

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนอกจากรายได้จากการส่งออกสินค้า รายได้จากการท่องเที่ยวที่มาจากชาวต่างชาติแล้ว การบริโภคภายในประเทศก็เป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะทางภาคธุรกิจการเงินก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมทั้งจากการขยายตัวทางการผลิต และการขยายตัวจากการบริโภค นับตั้งแต่เกิดวิกฤติทางการเงินในปี 2540 แล้ว ตลาดสินเชื่อบุคคลในประเทศไทยก็มีการเจริญเติบโตและพัฒนาอย่างรวดเร็ว เนื่องจากนโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของรัฐบาลประกอบกับอยู่ในภาวะอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ทำให้สถาบันทางการเงินต่างๆ ทั้งธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (Non-Bank) ต่างขยายตลาดและเข้ามาแข่งขันในการปล่อยสินเชื่อส่วนบุคคลกันอย่างแพร่หลาย

สินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ หนึ่ง สินเชื่อที่มีหลักประกัน (Secured Loan) เช่น สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อ และ สอง สินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน (Unsecured Loan) ได้แก่ สินเชื่อเงินสด บัตรเครดิต และสินเชื่อผ่อนชำระสินค้าที่พัฒนามาจากการเช่าซื้อสินค้า ปัจจุบันสินเชื่ผ่อนชำระเป็นทางเลือกที่สำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกในครัวเรือน รวมถึงบริการในด้านต่างๆ เช่น การท่องเที่ยว ค่ารักษาพยาบาล และการศึกษาที่สามารถผ่อนชำระได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของบุคคลโดยทั่วไปมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าแทบทุกประเภทจะมีโปรแกรมการผ่อนชำระให้เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภคด้วยเสมอ เพราะหากไม่มีจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ยากและเสียเปรียบคู่แข่งที่มี จึงเป็นปกติว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าจะมีโปรแกรมการผ่อนชำระนอกจากการซื้อด้วยเงินสดเป็นทางเลือกด้วยเสมอ ซึ่งในปัจจุบันผู้ผลิตสินค้านิยมใช้กลยุทธ์ฟรีดอกเบี้ย (0%) ซึ่งจะช่วยให้ผู้ซื้อตัดสินใจได้ง่ายขึ้นและช่วยเพิ่มยอดขายให้แก่ผู้ผลิตได้เป็นอย่างมาก

จากการที่ตลาดสินเชื่อส่วนบุคคลเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้ธุรกิจนี้ยังมีที่ว่างในการเข้ามายึดครองส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (Non-Bank) เนื่องจากการปล่อยสินเชื่อส่วนบุคคลจากธนาคารพาณิชย์ซึ่งเป็นผู้ครองตลาดอยู่ก่อนนั้นยังมี

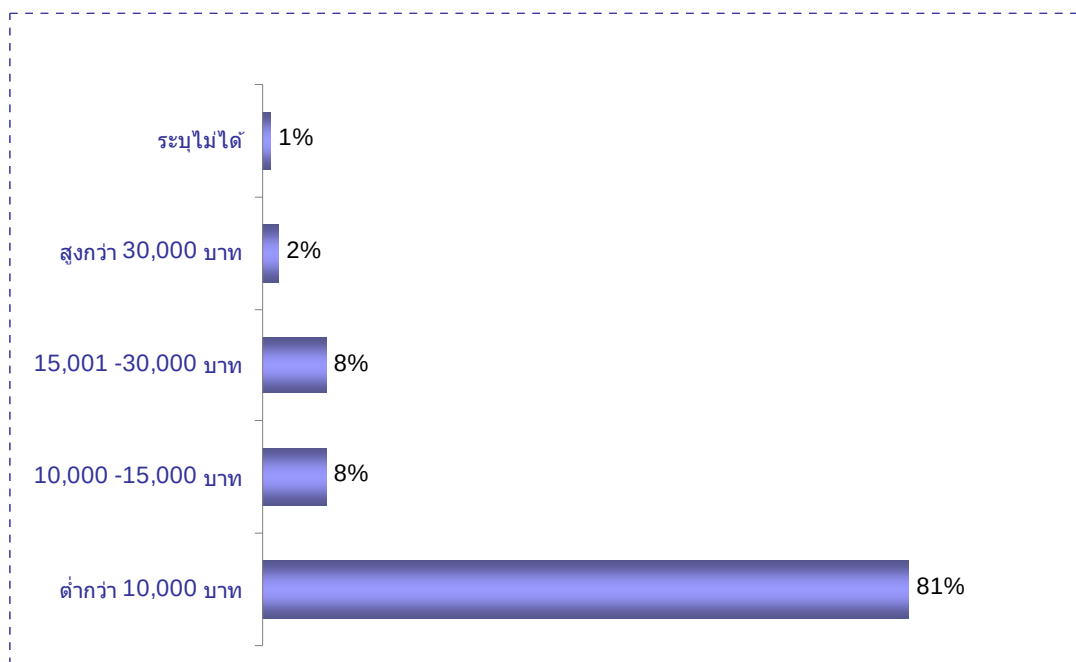
ตารางที่ 1.1
จำนวนประชากรผู้มีงานทำ และจำนวนผู้มีรายได้ประจำ ปี 2545-2549

หน่วย : ล้านคน

ตัวเลขผู้มีงานทำ	2545	2546	2547	2548	2549
จำนวนผู้มีงานทำ	34.60	35.50	36.00	36.60	36.60
จำนวนผู้มีรายได้ประจำ	13.79	14.81	15.87	15.90	15.85
สัดส่วนผู้มีรายได้ประจำต่อผู้มีงานทำ(ร้อยละ)	39.86	41.72	44.08	43.44	43.31

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพที่ 1.1
โครงสร้างรายได้ของประชากรผู้มีรายได้ประจำ

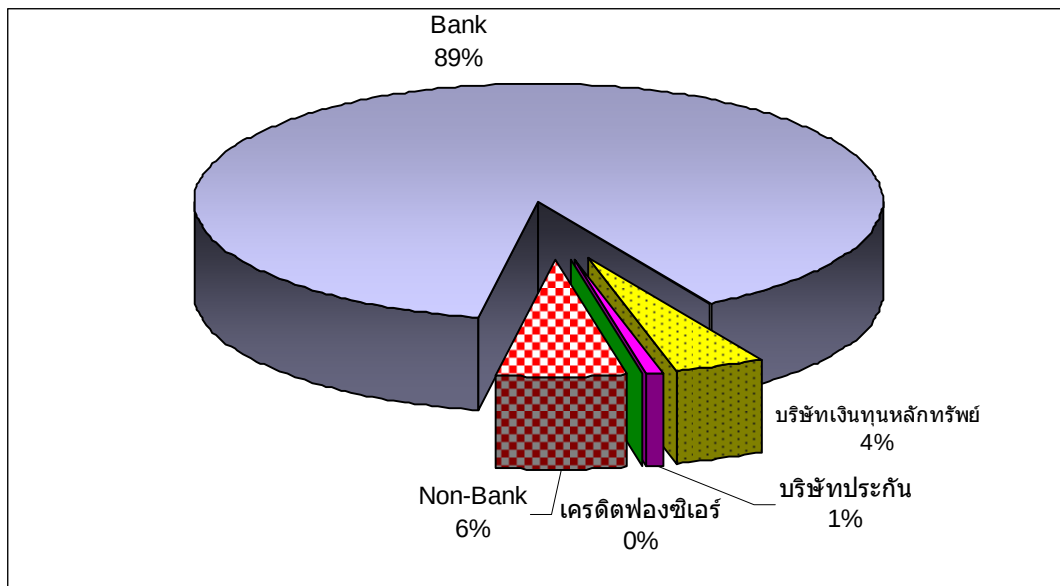


ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

บริษัทที่ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีธนาคารพาณิชย์ (Non – Bank) มีบทบาทสำคัญในการปล่อยสินเชื่อประเภทดังกล่าวให้แก่ลูกค้ารายย่อยและประชาชนทั่วไป อันเนื่องมาจากภายหลังการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ได้มีความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อ ซึ่งข้อจำกัดของธนาคารพาณิชย์เหล่านี้ จึงเป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจ Non – Bank เติบโตได้อย่างรวดเร็วโดยให้บริการด้านสินเชื่อแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้มีรายได้ปานกลางถึงต่ำ ทำให้ธุรกิจนี้เป็นที่สนใจของนักลงทุนต่างชาติ เนื่องจากฐานลูกค้าของธุรกิจ Non – Bank มีเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ธุรกิจ Non – Bank ยังมีอัตราการขยายตัวในระดับสูง ซึ่งแม้จะมีความเสี่ยงจะสูงเนื่องจากการที่ลูกค้าไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันใดๆ และใช้เพียงเอกสารประจำตัวบุคคลและเอกสารที่แสดงรายได้ในการสมัครขอสินเชื่อ จึงทำให้สามารถอำนวยความสะดวกและเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ผู้ใช้บริการในยามฉุกเฉินได้ทันที จนทำให้ธุรกิจนี้ได้รับความนิยมและมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งจากการเรียกเก็บอัตราดอกเบี้ยและค่าบริการจากลูกค้าที่สูงกว่าธนาคาร ประกอบกับการติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ จึงส่งผลทำให้ Non – Bank มีผลประกอบการที่เติบโตและกำไรที่สูงทำให้บริษัทที่ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีใช่ธนาคารพาณิชย์มีจำนวนเพิ่มขึ้นหลายแห่ง ตัวอย่างของบริษัทรายใหญ่ที่ประกอบธุรกิจสินเชื่อในกรณีของ Non – Bank ที่ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล เช่น บริษัทจำกัดมหาชน อีออน ธนสินทรัพย์, บริษัทจำกัด จีอี มั่นนี้, บริษัทจำกัด แคปปิตอล โอเค, บริษัทจำกัด เซทเทเลม, บริษัทจำกัดมหาชน อีซีบาย เป็นต้น

จากรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง พบว่าภาพรวมของการปล่อยสินเชื่อในประเทศไทย มีปริมาณ 6,995,222 ล้านบาท แบ่งเป็นภาคธนาคารร้อยละ 89 มีมูลค่าเท่ากับ 6,241,678 ล้านบาท บริษัททั่วไปที่ประกอบธุรกิจนอนแบงก์ร้อยละ 6 มีมูลค่าเท่ากับ 397,041 ล้านบาท ส่วนบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ บริษัทประกันชีวิต และบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ มีส่วนแบ่งรวมร้อยละ 5 มีมูลค่าเท่ากับ 356,503 ล้านบาท ดังแสดงรายละเอียดตามภาพที่ 1.2

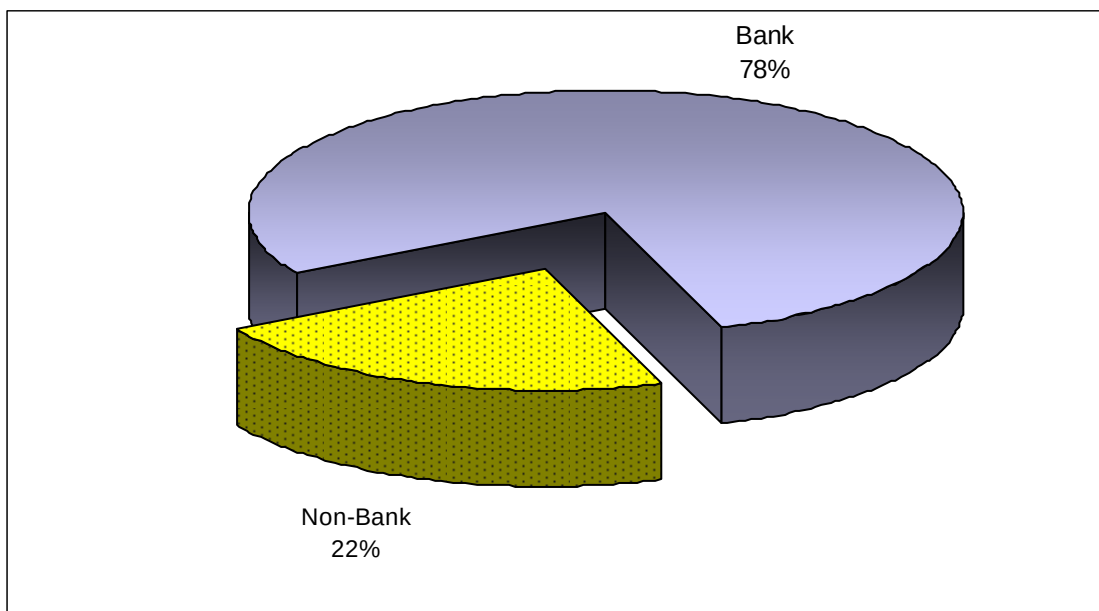
ภาพที่ 1.2
แสดงขนาดสินเชื่อของสถาบันการเงินทั้งระบบ (ปี 2548)



