

## EIC Data Infographic: ประกันชีวิตจำเป็นแต่ยังไม่ฮิต

28 กุมภาพันธ์ 2563

EIC ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของภาคครัวเรือนไทย (Household Socio-Economic Survey หรือ SES) ล่าสุดในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อประกันชีวิตของคนไทยดังต่อไปนี้

**ปัจจุบันคนไทยที่ซื้อประกันชีวิตยังเป็นส่วนน้อย** จากข้อมูลในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 ครัวเรือนไทยที่มีรายจ่ายค่าเบี้ยประกันชีวิต<sup>1</sup> มีสัดส่วนเพียง 8.9% จากจำนวนครัวเรือนทั้งหมด ซึ่งถือเป็นส่วนน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 1.5 หมื่นบาทต่อเดือน และ 1.5 - 3 หมื่นบาทต่อเดือนที่มีสัดส่วนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยที่ 4.8% และ 8.2% ตามลำดับ ทั้งนี้ สัดส่วนครัวเรือนที่มีรายจ่ายประกันชีวิตจะสูงขึ้นตามช่วงรายได้ จากเงินออมและโอกาสจากการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการซื้อประกันชีวิตที่มีมากกว่า ทำให้สัดส่วนกลุ่มครัวเรือนรายได้สูงที่มีรายจ่ายประกันชีวิตอยู่ในระดับที่สูงกว่าโดยเปรียบเทียบ โดยกลุ่มครัวเรือนที่มีรายได้ในช่วง 3 - 5 หมื่นบาท และ มากกว่า 5 หมื่นบาทต่อเดือน มีสัดส่วนการมีประกันชีวิตอยู่ที่ 10.2% และ 20.3% ตามลำดับ สำหรับค่ากลาง (median) ของเบี้ยประกันที่จ่ายต่อปีของครัวเรือนไทยจะอยู่ที่ราว 5 พันบาทต่อปี โดยมูลค่าของเบี้ยประกันที่จ่ายก็จะเพิ่มสูงขึ้นตามรายได้ของครัวเรือนเช่นกัน

**ลักษณะและพฤติกรรมของครัวเรือนไทยมีผลต่อการซื้อประกันชีวิต** โดยพบว่า หากครัวเรือนมีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งได้แก่ 1.มีบ้านเป็นของตนเอง (ทั้งที่มีและไม่มีการเช่า) 2.มีสมาชิกที่จบปริญญาตรีขึ้นไป 3.มีสถานะสมรส หรือ 4.มีลูก จะมีแนวโน้มที่จะมีประกันชีวิตมากกว่าครัวเรือนที่ไม่มีลักษณะดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญ (วิเคราะห์โดยควบคุมปัจจัยรายได้ อายุเฉลี่ยของสมาชิกครัวเรือนที่มีงานทำ และภูมิภาคที่ครัวเรือนอยู่อาศัย) ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมกรมการบริโภคตามช่วงชีวิต (life cycle) และผลส่วนหนึ่งอาจมาจากการทำประกันชีวิตพร้อมกับการขอสินเชื่อเพื่อเงินกู้ที่ดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า ทั้งนี้หากเป็นครัวเรือนที่มีมากกว่า 1 ลักษณะก็จะยังมีแนวโน้มในการซื้อประกันชีวิตที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ยังพบอีกว่าการมีประกันสุขภาพของเอกชนถือเป็นอีกตัวบ่งชี้ที่มีนัยสำคัญ โดยครัวเรือนที่มีประกันสุขภาพมักจะมีประกันชีวิตด้วย อาจสะท้อนถึงพฤติกรรม การป้องกันความเสี่ยงของครัวเรือนที่มักจะทำประกันทั้ง 2 ด้านคู่กัน และ/หรือ ลักษณะของการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตประเภทที่มีความคุ้มครองด้านสุขภาพรวมอยู่ด้วย

**แนวโน้มการซื้อประกันชีวิตของคนไทยยังมีโอกาสทางการตลาดทั้งในกลุ่มศักยภาพและกลุ่มที่มีความจำเป็น** จาก สัดส่วนครัวเรือนไทยที่มีรายจ่ายประกันชีวิตที่น้อยเพียง 8.9% สะท้อนว่าครัวเรือนที่ยังไม่ซื้ออีกมากถึง 9 ใน 10 แม้กระทั่งกลุ่มที่มีลักษณะที่บ่งชี้แนวโน้มในการซื้อสูงก็ยังมีสัดส่วนการมีรายจ่ายประกันชีวิตไม่ถึงครึ่งหนึ่ง โดยกลุ่มครัวเรือนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป แต่งาน มีลูก และเป็นเจ้าของบ้าน มีสัดส่วนที่มีรายจ่ายประกันชีวิตเพียง 2.0 จาก 8.5 แสนครัวเรือน หรือคิดเป็น 24.1% นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงความจำเป็นในการมีประกันชีวิตเพื่อป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นกับคนทำงานในครอบครัว โดยวัดจากสัดส่วนจำนวนสมาชิกครัวเรือนที่ไม่มีงานทำต่อจำนวนคนทำงาน หรือ อัตราส่วนการพึ่งพา (dependency ratio) จะพบว่า มีครัวเรือนไทยจำนวนมากถึง 6.8 ล้านครัวเรือนเป็นครัวเรือนที่คนทำงานต้องดูแลคนที่ไม่ทำงาน ตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป (dependency ratio มากกว่าหรือเท่ากับ 1) ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการมีประกันชีวิตเพื่อป้องกันความเสี่ยง อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มครัวเรือนที่ถือว่ามีความจำเป็นนี้มีจำนวนถึง 6.1 ล้านครัวเรือน หรือคิดเป็น 89.9% ที่ยังไม่ซื้อประกันชีวิต ซึ่งส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการมีรายได้เหลือไม่พอหลังหักค่าใช้จ่ายและชำระหนี้ โดยครัวเรือนกลุ่มนี้มีถึง 4.8 จาก 6.1 ล้านครัวเรือน หรือคิดเป็น 78.0% ที่มีรายได้เหลือไม่พอจะจ่ายเบี้ยประกันที่ 417 บาทต่อเดือน (เทียบเท่าค่ากลางของรายจ่ายประกันของครัวเรือนไทย) ครัวเรือนกลุ่มนี้จึงอาจมีความเปราะบางต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับคนทำงานในครอบครัว แต่ขณะเดียวกัน ยังมีอีกกว่า 1.3 ล้านครัวเรือนที่มี dependency ratio สูงและมีเงินเหลือพอแต่ยังไม่มีการซื้อประกันชีวิต ซึ่งอาจถือเป็นกลุ่มที่เป็นโอกาสทางการตลาดสำหรับผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์ได้

<sup>1</sup> ข้อมูลรายจ่ายประกันชีวิตที่บ่งบอกถึงการจ่ายค่าเบี้ยประกันชีวิตที่ไม่รวมประเภทสะสมทรัพย์ในปีที่มีการสำรวจ อาจไม่ได้ครอบคลุมข้อมูลในส่วนของความคุ้มครองจากประกันชีวิตที่ครัวเรือนมีอย่างครบถ้วน เพราะบางครัวเรือนอาจมีการจ่ายเบี้ยฯ ครบแล้ว แต่ยังคงได้รับความคุ้มครองตามสัญญา

**อย่างไรก็ดี แนวโน้มการซื้อประกันชีวิตในภาพรวมของคนไทยยังมีความท้าทายที่สำคัญจากปัจจัยเชิงมหภาค** ทั้งจากสภาวะเศรษฐกิจภาคครัวเรือนที่ซบเซาจากรายได้ที่ลดลง และภาระหนี้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ครัวเรือนไทยโดยเฉลี่ยมีอัตราการออมที่ลดลง ส่งผลกระทบกับแนวโน้มการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการออมและการลงทุนอย่างประกันชีวิต อีกทั้งอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบันที่อยู่ในระดับต่ำก็จะมีผลทำให้ผลตอบแทนของการลงทุนในประกันชีวิตต่ำลงไปด้วย นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงเชิงประชากรทั้งขนาดครอบครัวที่เล็กลง การแต่งงานที่ช้าลงและการตัดสินใจมีลูกที่น้อยลงก็มีส่วนทำให้การตัดสินใจทำประกันชีวิตโดยเฉลี่ยช้าลงหรือลดลงจากในอดีตได้ด้วยเช่นกัน

โดย : Economic Intelligence Center - TeamData

ธนาคารไทยพาณิชย์ (จำกัด) มหาชน

EIC Online: [www.scbeic.com](http://www.scbeic.com)

Line : @scbeic



Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.