเฉลี่ย                         | 3.71       |    |     |     |     |           | สำคัญมาก       |

หมายเหตุ: ระดับคะแนนเรียงลำดับความสำคัญ ตัวเลขจากน้อยไปมาก ตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

ที่มา: จากการสำรวจ

### การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้วยแบบจำลองโลจิต

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ยืมของลูกค้าสินเชื่อนาคารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีโลจิต เพื่อทำการประมาณค่าพารามิเตอร์ หาค่าสถิติทดสอบ และค่านัยสำคัญทางสถิติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ ที่ 0.05 สำหรับการวิเคราะห์ เพื่อสร้างแบบจำลองโลจิต ได้ใช้ข้อมูล คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยพฤติกรรมและสุขภาพ ผลการทดสอบพบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศ (Sex), การศึกษา (Edu), อาชีพ (Occ), รายได้ (Inc) และพบว่าพฤติกรรมการสูบบุหรี่ (Smok) มีนัยสำคัญที่ 0.10 ดังแสดงในสมการ ต่อไปนี้

$$Z = a_0 + a_1 \text{Sex} + a_2 \text{Edu1} + a_3 \text{Edu2} + a_4 \text{Edu3} + a_5 \text{Edu4} + a_6 \text{Edu5} + a_7 \text{Occ1} + a_8 \text{Occ2} + a_9 \text{Occ3} + a_{10} \text{Inc} + a_{11} \text{Smok} + e_i$$

ผลการทดสอบสมมติฐาน ในตารางที่ 9 เป็นการวิเคราะห์แบบจำลองการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ยืม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เพศ (Sex) ผลการทดสอบไม่เป็นไปตามสมมติฐาน พบว่า เพศชายทำประกันน้อยกว่าเพศหญิง โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบกับโอกาสในการตัดสินใจทำประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สาเหตุอาจมาจาก ค่าเบี้ยประกันของเพศหญิงที่มีอัตราต่ำกว่าค่าเบี้ยของเพศชาย

การศึกษา (Edu) ผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐาน พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำจะทำประกันชีวิตสูงกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง ที่ระดับนัยสำคัญ ที่ 0.05 โดยระดับการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสในการตัดสินใจทำประกัน เนื่องจากผู้ที่การศึกษาต่ำขาดความรู้ จึงกลัวว่าธนาคารผู้ให้สินเชื่อจะไม่อนุมัติวงเงินหากไม่ทำประกัน ในขณะที่ผู้มีการศึกษาสูงจะมีความรู้ในข้อกฎหมายต่างๆ จึงปฏิเสธการทำประกันได้

อาชีพ (Occ) ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน โดยพบว่าอาชีพเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยอาชีพพนักงานเอกชน (Occ1) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสของการตัดสินใจทำประกันชีวิต และอาชีพรับราชการ (Occ3) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาส ในการตัดสินใจทำประกันชีวิตด้วยเช่นกัน เนื่องจากอาชีพพนักงานเอกชนมีกำลังซื้อสูงและมีฐานรายได้ที่สม่ำเสมอ แต่จะไม่มีสวัสดิการ จึงมีกำลังซื้อสูงและมีความต้องการสร้างความมั่นคงและสร้างหลักประกันให้กับครอบครัว ในขณะที่กลุ่มผู้รับราชการมีรายได้ที่สม่ำเสมอและเป็นกลุ่มอาชีพที่มีความมั่นคงแต่ฐานรายได้ไม่มากนัก จึงต้องวางแผนการดำเนินชีวิตและสร้างหลักประกันให้กับครอบครัว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Inc) ผลการวิจัยไม่เป็นไปตามการตั้งสมมติฐาน โดยผู้ที่มีรายได้น้อยทำประกันมากกว่าผู้ที่มีรายได้สูง โดยกำหนดให้กลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง เป็นกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสในการตัดสินใจทำประกันชีวิต เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงมีทางเลือกในการป้องกันความเสี่ยงหลากหลาย แตกต่างจากผู้มีรายได้น้อยที่ต้องซื้อประกันเพื่อป้องกัน ความเสี่ยงให้กับครอบครัว เพราะเมื่อขาดหัวหน้าครอบครัวหรือผู้มีรายได้หลักจะไม่สามารถชำระหนี้สินเชื่อได้

ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ การลงทุนอื่นๆ พฤติกรรมการสูบบุหรี่ พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่พฤติกรรมการสูบบุหรี่มีระดับนัยสำคัญที่ 0.10 ด้วยค่า Exp(B) คือค่า Exponential ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระ

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง

| Variable             | B      | S.E.  | Wald    | Df | Sig.    | Exp(B) |
|----------------------|--------|-------|---------|----|---------|--------|
| Sex(1)               | -0.473 | 0.231 | 4.208   | 1  | 0.040*  | 0.623  |
| Edu(1)               | 1.812  | 0.788 | 5.284   | 1  | 0.022*  | 6.124  |
| Edu(2)               | 0.492  | 0.508 | 0.939   | 1  | 0.333   | 1.636  |
| Edu(3)               | -0.618 | 0.389 | 2.528   | 1  | 0.112   | 0.539  |
| Edu(4)               | -0.458 | 0.257 | 3.178   | 1  | 0.075   | 0.633  |
| Occ(1)               | 1.382  | 0.653 | 4.486   | 1  | 0.034*  | 3.985  |
| Occ(2)               | 0.344  | 0.711 | 0.233   | 1  | 0.629   | 1.410  |
| Occ(3)               | 1.495  | 0.647 | 5.336   | 1  | 0.021*  | 4.457  |
| Inc                  | 0.541  | 0.243 | 4.945   | 1  | 0.026*  | 1.718  |
| Smok                 | -0.637 | 0.355 | 3.217   | 1  | 0.073** | 0.529  |
| Constant             | -0.958 | 0.696 | 1.895   | 1  | 0.169   | 0.383  |
| -2 Log likelihood    |        |       | 509.695 |    |         |        |
| Cox & Snell R Square |        |       | .106    |    |         |        |
| Nagelkerke R Square  |        |       | .141    |    |         |        |

หมายเหตุ: \* แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

\* \* แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

Edu(5) ไม่แสดงในตาราง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไม่มีผู้ที่อยู่มีการศึกษาปริญญาเอก  
ที่มา: จากการสำรวจ

### วิเคราะห์โอกาสในการทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนองด้วยแบบจำลองโลจิสต์ สามารถนำมาวิเคราะห์หาค่าความน่าจะเป็นของการทำประกัน ดังแสดงในตารางผนวกที่ 7 ด้วยการแทนค่าสมการที่ใช้ในแบบจำลอง ดังนี้

$$P = \frac{1}{1 + e^{-Z}}$$

$$Z = -0.958 + (-0.473)\text{Sex} + 1.812\text{Edu1} + 0.492\text{Edu2} + (-0.618)\text{Edu3} \\ + (-0.458)\text{Edu4} + 1.382\text{Occ1} + 0.344\text{Occ2} + 1.495\text{Occ3} + 0.541\text{Inc} \\ + (-0.637)\text{Smok}$$

ตัวอย่างที่ 1 ผู้ขอสินเชื่อ เพศชาย ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท  
ไม่สูบบุหรี่

$$\begin{aligned}
 Z &= -0.958 + (-0.473)(1) + 1.812(0) + 0.492(0) + (-0.618)(0) + (-0.458)(1) \\
 &\quad + 1.382(1) + 0.344(0) + 1.495(0) + 0.541(1) + (-0.637)(0) \\
 Z &= 0.034 \\
 e^{-Z} &= 0.9666 \\
 P &= 1/1.9666 \\
 &= 0.5085 \text{ หรือร้อยละ } 50.85
 \end{aligned}$$

ค่าความน่าจะเป็นของการทำประกันชีวิตถ้ามีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 จะถูกจำแนก (Cut Point) เป็นกลุ่มตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนวน และค่าน้อยกว่า 0.5 จะเป็นกลุ่มที่ตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิต

จากการประมวลผลด้วยแบบจำลองโลจิส โดยกำหนดค่านัยสำคัญ ร้อยละ 0.05 ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ในส่วนของปัจจัยที่กำหนดค่านัยสำคัญที่ 0.10 ได้แก่ พฤติกรรมการสูบบุหรี่ ผู้วิจัยได้นำปัจจัยที่มีนัยสำคัญมาวิเคราะห์โอกาสในการทำประกันชีวิต ด้วยการแทนค่าในสมการเพื่อหาค่าความน่าจะเป็น ที่ลูกค้าสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจะทำประกันชีวิตควบคู่กับการใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ผลการวิเคราะห์สามารถพยากรณ์ความน่าจะเป็นและรายละเอียดของปัจจัยต่างๆ ที่เป็นลักษณะของผู้ขอสินเชื่อ ที่มีโอกาสทำประกันชีวิตได้ตามลำดับต่างๆ ดังแสดงใน ตารางผนวกที่ 7 และเมื่อใช้แบบจำลองดังกล่าวในการพยากรณ์ความถูกต้องของการทำประกันชีวิต พบว่าข้อมูลจริงจากการตอบแบบสอบถาม จำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง มีผู้ไม่ได้ทำประกันชีวิต 204 คน เมื่อใช้แบบจำลองในการพยากรณ์ สามารถพยากรณ์ ผู้ที่ไม่ได้ทำประกันชีวิต 156 คน นั่นคือสามารถ พยากรณ์ได้ถูกต้อง ร้อยละ <sup>1</sup>76.47 และข้อมูลจริงของผู้ทำประกันชีวิต 196 คน แต่เมื่อใช้แบบจำลองในการพยากรณ์ สามารถพยากรณ์ผู้ที่ทำประกันชีวิต 105 คน นั่นคือสามารถ พยากรณ์ได้ถูกต้อง ร้อยละ <sup>2</sup>53.57 แบบจำลองสามารถพยากรณ์รวมได้ถูกต้อง ร้อยละ <sup>3</sup>65.25 และแบบจำลองสามารถพยากรณ์รวมได้ไม่ถูกต้อง ร้อยละ <sup>4</sup>34.75

ตารางที่ 10 ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงสุดจำนวน 5 อันดับ คือ โอกาสในการตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงสุดของตัวอย่าง มีลักษณะที่เหมือนกัน ได้แก่ ระดับการศึกษาต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย และไม่สูบบุหรี่ กรณีเป็นเพศหญิง รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีค่าความน่าจะเป็น ร้อยละ 94.73 หากประกอบอาชีพรับราชการ ค่าความน่าจะเป็นลดลงเล็กน้อย ร้อยละ 94.14 หรือเป็นเพศหญิง ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนและมีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ค่าความน่าจะเป็นลดลง ร้อยละ 91.29 ในกรณีเป็นเพศชาย ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท ความน่าจะเป็นร้อยละ 91.81 หากประกอบอาชีพรับราชการ ค่าความน่าจะเป็น มีค่าลดลงที่ ร้อยละ 90.92

ตารางที่ 10 ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงสุด 5 อันดับ

| อันดับ | เพศ  | การศึกษา       | อาชีพ        | รายได้         | พฤติกรรม<br>การสูบบุหรี่ | ความน่าจะเป็น<br>(ร้อยละ) |
|--------|------|----------------|--------------|----------------|--------------------------|---------------------------|
| 1      | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนักงานเอกชน | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 94.73                     |
| 2      | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ    | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 94.14                     |
| 3      | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนักงานเอกชน | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 91.81                     |
| 4      | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนักงานเอกชน | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 91.29                     |
| 5      | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ    | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 90.92                     |

ที่มา: จากการคำนวณ รายละเอียดดังตารางผนวกที่ 7

<sup>1</sup>  $(156 / 204) * 100 = 76.47$

<sup>2</sup>  $(105 / 196) * 100 = 53.57$

<sup>3</sup>  $(156 + 105) / 400 * 100 = 65.25$

<sup>4</sup>  $(48 + 91) / 400 * 100 = 34.75$

ตารางที่ 11 อันดับความน่าจะเป็นของข้อมูลผู้ที่ตัดสินใจทำประกันชีวิต เพื่อค่าประกันเงินกู้ยืมต่ำสุด โดยมีข้อมูลลักษณะที่เหมือนกัน คือ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และสูบบุหรี่ 1 ราย เป็นเพศชาย ระดับการศึกษา ปวส. รายได้ต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ความน่าจะเป็นน้อยที่สุด ร้อยละ 8.77 เมื่อรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท ความน่าจะเป็นเพิ่มขึ้น ร้อยละ 14.17 หรือเพศชาย ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท ค่าความน่าจะเป็น 10.14 กรณีเป็นเพศหญิง รายได้ต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท มีความแตกต่างกันในระดับการศึกษา คือ ปวส. มีค่าความน่าจะเป็น 13.37 ขณะที่ระดับปริญญาตรีความน่าจะเป็นสูงขึ้น เป็น ร้อยละ 15.33

ตารางที่ 11 ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจทำประกันชีวิตต่ำสุด 5 อันดับ

| อันดับ | เพศ  | การศึกษา  | อาชีพ         | รายได้         | พฤติกรรม<br>การสูบบุหรี่ | ความน่าจะเป็น<br>(ร้อยละ) |
|--------|------|-----------|---------------|----------------|--------------------------|---------------------------|
| 1      | ชาย  | ปวส.      | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 8.77                      |
| 2      | ชาย  | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 10.14                     |
| 3      | หญิง | ปวส.      | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 13.37                     |
| 4      | ชาย  | ปวส.      | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 14.17                     |
| 5      | หญิง | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 15.33                     |

ที่มา: จากการคำนวณ รายละเอียดดังตารางผนวกที่ 7

## บทที่ 6

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืมในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ประการ คือ 1.ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืมในกรุงเทพมหานคร 2.วิเคราะห์ถึงโอกาสในการทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืมในกรุงเทพมหานคร โดยใช้จำนวนตัวอย่างในการวิเคราะห์ 400 ตัวอย่าง ในลักษณะเป็นการตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคม ข้อมูลพฤติกรรมและสุขภาพ และข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่าง แจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่ใช้สินเชื่อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้ข้อมูลประชากร พ.ศ.2549 จำนวนทั้งหมด 50 เขต ทำการคัดเลือกเขตที่มีประชากรอาศัยอยู่มาก 10 อันดับแรก เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด คือ บางแค บางเขน สายไหม จตุจักร จอมทอง ดอนเมือง บางซื่อ บางกะปิ ประเวศ และดินแดง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทางสถิติ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด ในการทดสอบสมมติฐานได้ทำการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืมในกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในแบบจำลองโลจิสติก คือ Likelihood Index ( $\chi^2$ ) Cox & Snell และ Naelkerke ( $R^2$ ) ซึ่งกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 0.05 และวิเคราะห์โอกาสในการตัดสินใจทำประกันชีวิต

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม จากการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นเพศชาย โกลีเคียงเพศหญิง ในการตัดสินใจทำประกันเพศชายทำประกันสูงกว่า ร้อยละ 57.65 เมื่อพิจารณาจากระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ตัดสินใจทำประกันสูงถึง ร้อยละ 80.10 จำนวนกว่าครึ่งประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ได้ตัดสินใจทำประกันชีวิต ร้อยละ 50.00 และกลุ่มที่มีฐานรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท ทำประกันใน ร้อยละ 52.55 และด้านพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สูบบุหรี่ ตัดสินใจทำประกันสูงถึง

ร้อยละ 84.18 ส่วนปัจจัยทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ดังนี้ ปัจจัยที่มีความสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยราคา ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ บุคลากร สถานที่ และปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยการส่งเสริมการตลาด จากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคภายใต้ความเสี่ยง ผู้บริโภคที่ต้องการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง เมื่อต้องเลือกบริโภคระหว่างทางเลือกที่ดีที่สุดกับทางเลือกที่แย่ที่สุด ผู้บริโภคจะลดความเสี่ยงด้วยการจ่ายเงินเพื่อชดเชยความเสี่ยง หรือการรับประกันภัย โดย ยินยอมที่จะจ่ายเงินขั้นต่ำ เพื่อให้ค่าคาดคะเนความพอใจมีค่าเท่ากับความพอใจของทางเลือกที่แน่นอน ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับราคาค่าเบี้ยประกันที่จะเป็นตัวกำหนดค่าคาดคะเนความพอใจ ซึ่งราคาในทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มีความสอดคล้องกับปัจจัยทางการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับราคาในระดับคะแนนเฉลี่ยที่สูงที่สุด สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลองโลจิต พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตัวแปร การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสของการทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง ในส่วนของตัวแปร เพศ มีความสัมพันธ์เชิงลบ และที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 พฤติกรรมการสูบบุหรี่มีความสัมพันธ์เชิงลบเช่นกัน

การวิเคราะห์โอกาสในการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง โดยการนำตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตมาแทนค่าในสมการ และสร้างตัวแบบในการพยากรณ์โอกาสในการตัดสินใจทำประกันชีวิต ปรากฏว่าตัวแปรแต่ละตัวในแบบจำลองมีคุณสมบัติและทิศทางต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนองต่างกัน บางตัวแปรมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน (Interaction) จึงอาจส่งผลให้อธิบายของบางตัวแปร เค้นชัดขึ้นกว่าตัวแบบที่มีเพียงตัวแปรเดียว จากตัวแบบพยากรณ์ที่ได้ เมื่อนำมาลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มผู้ขอสินเชื่อที่มีลักษณะ เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมปลาย ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท และมีพฤติกรรมไม่สูบบุหรี่ มีโอกาสในการตัดสินใจทำประกันสูงสุด คือ ร้อยละ 94.73 และผลการพยากรณ์ จากข้อมูลตัวอย่างทั้งหมดพบว่า ตัวแบบพยากรณ์สามารถ พยากรณ์ผู้ที่ตัดสินใจไม่ทำประกันชีวิตได้ถูกต้อง ร้อยละ 76.47 และสามารถพยากรณ์ผู้ที่ทำประกันชีวิตได้ถูกต้อง ร้อยละ 53.57 แบบจำลองสามารถพยากรณ์รวมได้ถูกต้อง ร้อยละ 65.25 และแบบจำลองสามารถพยากรณ์รวมได้ไม่ถูกต้อง ร้อยละ 34.75

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง และมีข้อเสนอแนะต่อธนาคารผู้ให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อให้ธนาคารสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ธนาคารควรมีการส่งเสริม สนับสนุน เผยแพร่ข้อมูลและความรู้ เกี่ยวกับการประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง ในช่องทางต่างๆ เพิ่มขึ้น โดยจากการวิจัยพบว่า ช่องทางการรับรู้ข้อมูลของผู้ตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนองมาจากพนักงานธนาคารเป็นหลัก อีกทั้งเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับกลุ่มอาชีพต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน และกลุ่มอาชีพรับราชการ ซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพที่มีการตัดสินใจทำประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญ หากธนาคารเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลมากขึ้น กลุ่มอาชีพดังกล่าวจะมีแนวโน้มจะตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนองมากขึ้น

2. ธนาคารควรมีการวางแผนกลยุทธ์ในการขายและมีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนองให้เพิ่มมากขึ้น

2.1 ควรมีผลิตภัณฑ์ด้านราคาที่มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากขึ้น จากการวิจัยพบว่า เพศหญิงมีโอกาสตัดสินใจทำประกันชีวิตสูงกว่าเพศชายอาจเนื่องมาจากค่าเบี้ยประกันของเพศหญิงต่ำกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดด้านราคาเป็นอันดับแรก หากมีการวางแผนกลยุทธ์และผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้มากขึ้นก็จะมีแนวโน้มของการตัดสินใจทำประกันชีวิตที่สูงขึ้นในกลุ่มดังกล่าว