ที่มา : จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

และเมื่อพิจารณาในส่วนของสินเชื่อส่วนบุคคล จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง พบว่าสินเชื่อส่วนบุคคลมีสัดส่วนร้อยละ 20 ของสินเชื่ออุปโภคบริโภค และเมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินที่มีใบอนุญาตพาณิชย์ พบว่ามีสัดส่วนสินเชื่อส่วนบุคคลร้อยละ 22 ของปริมาณสินเชื่อส่วนบุคคลทั้งระบบ ส่วนธนาคารพาณิชย์มีสัดส่วนสินเชื่อส่วนบุคคลร้อยละ 78 ของปริมาณสินเชื่อส่วนบุคคลทั้งระบบ ซึ่งสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีใบอนุญาตพาณิชย์มีมูลค่าถึง 40,000 ล้านบาท

ภาพที่ 1.3
แสดงขนาดสินเชื่อของสถาบันการเงินทั้งระบบ (ปี 2548)



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาโดยละเอียดจะพบว่าผู้ประกอบการสินเชื่อส่วนบุคคลรายใหญ่มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ราย (Big 4) ประกอบด้วย บริษัท อีซีบาย จำกัด (มหาชน) บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท จีอีแคปปิตอล (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท แคปปิตอล โอเค จำกัด โดยกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่แต่ละรายมียอดสินเชื่อคงค้างมากกว่า 10,000 ล้านบาท ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย 24 ราย แต่ละรายมียอดสินเชื่อคงค้างต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท (แนวโน้มของธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลของ Non-Bank” ชาติชัย สุวรรณภรณ์, 2549) ซึ่งสินเชื่อส่วนบุคคลที่ Non-Bank ให้บริการแก่ผู้บริโภคประกอบด้วยสินเชื่อเงินสด, บัตรเครดิต และสินเชื่อผ่อนชำระซึ่งผู้เขียนกำลังศึกษาข้อมูล ซึ่งสินเชื่อผ่อนชำระนี้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับ Non-Bank เป็นจำนวนมาก โดยจากข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ 2545 – 2549 เป็นช่วงที่สินเชื่อผ่อนชำระได้รับความนิยมและมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูง จากตารางที่ 1.2 และภาพที่ 1.3 ที่แสดงการเปรียบเทียบรายได้จากสินเชื่อผ่อนชำระ จะเห็นได้ว่าบริษัท จีอีแคปปิตอล (ประเทศไทย) จำกัด จะเป็นบริษัทที่มีรายได้รวมจากสินเชื่อผ่อนชำระสูงที่สุดและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รองลงมาจะเป็นบริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) และบริษัท อีซีบาย จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ ส่วนบริษัท เซทเทเลม จำกัด เนื่องจากมีปัญหาในการจัดเก็บหนี้จึงทำให้มี

ตารางที่ 1.2
รายได้จากสินเชื่อผ่อนชำระของธุรกิจ Non-Bank ขนาดใหญ่ ปี 2545-2549

หน่วย : ล้านบาท

บริษัท	2549	2548	2547	2546	2545
GE	2,663	2,640	1,789	1,205	789
AEON	1,911	1,657	1,808	1,714	1,167
Easy Buy	1,180	2,141	964	651	556
Cetelem	170	380	391	454	278
Capital OK	2,023	3,242			

ที่มา : ข้อมูลผลประกอบการของบริษัทจาก Business on line

ด้วยเหตุที่ธุรกิจสินเชื่อผ่อนชำระมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย อีกทั้งเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้มีแนวโน้มการใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระที่เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งแต่ละบริษัทก็ใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งหากเป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ใช้ราคาก็จะเป็นการลดอัตรากำไรซึ่งมักจะใช้ในระยะที่มีการจัดงาน Expo สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือ คอมพิวเตอร์ ซึ่งบริษัทที่มีต้นทุนทางการเงินต่ำก็มักจะได้เปรียบ แต่โดยส่วนใหญ่แต่ละบริษัทจะใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ใช้ราคาเป็นหลัก โดยใช้การให้บริการที่รวดเร็วและวงเงินที่สูงในการอนุมัติ การจัดเก็บและติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ การสร้างแบรนด์และโฆษณาประชาสัมพันธ์ การแจกของกำนันให้แก่ลูกค้า และการเป็นพันธมิตรกับผู้ผลิตแต่ละราย ซึ่งการแข่งขันกันปล่อยสินเชื่อดังกล่าวล้วนมุ่งให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างรวดเร็ว ซึ่งหากไม่มีหลักเกณฑ์การปล่อยสินเชื่อที่เหมาะสมและถูกต้องแล้ว อาจทำให้มีการปล่อยสินเชื่อจนเกินความสามารถที่ผู้กู้จะรับผิดชอบได้ ซึ่งจะเกิดการบริโภคที่เกินตัวและปัญหานี้สินภาคครัวเรือนตามมา โดยหากมีการแข่งขันกันปล่อยสินเชื่อในปริมาณมากเกินไปก็อาจทำให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจขึ้นได้ ตรงกันข้ามหากสามารถควบคุมดูแลให้อยู่ในความเหมาะสมก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระของผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

1.2.2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของสินเชื่อผ่อนชำระของผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้จะพิจารณาขอบเขตดังนี้

1.3.1. ศึกษาพฤติกรรมการตลาดของสินเชื่อผ่อนชำระของผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ โดยเน้นเฉพาะ บริษัทจำกัดมหาชน อีออน ธนสินทรัพย์ บริษัทจำกัด จีอี มั่นนี้ และ บริษัทจำกัดมหาชน อีชีบาย ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดรวมกันเกินร้อยละ80 ซึ่งในปัจจุบัน บริษัทเซทเทเลม จำกัด และ บริษัท แคปปิตอล โอเค จำกัด ได้หยุดให้บริการสินเชื่อแล้ว

1.3.2. ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระจากบุคคลทั่วไปที่เคยใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ โดยการสุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล

1.4 แหล่งที่มาของข้อมูล

ในการศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และ ได้แก่

1.4.1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการ การสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานสินเชื่อของกลุ่มบริษัทที่เป็น Non – Bank

1.4.2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลทุติยภูมิมีแหล่งที่มา คือ งบการเงิน

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อส่วนบุคคลของบริษัทที่เป็น Non – Bank ที่ได้รับการตรวจสอบแล้ว รายงานประจำปีของบริษัท ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ตลอดจนวารสารทางวิชาการและบทความต่างๆ และข่าวสารจากสื่อ ฯลฯ

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยเป็นการอธิบายถึงความสำคัญ บทบาท ประเภทของตลาดสินเชื่อการผ่อนชำระสินค้า การดำเนินธุรกิจในตลาดสินเชื่อการผ่อนชำระสินค้า รวมถึงการเปรียบเทียบถึงกลยุทธ์ที่แตกต่างกันของสินเชื่อการผ่อนชำระสินค้าของบริษัทที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน และใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่าง Chi-square test เพื่อหาความสัมพันธ์ตามสมมติฐานและข้อมูลที่กำหนด

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาครั้งนี้จะได้รับประโยชน์ดังนี้

1.6.1 ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบและเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อสามารถวางกลยุทธ์การแข่งขันที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์ได้ต่อไป

1.6.2 ทราบถึงกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ให้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ

1.6.3 เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของรัฐที่กำกับดูแล โดยสามารถกำหนดมาตรการและนโยบายที่สามารถควบคุมการปล่อยสินเชื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพตลาดและผู้ใช้บริการของธุรกิจสินเชื่อผ่อนชำระ

1.7 คำโครงของงานวิจัยเฉพาะเรื่อง

งานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้สามารถแบ่งองค์ประกอบของงานวิจัยเป็นบทต่างๆได้ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

อธิบายถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาที่ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจในการศึกษา วัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา วิธีการศึกษา ข้อมูลและแหล่งข้อมูล รวมถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 2 ทฤษฎี งานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง และภาพรวมการตลาดและกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบริษัท

กล่าวถึงทฤษฎีที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา รวมถึงงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกรอบการวิเคราะห์และอธิบายถึงความหมายของสินเชื่อบริษัท ภาพรวมของธุรกิจ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ รูปแบบและช่องทางการให้บริการ การแข่งขันทางด้านราคาและที่ไม่ใช่ราคา กลยุทธ์ทางการตลาดของแต่ละบริษัท

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

อธิบายถึงรูปแบบและวิธีการทำวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลและการตั้งคำถามและประเด็นการศึกษา

บทที่ 4 ผลการศึกษา

แสดงถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงาน

บทที่ 5 บทสรุป ปัญหา และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา รวมทั้งปัญหา ข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคในการศึกษา และข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไป