

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันสินเชื่อส่วนบุคคล : กรณีศึกษาบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากสินเชื่อส่วนบุคคลเป็นสินเชื่อพื้นฐานที่เข้าถึงผู้มีรายได้น้อย งานวิจัยฉบับนี้ ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะบริษัทผู้ประกอบการสินเชื่อส่วนบุคคลรายใหญ่ อันประกอบด้วย บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) บริษัท อีซีบาย จำกัด (มหาชน) และ บริษัท จีอี แคปปิตอล (ประเทศไทย) จำกัด เท่านั้น เพราะว่าบริษัทผู้ให้ประกอบการสินเชื่อทั้ง 3 ราย เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ของตลาด โดยทั้งสามบริษัท มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันประมาณร้อยละ 80 ของผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ

งานวิจัยฉบับนี้ยังมีข้อจำกัดด้านข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ เนื่องจากธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลเพิ่งเข้ามาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลธนาคารแห่งประเทศไทยเมื่อ ปี 2548 และยังไม่ข้อมูลของบริษัทผู้ประกอบการสินเชื่อส่วนบุคคล เผยแพร่มากนัก ผู้ศึกษาจึงไม่สามารถที่จะทำการรวบรวมข้อมูลจากช่องทางดังกล่าวได้ แต่สำหรับบริษัทผู้ประกอบการรายใหญ่ทั้ง 3 ราย ผู้จัดทำสามารถที่จะเก็บรวบรวมได้จากแหล่งต่าง ๆ เช่น เอกสาร วารสาร ข้อมูลออนไลน์ และข้อมูลจากบุคคลซึ่งทำงานในองค์กร เป็นต้น

5.1.1. ผลการศึกษาโครงสร้างรายได้และรูปแบบการให้บริการ

ในการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของ บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล อันประกอบด้วย บริษัท อีซีบาย จำกัด (มหาชน) บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด มหาชน และบริษัท จีอี แคปปิตอล จำกัด ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาถึงโครงสร้างรายได้ของผู้ประกอบการแต่ละรายว่ามีโครงสร้างรายได้ที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลมิได้มีรายได้หลักมาจากการประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีรายได้จากการประกอบธุรกิจบัตรเครดิต และการประกอบธุรกิจเช่าซื้อ การที่แต่ละบริษัทประกอบธุรกิจสินเชื่อหลาย ๆ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า และให้บริการที่ตรงกับความต้องการทำให้บริษัทสามารถที่จะเพิ่มฐานลูกค้าได้มากขึ้น

ในส่วนของรูปแบบการดำเนินธุรกิจ บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลจะมีการปรับกลยุทธ์ของการให้บริการ กล่าวคือ เดิมแต่บริษัทจะคอยให้ลูกค้ามาหาโดยเป็นลักษณะลักษณะของการให้บริการสินเชื่อเงินสด แต่จากสภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้นทำให้ บริษัทต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการจากรูปแบบเก่า ๆ เป็นกรให้บริการแบบใหม่ คือ การออกบัตรเครดิตสินเชื่อ เนื่องจากการออกบัตรเครดิตให้ลดต้นทุนการดำเนินงาน กล่าวคือ ลูกค้ายื่นสมัครเพียงครั้งเดียวแต่สามารถใช้บัตรได้ตลอดไป และ ยังเป็นการรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ด้วย ทำให้แต่ละบริษัทสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

5.1.2. พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคาและไม่ใช่ราคา

ผลการศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันทั้งทางด้านราคา และไม่ใช่ราคา พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล มิได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางด้านราคา แต่ให้ความสำคัญกับการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคามากกว่า เช่น การแข่งขันทางด้านผลิตภัณฑ์โดยเน้นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมด้านการตลาด การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ามากที่สุด โดยบริษัทอิชี่บาย จำกัด (มหาชน) และบริษัทอออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) เน้นการขยายสาขาให้บริการ สาขาที่ให้บริการของบริษัท ที่กระจายอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ ส่วนบริษัทจีอี แคปปิตอล (ประเทศไทย) จำกัดมีการจัดการด้านช่องทางการจำหน่ายโดยมีการจัดตั้งทีมงานขายสินเชื่อ ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายทั้ง 2 รูปแบบสามารถที่จะทำให้บริษัทมีพอร์ตรวมสินเชื่อเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นผู้ประกอบการทั้ง 3 รายได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดมากโดยการโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ตลอดจนได้มีการปรับปรุงให้บริการ ลดขั้นตอนการทำงาน เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ตลอดจนมีการปรับกลยุทธ์ของบริษัทเพื่อเข้าหาลูกค้าแทนที่การรอลูกค้า ซึ่งเป็นรูปแบบการให้บริการแบบใหม่ เป็นต้น

5.2. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษากลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลของบริษัทผู้ประกอบการที่มีโชธนาการพาณิชย์ อันประกอบด้วย บริษัท อิชี่บาย จำกัด (มหาชน) บริษัท อออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) และ จีอี แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อการพิจารณาดังนี้

5.2.1. ข้อเสนอแนะและแนวทางในการดำเนินงาน

เนื่องจากธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล ในอนาคตมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรง บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลแต่ละแห่งต่างพยายามที่จะเสนอสินเชื่อแก่ลูกค้า ดังนั้นจึงควรให้ความรู้ความเข้าใจ ชี้แจงเงื่อนไขรายละเอียด ของสินเชื่อ ให้กับลูกค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกใช้วงเงินได้อย่างเหมาะสมกับความสามารถในการผ่อนของลูกค้า เนื่องจากรูปแบบการให้บริการมีความสลับซับซ้อนลูกค้าไม่สามารถเปรียบเทียบ ข้อดีข้อเสีย ของแต่ละบริษัทได้ เช่น การเปรียบเทียบดอกเบี้ยที่แท้จริงที่จะต้องจ่ายชำระ การตัดสินใจของลูกค้าบางที่ขึ้นอยู่กับ ความสะดวก รวดเร็ว และการให้บริการ ดังนั้นความเป็นมืออาชีพของพนักงานในการให้ความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงการเอาใจใส่ลูกค้า จึงเป็นสิ่งที่สำคัญ

5.2.2. ข้อจำกัดของการศึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป

เนื่องจากจากข้อมูลทางด้านเวลาและด้านข้อมูล ทำให้การศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้รวมถึง

1. การศึกษากลยุทธ์ของบริษัทผู้ประกอบการสินเชื่อส่วนบุคคลที่มีขนาดเล็กรวมทั้งผู้ประกอบการสินเชื่อส่วนบุคคลที่เป็นธนาคารพาณิชย์

2. ทศนคติ ความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล ตลอดจนปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้น

ดังนั้น ประเด็นที่น่าศึกษาต่อไปคือ กลยุทธ์การแข่งขันของบริษัทผู้ประกอบการสินเชื่อส่วนบุคคลขนาดเล็ก รวมทั้ง กลยุทธ์สินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่เป็นธนาคารพาณิชย์ ทศนคติ ความพึงพอใจ ของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลกับบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล