

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันรถยนต์ถือว่าเป็นสินค้าที่มียอดการขอสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค ส่วนบุคคลค่อนข้างสูง เนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่มีราคาสูงและกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสามารถในการซื้อรถยนต์ด้วยเงินสดยังมีน้อย ดังนั้นจึงมีบริษัทที่ประกอบธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เกิดขึ้นจำนวนมาก และเพื่อส่งเสริมตลอดจนขยายการบริการเช่าซื้อไปยังกลุ่มผู้บริโภคในระดับที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ให้สามารถผ่อนชำระเป็นรายเดือน จึงมีการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว

ธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มีการขยายตัวและเติบโตควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการพัฒนาและผลิตรถยนต์รุ่นใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ซึ่งในปัจจุบันผู้ผลิตหันมาเน้นการผลิตรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงานหรือรถยนต์พลังงานทางเลือกมากขึ้น อาทิ รถยนต์แก๊สธรรมชาติ (Compressed Natural Gas--CNG) รถยนต์ไฮบริดจ์ รวมถึงรถอีโกคาร์ที่มีส่วนช่วยกระตุ้นให้ตลาดรถยนต์ทั้งในประเทศและส่งออกให้กลับมาเติบโตอีกครั้ง และจากการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ทำให้ผู้บริโภคมีต้นทุนในการกู้ลดลง ส่งผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง เช่น ธุรกิจรถยนต์มือสอง อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอะไหล่ เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มที่มีรถยนต์ใช้อยู่แล้วก็ต้องการเปลี่ยนเป็นรถยนต์รุ่นใหม่ประหยัดพลังงาน ในยุคที่ราคาน้ำมันมีความผันผวนและมีโอกาสปรับเพิ่มสูงขึ้น

จากการที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออก เนื่องจากความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ของประเทศ ซึ่งเป็นศูนย์กลางระหว่างอินโดจีนและอาเซียน ทำให้การส่งออกรถยนต์มีต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำลง และ

มีผลทำให้ราคาซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้นจึงส่งผลให้ต้นทุนในการซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคลดลง ซึ่งปัจจัยดังกล่าว มีส่วนช่วยเป็นแรงขับเคลื่อนปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น และยังส่งผลควบคู่ไปกับตลาดสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ให้เพิ่มสูงขึ้นด้วย ประกอบกับการแข่งขันที่สูงขึ้นของผู้ประกอบธุรกิจให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยเฉพาะสถาบันการเงินและบริษัทผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ เนื่องจากต้องพยายามเพิ่มฐานลูกค้าและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดเช่าซื้อไว้ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์เป็นสินเชื่อรายย่อยที่อิงกับภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์และภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างมาก

ผู้ประกอบการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ต้องเผชิญกับอุปสรรคและปัญหาที่สำคัญ 3 ประการ ประการแรก การผันผวนของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย การปรับขึ้นของราคาน้ำมัน และภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ประการที่สอง การแข่งขันในธุรกิจนี้จะทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ หลังจากที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีนโยบายอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์สามารถดำเนินธุรกิจเช่าซื้อได้ โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2547 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551) ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนให้ธนาคารพาณิชย์สามารถให้บริการทางการเงินได้เพิ่มขึ้น และจากนโยบายดังกล่าว ทำให้ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งให้ความสนใจในการเข้ามาในตลาดเช่าซื้อ โดยมีแรงจูงใจที่สำคัญ คือ เพื่อขยายโอกาสในการประกอบธุรกิจเพิ่มเติม จากบริการแบบเดิมของธนาคารที่ไม่สามารถปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อให้แก่ลูกค้ารายย่อยได้ หรือสร้างฐานลูกค้ารายย่อยเพื่อเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ในอนาคตจากสินเชื่อรายย่อยประเภทอื่นของธนาคาร เนื่องจากสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นับเป็นสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคที่มีบทบาทในการเข้าถึงลูกค้ารายย่อยในวงกว้าง รวมทั้งธนาคารสามารถใช้ความได้เปรียบในเรื่องเทคโนโลยีและเครือข่ายสาขาที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และความได้เปรียบทางการระดมเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ ซึ่งธนาคารพาณิชย์จะมีช่องทางในการระดมทุนจากเงินฝากเมื่อเทียบกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์จะมีการระดมเงินทุนในตลาดตราสารหนี้ ตลาดหลักทรัพย์ และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์ยังมีระบบการชำระเงินที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถเอื้อประโยชน์ให้ลูกค้าได้รับ