2.2 ควรมีผลิตภัณฑ์ที่คุ้มครองสินเชื่อและมีการออมควบคู่ไปด้วย จากการวิจัย พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูงและมีการศึกษาสูงได้มีการออมและการลงทุนประเภทอื่นไว้ด้วย หากธนาคารมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ขอสินเชื่อกลุ่มนี้ได้ก็จะดึงดูดใจให้มีความสนใจที่จะตัดสินใจทำประกันชีวิตมากขึ้น

2.3 การวิเคราะห์โอกาสในการทำประกันชีวิตของแบบจำลองทางเศรษฐมิติ จากค่าความน่าจะเป็นในการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืมเอง ที่ระดับความน่าจะเป็นเรียงลำดับร้อยละสูงสุดถึงต่ำสุด ในกลุ่ม 5 ปีจัย คือ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการสูบบุหรี่ จึงจำแนกคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อได้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้า ธนาคารสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประกอบการวางแผนนโยบายสนับสนุนการขายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของธนาคารได้มากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการวิจัยด้วยแบบจำลองโลจิต และวิเคราะห์ถึงโอกาสในการทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืมเองในกรุงเทพมหานคร ข้อมูลจากการวิจัยมาจากพฤติกรรมของผู้ใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย จึงอาจยังมีตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องกับการขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ควรเพิ่มเติมเข้าไปในแบบจำลอง เพื่อให้แบบจำลองสามารถอธิบายโอกาสในการทำประกันชีวิตได้เพิ่มขึ้น เช่น อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อที่อยู่อาศัย เป็นต้น

2. เพื่อให้สะท้อนถึงภาวะเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทั่วไป ควรเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ เช่น ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศเบื้องต้น (Gross Domestic Product) อัตราเงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ยต่างๆ เพื่อสามารถอ้างอิง ในปีอื่นๆ ซึ่งอาจมีสภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป

3. ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืมเอง ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มที่ไม่ทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืมเองเพื่อสามารถนำข้อมูลและรายละเอียดมาใช้วิเคราะห์วางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เจษฎา สุนันทชัย. 2545. รายงานวิชาประกันภัย (Online). [www.nida.ac.th](http://www.nida.ac.th), 25 ธันวาคม 2551.

ชัยนต์ ดันดีวิศาการ. 2550. เศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชินสมรรถ ฤกษ์งามเดิม. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอัตราเบี้ยประกันสุขภาพ. วิทยานิพนธ์  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นพินดา หาญจริง. 2549. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้ที่อยู่ในวัย  
ทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นราทิพย์ ชูติวงศ์. 2546. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรรณอร ชีระบุญชัยกุล. 2539. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอัตราเบี้ยประกันสุขภาพ. วิทยานิพนธ์  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เพ็ญแข แสงแก้ว. 2538. การวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพ็ญมาศ ศิริกิจวัฒนา. 2543. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มานิจ วราภาคย์. 2549. โลกประกันชีวิต. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์  
พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ยุพดี อังการุศิลา. 2542. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำประกันสุขภาพเสริมของข้าราชการและลูกจ้างประจำของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รกรอง โมกษะวรรณะ. 2545. **ปัจจัยที่มีผลต่อการขาดผลบังคับของกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทสามัญ**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศุภร เสรีรัตน์. 2544. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เออาร์ บีซิเนส เพรส จำกัด.

สมาคมประกันชีวิตไทย. 2549. **รายงานประจำปี** (Online). [www.tlaa.org](http://www.tlaa.org), 1 มกราคม 2552.

สุรพล นำศิริกุล. 2545. “ทิศทางและยุทธศาสตร์ แบงก์แอสซัวร์นส์ ในประเทศไทย.” **วารสารประกันภัย** (107): 49-56.

โสภา คงธนาคมธัญกิจ. 2538. **ศึกษาอุปสงค์การประกันชีวิตของครัวเรือนในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุไรวรรณ อมรมิตร. 2545. **การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Logistic Regression: ทางเลือกของการวิเคราะห์ความเสี่ยง**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
การทดสอบค่าสถิติ

**ตารางผนวกที่ 1** ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม

Block 1: Method = Enter

| -2 Log likelihood          | Cox & Snell R Square |             | Nagelkerke R Square |    |      |        |
|----------------------------|----------------------|-------------|---------------------|----|------|--------|
| 509.695 <sup>a</sup>       | .106                 |             | .141                |    |      |        |
| Classification Table       |                      |             |                     |    |      |        |
| Observed                   | ทำประกัน             | ไม่ทำประกัน | Percentage Correct  |    |      |        |
| ไม่ทำประกันชีวิต           | 48                   | 156         | 76.47               |    |      |        |
| ทำประกันชีวิต              | 105                  | 91          | 53.57               |    |      |        |
| Overall Percentage         |                      |             | 65.25               |    |      |        |
| Variables in the Equation  |                      |             |                     |    |      |        |
|                            | B                    | S.E.        | Wald                | df | Sig. | Exp(B) |
| Step 1 <sup>a</sup> Sex(1) | -.473                | .231        | 4.208               | 1  | .040 | .623   |
| Edu(1)                     | 1.812                | .788        | 5.284               | 1  | .022 | 6.124  |
| Edu(2)                     | .492                 | .508        | .939                | 1  | .333 | 1.636  |
| Edu(3)                     | -.618                | .389        | 2.528               | 1  | .112 | .539   |
| Edu(4)                     | -.458                | .257        | 3.178               | 1  | .075 | .633   |
| Occ(1)                     | 1.382                | .653        | 4.486               | 1  | .034 | 3.985  |
| Occ(2)                     | .344                 | .711        | .233                | 1  | .629 | 1.410  |
| Occ(3)                     | 1.495                | .647        | 5.336               | 1  | .021 | 4.457  |
| Inc(1)                     | .541                 | .243        | 4.945               | 1  | .026 | 1.718  |
| Smok(1)                    | -.637                | .355        | 3.217               | 1  | .073 | .529   |
| Constant                   | -.958                | .696        | 1.895               | 1  | .169 | .383   |

a. Variable(s) entered on step 1: Sex, Edu, Occ, Inc, Smok.

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางผนวกที่ 2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับการตัดสินใจทำประกันชีวิตและไม่ทำประกันชีวิต ใช้ข้อมูลเศรษฐกิจและสังคม

| ลักษณะ                                             | ตัดสินใจทำประกัน |        | ตัดสินใจไม่ทำประกัน |        | รวม   |        |
|----------------------------------------------------|------------------|--------|---------------------|--------|-------|--------|
|                                                    | จำนวน            | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| <b>จำนวนสมาชิกที่อยู่ในอุปการะ</b>                 |                  |        |                     |        |       |        |
| ไม่มี                                              | 69               | 35.20  | 67                  | 32.84  | 136   | 34.00  |
| 1 - 2 คน                                           | 74               | 37.76  | 79                  | 38.73  | 153   | 38.25  |
| 3 - 4 คน                                           | 40               | 20.41  | 43                  | 21.08  | 83    | 20.75  |
| มากกว่า 4 คน                                       | 13               | 6.63   | 15                  | 7.35   | 28    | 7.00   |
| <b>ภาระหนี้สินอื่น</b>                             |                  |        |                     |        |       |        |
| มี                                                 | 98               | 50.00  | 77                  | 37.75  | 175   | 43.75  |
| ไม่มี                                              | 98               | 50.00  | 127                 | 62.25  | 225   | 56.25  |
| <b>ธนาคารให้สินเชื่อมีเงื่อนไขกำหนดให้ทำประกัน</b> |                  |        |                     |        |       |        |
| มี                                                 | 145              | 73.98  | 13                  | 6.37   | 158   | 39.50  |
| ไม่มี                                              | 51               | 26.02  | 191                 | 93.63  | 242   | 60.50  |
| <b>ตัดสินใจทำประกันชีวิต</b>                       | 196              | 49.00  | 204                 | 51.00  | 400   | 100.00 |
| <b>สามารถนำค่าเบี้ยประกันไปหักลดหย่อนภาษีได้</b>   |                  |        |                     |        |       |        |
| ใช่                                                | 143              | 72.96  | -                   | -      | 143   | 35.75  |
| ไม่ใช่                                             | 53               | 27.04  | -                   | -      | 53    | 13.25  |
| <b>มีกรมธรรม์อื่น</b>                              |                  |        |                     |        |       |        |
| ใช่                                                | 129              | 65.82  | 121                 | 59.31  | 250   | 62.50  |
| ไม่ใช่                                             | 67               | 34.18  | 83                  | 40.69  | 150   | 37.50  |
| <b>มีการลงทุนอื่นในอนาคตแล้ว</b>                   |                  |        |                     |        |       |        |
| ใช่                                                | 151              | 77.04  | 162                 | 79.41  | 313   | 78.25  |
| ไม่ใช่                                             | 45               | 22.96  | 42                  | 20.59  | 87    | 21.75  |

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางผนวกที่ 3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับการตัดสินใจทำประกันชีวิตและไม่ทำประกันชีวิต ใช้ข้อมูลพฤติกรรมและสุขภาพ

| ลักษณะ                                                | ตัดสินใจทำประกัน |        | ตัดสินใจไม่ทำประกัน |        | รวม   |        |
|-------------------------------------------------------|------------------|--------|---------------------|--------|-------|--------|
|                                                       | จำนวน            | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| <b>สูบบุหรี่</b>                                      |                  |        |                     |        |       |        |
| สูบบุหรี่                                             | 31               | 15.82  | 18                  | 8.82   | 49    | 12.25  |
| ไม่สูบบุหรี่                                          | 165              | 84.18  | 186                 | 91.18  | 351   | 87.75  |
| <b>มีโรคประจำตัว</b>                                  |                  |        |                     |        |       |        |
| ใช่                                                   | 18               | 9.18   | 26                  | 12.75  | 44    | 11.00  |
| ไม่ใช่                                                | 178              | 90.82  | 178                 | 87.25  | 356   | 89.00  |
| <b>ประกอบอาชีพเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน</b> |                  |        |                     |        |       |        |
| ใช่                                                   | 18               | 9.18   | 18                  | 8.82   | 36    | 9.00   |
| ไม่ใช่                                                | 178              | 90.82  | 186                 | 91.18  | 364   | 91.00  |

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางผนวกที่ 4 จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2544 – 2549

| ลำดับ | สำนักงานเขต       | พ.ศ.    |         |         |         |         |         |
|-------|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|       |                   | 2544    | 2545    | 2546    | 2547    | 2548    | 2549    |
| 1     | พระนคร            | 80,118  | 78,351  | 76,230  | 69,188  | 67,357  | 65,835  |
| 2     | ป้อมปราบศัตรูพ่าย | 73,979  | 73,240  | 72,040  | 61,220  | 60,001  | 58,768  |
| 3     | สัมพันธวงศ์       | 36,899  | 36,127  | 35,547  | 32,194  | 31,674  | 31,142  |
| 4     | บางรัก            | 61,175  | 60,775  | 60,300  | 50,735  | 50,023  | 49,730  |
| 5     | ปทุมวัน           | 99,919  | 98,532  | 97,533  | 64,168  | 63,192  | 62,102  |
| 6     | ยานนาวา           | 93,032  | 92,649  | 92,110  | 88,986  | 88,556  | 88,383  |
| 7     | ดุสิต             | 152,872 | 151,511 | 150,365 | 123,282 | 121,336 | 119,927 |
| 8     | พญาไท             | 90,870  | 90,492  | 90,557  | 78,294  | 77,232  | 77,343  |
| 9     | ห้วยขวาง          | 79,404  | 79,871  | 79,916  | 76,452  | 76,213  | 76,402  |
| 10    | พระโขนง           | 100,497 | 100,878 | 10,370  | 98,957  | 98,564  | 98,096  |

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

| ลำดับ | สำนักงานเขต | พ.ศ.    |         |         |         |         |         |
|-------|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|       |             | 2544    | 2545    | 2546    | 2547    | 2548    | 2549    |
| 11    | บางกะปิ     | 144,896 | 147,434 | 149,747 | 147,694 | 149,093 | 149,860 |
| 12    | บางเขน      | 173,558 | 175,190 | 178,864 | 177,062 | 178,986 | 181,390 |
| 13    | มีนบุรี     | 105,877 | 109,241 | 112,734 | 115,212 | 118,019 | 122,825 |
| 14    | ลาดกระบัง   | 121,739 | 126,792 | 132,027 | 134,834 | 138,327 | 142,460 |
| 15    | หนองจอก     | 97,381  | 102,564 | 109,789 | 117,385 | 126,126 | 133,415 |
| 16    | ชนบุรี      | 180,867 | 177,938 | 175,768 | 139,573 | 136,971 | 134,589 |
| 17    | คลองสาน     | 109,773 | 108,426 | 107,150 | 89,200  | 87,853  | 86,163  |
| 18    | บางกอกใหญ่  | 87,201  | 86,134  | 85,075  | 82,676  | 81,727  | 80,863  |
| 19    | บางกอกน้อย  | 157,170 | 155,251 | 152,867 | 135,944 | 133,669 | 132,394 |
| 20    | ตลิ่งชัน    | 101,600 | 103,020 | 104,254 | 104,680 | 105,730 | 106,811 |
| 21    | ภาษีเจริญ   | 140,293 | 140,254 | 140,051 | 137,473 | 136,240 | 135,149 |
| 22    | หนองแขม     | 115,560 | 119,380 | 123,045 | 125,545 | 128,493 | 131,344 |
| 23    | บางขุนเทียน | 113,865 | 118,611 | 123,525 | 127,697 | 132,313 | 137,934 |
| 24    | ราษฎร์บูรณะ | 96,130  | 97,690  | 97,273  | 95,041  | 94,097  | 93,548  |
| 25    | ดอนเมือง    | 150,914 | 77,772  | 157,643 | 157,989 | 159,506 | 161,600 |
| 26    | จตุจักร     | 170,717 | 171,868 | 176,501 | 169,983 | 169,113 | 167,837 |
| 27    | ลาดพร้าว    | 109,619 | 114,067 | 115,656 | 116,305 | 117,711 | 119,168 |
| 28    | บึงกุ่ม     | 139,424 | 141,017 | 141,465 | 138,340 | 138,501 | 140,580 |
| 29    | สาทร        | 108,148 | 107,136 | 106,333 | 96,714  | 95,089  | 93,808  |
| 30    | บางคอแหลม   | 117,327 | 114,638 | 113,781 | 106,499 | 105,685 | 104,479 |
| 31    | บางซื่อ     | 159,466 | 159,217 | 158,079 | 154,079 | 151,788 | 150,547 |
| 33    | คลองเตย     | 136,467 | 134,802 | 133,131 | 125,254 | 122,919 | 121,504 |
| 34    | ประเวศ      | 125,836 | 130,383 | 135,549 | 139,009 | 142,633 | 146,401 |
| 35    | บางพลัด     | 118,748 | 117,561 | 116,271 | 110,331 | 108,597 | 107,139 |
| 36    | จอมทอง      | 173,184 | 172,815 | 173,133 | 167,794 | 167,175 | 166,377 |
| 37    | ดินแดง      | 159,570 | 157,896 | 155,766 | 147,398 | 146,031 | 144,461 |

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

| ลำดับ | สำนักงาน<br>เขต | พ.ศ.      |           |           |           |           |           |
|-------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|       |                 | 2544      | 2545      | 2546      | 2547      | 2548      | 2549      |
| 38    | สวนหลวง         | 113,396   | 115,086   | 116,961   | 114,940   | 115,120   | 115,490   |
| 39    | วัฒนา           | 81,427    | 82,098    | 82,582    | 80,217    | 80,121    | 80,596    |
| 40    | บางแค           | 177,003   | 180,136   | 183,809   | 186,744   | 189,257   | 191,521   |
| 41    | หลักสี่         | 119,644   | 120,760   | 121,815   | 117,163   | 116,713   | 116,922   |
| 42    | สายไหม          | 150,906   | 155,252   | 160,170   | 160,749   | 165,491   | 169,109   |
| 43    | คันนายาว        | 79,570    | 81,048    | 82,573    | 83,611    | 84,080    | 84,562    |
| 44    | สะพานสูง        | 74,990    | 77,482    | 79,974    | 81,784    | 83,147    | 84,934    |
| 45    | วังทองหลาง      | 109,844   | 109,942   | 111,978   | 113,166   | 114,132   | 114,950   |
| 46    | คลองสามวา       | 102,601   | 109,156   | 117,060   | 124,476   | 132,172   | 138,962   |
| 47    | บางนา           | 100,854   | 102,125   | 102,777   | 101,737   | 101,667   | 101,695   |
| 48    | ทวีวัฒนา        | 55,705    | 58,004    | 61,177    | 64,220    | 66,354    | 68,423    |
| 49    | ทุ่งครุ         | 93,496    | 97,164    | 101,254   | 104,827   | 107,609   | 110,469   |
| 50    | บางบอน          | 79,765    | 84,660    | 89,140    | 93,225    | 96,723    | 99,348    |
| รวม   |                 | 5,726,203 | 5,782,159 | 5,753,607 | 5,364,132 | 5,658,953 | 5,695,956 |

ที่มา: สำนักบริหารการทะเบียน กระทรวงมหาดไทย (2549)

ตารางผนวกที่ 5 ธนาการกำหนดเงื่อนไขในการขอสินเชื่อให้ทำประกันชีวิตควบคู่กับ  
การขอสินเชื่อ

| ธนาการมีเงื่อนไขกำหนด |          |                               |          |
|-----------------------|----------|-------------------------------|----------|
| มีเงื่อนไข            |          | ไม่มีเงื่อนไขกำหนดและทำประกัน |          |
| ไม่ทำประกัน           | ทำประกัน | ไม่ทำประกัน                   | ทำประกัน |
| 13                    | 145      | 191                           | 51       |

ที่มา: จากการสำรวจ โดยมีจำนวนตัวอย่าง 400 คน

**ตารางผนวกที่ 6** ธนาคารไม่ได้กำหนดเงื่อนไขในการขอสินเชื่อให้ทำประกันชีวิตควบคู่กับ  
การขอสินเชื่อ

| ปัจจัย                                     | จำนวนผู้ทำประกัน (คน) |
|--------------------------------------------|-----------------------|
| ชาย                                        | 37                    |
| หญิง                                       | 14                    |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000         | 7                     |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000         | 44                    |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี                           | 7                     |
| ปริญญาตรีขึ้นไป                            | 44                    |
| โสด                                        | 15                    |
| มีสมาชิกในครอบครัวอยู่ในอุปการะ 1-2 คน     | 25                    |
| มีสมาชิกในครอบครัวอยู่ในอุปการะ 3-4 คน     | 10                    |
| มีสมาชิกในครอบครัวอยู่ในอุปการะ 4 คนขึ้นไป | 1                     |
| มีการลงทุนประเภทอื่นในอนาคต                | 42                    |
| ไม่มีการลงทุนประเภทอื่นในอนาคต             | 9                     |
| พฤติกรรมสูบบุหรี่                          | 9                     |
| พฤติกรรมไม่สูบบุหรี่                       | 42                    |

ที่มา: จากการสำรวจ โดยมีจำนวนตัวอย่าง 51 คน

ตารางผนวกที่ 7 คำนวณความน่าจะเป็นของการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จำนอง

| อันดับ | เพศ  | การศึกษา       | อาชีพ         | รายได้         | พฤติกรรม<br>การสูบบุหรี่ | ค่าความน่าจะเป็น<br>ร้อยละ |
|--------|------|----------------|---------------|----------------|--------------------------|----------------------------|
| 1      | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 94.73                      |
| 2      | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 94.14                      |
| 3      | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 91.81                      |
| 4      | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 91.29                      |
| 5      | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 90.92                      |
| 6      | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 90.49                      |
| 7      | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 90.34                      |
| 8      | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 89.47                      |
| 9      | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 86.72                      |
| 10     | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 85.57                      |
| 11     | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 85.36                      |
| 12     | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 85.06                      |
| 13     | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 84.71                      |
| 14     | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 84.12                      |
| 15     | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 83.19                      |
| 16     | หญิง | ม.ปลาย         | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 82.78                      |
| 17     | หญิง | ม.ปลาย         | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 81.11                      |
| 18     | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 78.01                      |
| 19     | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 77.54                      |
| 20     | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 76.82                      |
| 21     | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 75.51                      |
| 22     | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 75.06                      |
| 23     | ชาย  | ม.ปลาย         | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 74.97                      |
| 24     | หญิง | ม.ปลาย         | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 73.67                      |
| 25     | ชาย  | ม.ปลาย         | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 72.79                      |

ตารางผนวกที่ 7 (ต่อ)

| อันดับ | เพศ  | การศึกษา       | อาชีพ         | รายได้         | พฤติกรรม<br>การสูบบุหรี่ | ค่าความน่าจะเป็น<br>ร้อยละ |
|--------|------|----------------|---------------|----------------|--------------------------|----------------------------|
| 26     | หญิง | ม.ปลาย         | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 71.77                      |
| 27     | หญิง | ม.ปลาย         | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 71.42                      |
| 28     | หญิง | ม.ปลาย         | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 69.42                      |
| 29     | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 67.37                      |
| 30     | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 65.23                      |
| 31     | หญิง | ปริญญาตรี      | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 65.02                      |
| 32     | หญิง | ต่ำกว่า ม.ปลาย | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 63.67                      |
| 33     | ชาย  | ม.ปลาย         | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 63.55                      |
| 34     | หญิง | ปริญญาตรี      | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 62.41                      |
| 35     | ชาย  | ม.ปลาย         | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 61.30                      |
| 36     | หญิง | ปวส            | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 61.30                      |
| 37     | ชาย  | ม.ปลาย         | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 60.90                      |
| 38     | หญิง | ม.ปลาย         | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 60.32                      |
| 39     | หญิง | ม.ปลาย         | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 59.68                      |
| 40     | ชาย  | ม.ปลาย         | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 58.59                      |
| 41     | หญิง | ปวส            | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 58.59                      |
| 42     | หญิง | ม.ปลาย         | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 56.93                      |
| 43     | ชาย  | ปริญญาตรี      | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 53.67                      |
| 44     | ชาย  | ต่ำกว่า ม.ปลาย | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 52.20                      |
| 45     | หญิง | ปริญญาตรี      | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 51.97                      |
| 46     | ชาย  | ปริญญาตรี      | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 50.85                      |
| 47     | ชาย  | ปวส            | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 49.68                      |
| 48     | หญิง | ปริญญาตรี      | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 49.58                      |
| 49     | หญิง | ปริญญาตรี      | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 49.15                      |
| 50     | ชาย  | ม.ปลาย         | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 48.65                      |

ตารางผนวกที่ 7 (ต่อ)

| อันดับ | เพศ  | การศึกษา  | อาชีพ         | รายได้         | พฤติกรรม<br>การสูบบุหรี่ | ค่าความน่าจะเป็น<br>ร้อยละ |
|--------|------|-----------|---------------|----------------|--------------------------|----------------------------|
| 51     | ชาย  | ม.ปลาย    | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 47.98                      |
| 52     | หญิง | ปวส       | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 47.98                      |
| 53     | หญิง | ม.ปลาย    | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 46.95                      |
| 54     | ชาย  | ปวส       | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 46.85                      |
| 55     | หญิง | ปริญญาตรี | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 46.75                      |
| 56     | หญิง | ปวส       | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 45.59                      |
| 57     | ชาย  | ม.ปลาย    | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 45.17                      |
| 58     | หญิง | ปวส       | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 45.17                      |
| 59     | หญิง | ม.ปลาย    | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 44.57                      |
| 60     | หญิง | ปวส       | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 42.80                      |
| 61     | ชาย  | ปริญญาตรี | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 40.28                      |
| 62     | ชาย  | ปริญญาตรี | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 37.99                      |
| 63     | ชาย  | ปริญญาตรี | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 37.59                      |
| 64     | หญิง | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 37.03                      |
| 65     | ชาย  | ปวส       | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 36.49                      |
| 66     | หญิง | ปริญญาตรี | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 36.40                      |
| 67     | ชาย  | ม.ปลาย    | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 35.55                      |
| 68     | ชาย  | ปริญญาตรี | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 35.37                      |
| 69     | ชาย  | ปวส       | พนง.เอกชน     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 34.30                      |
| 70     | ชาย  | ปวส       | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 33.92                      |
| 71     | หญิง | ปริญญาตรี | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 33.83                      |
| 72     | ชาย  | ม.ปลาย    | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 33.38                      |
| 73     | หญิง | ปวส       | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 33.38                      |
| 74     | หญิง | ปวส       | พนง.เอกชน     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 32.78                      |
| 75     | หญิง | ม.ปลาย    | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 31.89                      |

ตารางผนวกที่ 7 (ต่อ)

| อันดับ | เพศ  | การศึกษา  | อาชีพ         | รายได้         | พฤติกรรม<br>การสูบบุหรี่ | ค่าความน่าจะเป็น<br>ร้อยละ |
|--------|------|-----------|---------------|----------------|--------------------------|----------------------------|
| 76     | ชาย  | ปวส       | รับราชการ     | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 31.80                      |
| 77     | หญิง | ปวส       | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 30.34                      |
| 78     | ชาย  | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 26.82                      |
| 79     | ชาย  | ปริญญาตรี | พนัก.เอกชน    | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 26.29                      |
| 80     | หญิง | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 25.50                      |
| 81     | ชาย  | ปริญญาตรี | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 24.16                      |
| 82     | ชาย  | ปวส       | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 23.79                      |
| 83     | หญิง | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 23.72                      |
| 84     | ชาย  | ปวส       | พนัก.เอกชน    | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 23.31                      |
| 85     | ชาย  | ม.ปลาย    | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 22.58                      |
| 86     | หญิง | ปวส       | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 22.58                      |
| 87     | ชาย  | ปวส       | รับราชการ     | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 21.35                      |
| 88     | หญิง | ปวส       | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 20.95                      |
| 89     | ชาย  | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 17.58                      |
| 90     | ชาย  | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 16.23                      |
| 91     | ชาย  | ปวส       | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | ไม่สูบบุหรี่             | 15.38                      |
| 92     | หญิง | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 15.33                      |
| 93     | ชาย  | ปวส       | ธุรกิจส่วนตัว | ต่ำกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 14.17                      |
| 94     | หญิง | ปวส       | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 13.37                      |
| 95     | ชาย  | ปริญญาตรี | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 10.14                      |
| 96     | ชาย  | ปวส       | ธุรกิจส่วนตัว | สูงกว่า 30,000 | สูบบุหรี่                | 8.77                       |

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

### แบบสอบถาม

#### เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่มีสินเชื่อกู้ค้ำประกันเงินกู้จำนอง (สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย) แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ ที่จะนำข้อมูลที่รวบรวมได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้จำนอง โดยข้อมูลที่ท่านให้จะเป็นความลับและนำเสนอในภาพรวม มิได้มีการระบุหรือกล่าวถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ให้ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ ในการวิจัยการออกแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ และขอขอบคุณอย่างสูง ที่ท่านได้ให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามนี้

กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ หน้าข้อความหรือกรอกข้อความ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือข้อเท็จจริงมากที่สุด แบบสอบถามมี 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล, ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคม, ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมและสุขภาพ, ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็น

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ.....

3. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรสแล้วยังไม่มียุติ

☐ สมรสและมีบุตร

☐ หม้ายหรือหย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

☐ ปวส. / อนุปริญญา

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 5. อาชีพ

- ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ☐ ธุรกิจส่วนตัว  
☐ พนักงานบริษัทเอกชน
 ☐ อาชีพ อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ของท่านต่อเดือน.....บาท

7. รายได้ของครอบครัวท่านต่อเดือน.....บาท

8. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของครอบครัวท่าน เฉลี่ยต่อเดือน.....บาท

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคม

กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือข้อเท็จจริงมากที่สุด

1. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ในอุปการะของท่าน

- ☐ ไม่มี
 ☐ 1 – 2 คน  
☐ 3 - 4 คน
 ☐ มากกว่า 4 คน

2. วงเงินสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของท่าน จำนวน.....บาท

3. ท่านมีหนี้สินอื่นๆ อีก เช่น ช้อรถยนต์

- ☐ มี
 ☐ ไม่มี

4. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จําเองจากแหล่งข้อมูลใด ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- ☐ เจ้าหน้าที่ของธนาคาร
 ☐ สื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์  
☐ บุคคลรู้จักแนะนำ
 ☐ อื่นๆ โปรดระบุ .....

5. ในการขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของท่าน ธนาคารที่ให้สินเชื่อมีเงื่อนไขกำหนดให้ท่านต้องทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้จําเอง หรือไม่

- ☐ มี
 ☐ ไม่มี

6. ในการขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ท่านทำประกันชีวิตเพื่อค่าประกันหรือไม่ ถ้าตอบทำ ให้ทำข้อ 7 ถ้าตอบไม่ทำ โปรดข้ามไปตอบ ข้อ 8

- ☐ ทำ
 ☐ ไม่ทำ

7. ค่าเบี้ยประกันชีวิตเพื่อค่าประกันเงินกู้ยืมของท่านสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีได้ ใช่หรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

8. ท่านมีกรรมธรรม์ประกันชีวิตอื่น หรือไม่

☐ มี โปรระบุจำนวน.....ฉบับ

☐ ไม่มี

9. ท่านมีการออมเงิน และ/หรือ มีการลงทุนประเภทอื่นไว้สำหรับอนาคตแล้ว ใช่หรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมและสุขภาพ

กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือข้อเท็จจริงมากที่สุด

1. ท่านสูบบุหรี่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

2. ท่านมีโรคประจำตัว

☐ มี

☐ ไม่มี

3. อาชีพของท่านมีความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน เช่น ขับรถจักรยานยนต์ส่งเอกสาร

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม**

โปรดระบุระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม (ระดับความสำคัญ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1)

| ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม                                                             | ระดับความสำคัญ   |            |                |             |                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
|                                                                                                                                     | มากที่สุด<br>(5) | มาก<br>(4) | ปานกลาง<br>(3) | น้อย<br>(2) | น้อยที่สุด<br>(1) |
| ลักษณะของสัญญาประกันชีวิต ที่กำหนดว่า การชำระค่าเบี้ยในครั้งเดียว และให้ความคุ้มครองโดยทายาทไม่ต้องหาเงินมาผ่อนชำระ สินเชื่อบ้านต่อ |                  |            |                |             |                   |
| สัดส่วนค่าเบี้ยประกันต่อวงเงินคุ้มครอง                                                                                              |                  |            |                |             |                   |
| จำนวนสาขาของธนาคารที่มีกระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการ                                                    |                  |            |                |             |                   |
| การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ                                                                                                  |                  |            |                |             |                   |
| คุณภาพการให้บริการของพนักงานธนาคาร เช่น มีอัธยาศัยที่ดี, มีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ, มีความสุภาพ                                     |                  |            |                |             |                   |
| การตกแต่งสถานที่ภายในธนาคารเกี่ยวกับประกันชีวิต เช่น เคาท์เตอร์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธนาคาร โปสเตอร์ แผ่นพับ                       |                  |            |                |             |                   |
| ความสะดวกในการติดต่อพนักงานธนาคารเพื่อขอรับบริการ                                                                                   |                  |            |                |             |                   |

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำประกันชีวิตเพื่อค้ำประกันเงินกู้ยืม

.....

.....

.....

.....

\*\*\*\*\*

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามการวิจัย

## ประวัติการศึกษา และการทำงาน

|                              |                                                             |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| ชื่อ – นามสกุล               | นางสาวสมพร รัตนสุวรรณ                                       |
| วัน เดือน ปี ที่เกิด         | วันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2517                                 |
| สถานที่เกิด                  | จังหวัดลำปาง                                                |
| ประวัติการศึกษา              | บริหารธุรกิจบัณฑิต (ระบบสารสนเทศ)<br>สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล |
| ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน | เจ้าหน้าที่การตลาดและธุรกิจ                                 |
| สถานที่ทำงานปัจจุบัน         | บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดกลาง<br>และขนาดย่อม       |