ความสะดวกในการทำธุรกรรมของธนาคาร ประการที่สาม ผลกระทบที่มีต่อผู้ประกอบการ ยังคงขึ้นอยู่กับปัจจัยในเรื่อง โครงสร้างต้นทุนของผู้ประกอบการแต่ละราย และอำนาจการต่อรองกับแหล่งเงินทุน ในขณะที่การแข่งขันในตลาดเช่าซื้อมีความรุนแรง มีส่วนทำให้การปรับขึ้นของอัตราดอกเบี้ยไม่เกิดขึ้นเนื่องจากผู้ประกอบการพยายามรักษา ส่วนแบ่งทางการตลาด (ดูตาราง 1)

ตาราง 1

ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์แยกตามสัดส่วนประเภทธุรกิจปี พ.ศ. 2549-2551 (หน่วย: ล้านบาท)

บริษัทสมาชิก	2549	2550	2551
สถาบันการเงิน	343,870.65	393,241.80	446,828.12
กลุ่มผู้ผลิตรถยนต์	129,134.04	140,753.46	149,945.83
Non Bank	28,708.90	29,401.90	26,269.36

ที่มา. จาก ข้อมูลภาวะอุตสาหกรรม ปี 2551, โดย สมาคมธุรกิจเช่าซื้อไทย, 2551, เอกสารอัดสำเนา.

จากการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศให้ธนาคารพาณิชย์สามารถดำเนินธุรกิจเช่าซื้อได้และบริษัทเงินทุนบางแห่งก็ควบรวมกับธนาคารพาณิชย์ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเช่าซื้อในกลุ่มสถาบันการเงินมีขีดการแข่งขันเป็นอันดับหนึ่งเนื่องจากมีฐานลูกค้าเก่าและมีช่องทางในการให้บริการที่เพิ่มขึ้น สามารถใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสาขาและระบบการชำระเงินของธนาคารในการทำธุรกรรมได้อย่างเต็มที่ เพราะเหตุนี้ทำให้ลูกค้ามาขอใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับทางผู้ประกอบการกลุ่มสถาบันการเงินเพิ่มมากขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อความต้องการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ลดลงตามยอดปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ ซึ่งตรงกันข้ามกับจำนวนผู้ประกอบการที่ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้การแข่งขันมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น โดยที่ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะได้รับเงื่อนไขการกู้ยืมที่ดี เนื่องจากธนาคารพาณิชย์รายใหญ่ ประกาศนโยบายต้องการชิงส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่งในธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ โดยพร้อมใช้มาตรการตัดราคา

และให้รางวัลตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ (dealer) ที่แนะนำลูกค้าให้ใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร ในขณะที่ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางซึ่งครองอันดับหนึ่งในธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์อยู่ในปัจจุบัน และมีธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์เป็นธุรกิจหลักของธนาคารก็พยายามรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดด้วยการแข่งขันด้านราคาควบคู่ไปกับการคัดคุณภาพลูกค้า ทำให้ผู้ประกอบการรายอื่นต้องหาช่องทางตลาดและปรับเปลี่ยนนโยบายการทำธุรกิจไปด้านอื่นแทน เช่น การเข้าซื้อกิจการลีสซิ่งรายเล็กเพื่อขยายฐานลูกค้าของตนเอง ทดแทนการขยายสินเชื่อใหม่ และหันมาให้ความสนใจตลาดรอง ได้แก่ เช่าซื้อรถยนต์มือสอง, เช่าซื้อรถมอเตอร์ไซค์ รวมถึงสินเชื่อเงินสดประเภทรูดแลกเงิน หรือการจำหน่ายเล่มทะเบียนรถยนต์

กลยุทธ์ที่มีส่วนสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ที่ผู้ประกอบการจะนำมาใช้เพื่อขยายส่วนแบ่งการตลาด คือ การกำหนดราคาให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด และมีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการให้เช่าซื้อได้ตลอดเวลา โดยพิจารณาจากปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจของผู้บริโภค พร้อมทั้งมีการให้บริการในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อด้วยความรวดเร็ว นับตั้งแต่การออกพบลูกค้า การตรวจสอบเครดิต การแจ้งผลการพิจารณาให้ลูกค้าทราบอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ดูแลและให้บริการได้ครอบคลุมทุกเขตพื้นที่ ส่วนทางด้านส่งเสริมการขาย มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์เพื่อเป็นการรักษาส่วนแบ่งการตลาดเดิมไว้ รวมทั้งหาช่องทางในการขยายส่วนแบ่งทางการตลาด โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับตัวแทนจำหน่ายทั้งรถยนต์ใหม่และรถยนต์มือสอง และการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มบริษัทให้เช่าซื้อที่อยู่ในกลุ่มของบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์ และยังมีการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีการให้บริการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วน รวมทั้งรับฟังข้อติชม และคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานะการแข่งขันในปัจจุบัน

ส่วนทางด้านตลาดมีการใช้กลยุทธ์การเจาะตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเช่าซื้อรถยนต์ โดยการเชิญชวนลูกค้าเดิมที่เคยใช้บริการ ให้มาใช้บริการซ้ำในการเช่าซื้อรถยนต์คันต่อไป เช่น การมอบสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีประวัติการผ่อนชำระดี ให้ได้รับอนุมัติดอกเบี้ยในอัตราพิเศษ รวมถึงการผ่อนปรนในส่วนของผู้ค้าประกันด้วย

จากปัญหาดังกล่าวจึงเป็นประเด็นที่น่าศึกษาว่าปัจจัยใดที่เป็นตัวกำหนดปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของสถาบันการเงิน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจเช่าซื้อมีผลต่อปริมาณสินเชื่ออุปโภคบริโภคส่วนบุคคล ซึ่งถือว่าเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจตัวหนึ่งที่ต้องศึกษา

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของสถาบันการเงิน

สมมติฐานของการศึกษา

1. ปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์พาณิชย์ที่จำหน่ายรถยนต์ในประเทศและรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
2. ปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวสำหรับลูกค้าชั้นดี (MLR) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถยนต์พาณิชย์ ของบริษัทเงินทุนและธนาคารพาณิชย์ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิในช่วงปี พ.ศ. 2536-2552

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ที่เก็บรวบรวมจากหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวสำหรับลูกค้าชั้นดีเก็บรวบรวมจากธนาคารแห่งประเทศไทย จำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์พาณิชย์ที่จำหน่ายในประเทศ เก็บรวบรวมจากสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีเก็บรวบรวมจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเก็บรวบรวมจากสมาคมธุรกิจเช่าซื้อไทย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการศึกษาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (descriptive analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) โดยแบ่งได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์ธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ กลยุทธ์การทำธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ ตลอดจนหลักเกณฑ์ในการทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ และภาวะภาษีสำหรับธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) เป็นการศึกษาปัจจัยที่กำหนดปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยนำปัจจัยต่าง ๆ คือ จำนวนรถยนต์นั่งและรถยนต์พาณิชย์ที่จำหน่ายรถยนต์ในประเทศ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวสำหรับลูกค้าชั้นดี (Minimum Loan Rate--MLR) รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี ซึ่งเป็นปัจจัยกำหนดปริมาณสินเชื่อมาสร้างแบบจำลองอธิบายถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระในสมการและประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจากแบบจำลอง โดยวิธีทางเศรษฐมิติในรูปแบบสมการถดถอยเชิงซ้อน (multiple regression analysis) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squared--OLS) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิในช่วงปี พ.ศ. 2536-2552

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ โดยใช้แบบจำลองดังนี้

$$\text{LnLOAN} = \beta_0 + \beta_1 \text{LnCAR} + \beta_2 \text{LnGDP}_c + \beta_3 \text{LnMLR}$$

กำหนดให้

LOAN = ปริมาณสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (ล้านบาท)

CAR = จำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์พาณิชย์ที่จำหน่ายในประเทศ (คัน)

GDP_c = รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (บาท)

MLR = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวสำหรับลูกค้าชั้นดี (ร้อยละ)

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ หมายความว่า การประกอบกิจการค้าโดยเจ้าของนำเอารถยนต์ของตนออกให้เช่าและให้ค้ำประกันว่าจะขายรถยนต์หรือทำให้รถยนต์ตกเป็นสิทธิแก่ผู้เช่า โดยมีเงื่อนไขที่ผู้เช่าได้ใช้เงินเป็นจำนวนเท่านั้นเท่านี้คร่าว

รถยนต์นั่งส่วนบุคคล หมายความว่า รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดคนและรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกินเจ็ดคนแต่ไม่เกินสิบสองคน

รถยนต์พาณิชย์ หมายความว่า รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลที่มีน้ำหนักไม่เกินหนึ่งพันหกร้อยกิโลกรัม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการให้สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์และการวางแผนทางการตลาดได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค