แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อบุคคลแบบมีหลักประกันของบริษัทสินเชื่อธนชิต ลิสซิ่ง จังหวัดขอนแก่น

GUIDELINES TO INCREASE SECURED PERSONAL LOAN (MORTGAGE LOAN) OF THANACHIT LEASING CO.LTD, KHON KAEN PROVINCE

ศิริวัฒน์ เจนรังสรรค์[1]
ธีระ ฤทธิรอด[2]

บทคัดย่อ

เนื่องจากยอดสินเชื่อของบริษัท ธนชิต ลิสซิ่ง จำกัด ในปี 2558 ลดลง การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ และ 2) เพื่อเสนอแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อร้อยละ 20 ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการสินเชื่อบ้านและที่ดิน ในเขตอำเภอชุม จังหวัดขอนแก่น รวมทั้งทำการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis, 7P's จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญๆที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ การได้แก่การได้รับบริการเงินเร็วรวดทันใจ และวงเงินอนุมัติสูง ขณะที่วงเงินส่วนใหญ่ที่กู้ ร้อยละ 60.75 ไม่เกิน100,000 บาท จึงนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการแก้ปัญหา โดยเสนอแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อ จำนวน 7 โครงการ ได้แก่ 1) เพิ่มยอดอนุมัติสินเชื่อจากราคาประเมินร้อยละ 20 2) จ่ายต้นลดดอก 3) ปรับปรุงบริษัท 4) เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในตลาดออนไลน์ของท่องที่ 5) พัฒนาบุคลากร 6) เป็นผู้สนับสนุนงานกุศล 7) รักษามาตรฐานด้านเวลา รวมเป็นงบประมาณทั้งสิ้น 233,500 บาท

คำสำคัญ: สินเชื่อแบบมีหลักประกัน แนวทาง

Abstract

Since the loan of Thanachit leasing Co, Ltd in 2015 was decreased. The aims of study was to 1) investigate the behavior and factors affected the decision making on loan and 2) propose marketing guidelines to increase 20% of the loan. Four hundred completed questionnaires were obtained, while SWOT and 7 Ps were also analyzed. The results showed that high speed services and a big number of loan were the most favorite. While 60.75% of subjects used the loan of not more than 100,000 Baht. Then 7 guidelines of marketing mix were proposed as follow; 1) Addition of credit line to 20% from the base cost estimate 2) Deduction of lending rate when repay 3) Renovation of the office 4) Expansion of the social network market 5) Acquisition of employee for skills 6) Participation in charity local and 7) Reduction of time in processing with total budget of 233,500 Baht.

Keyword: Secured Loan, Guidelines

[1] *นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

[2] *รองศาสตราจารย์ คณะเภสัชศาสตร์ มหาลัยวิทยาลัยขอนแก่น*

บทนำ

ปัจจุบันปัญหาเรื่องปัญหาเศรษฐกิจเป็นหัวข้อที่มีการกล่าวถึง ในระดับโลก หลายประเทศเผชิญกับปัญหาความยากจน เศรษฐกิจทั่วโลกโดยรวมอยู่ในจุดที่ถดถอย แม้แต่บริษัทขนาดใหญ่หลายแห่งที่มีความมั่นคงในตลาดโลก ได้มีการปิดตัวลง เนื่องมาจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจทั่วโลกในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รัฐบาลและธนาคารทั่วโลก ได้เล็งเห็นความสำคัญของลูกค้าผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญ ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ให้เกิดการขยายตัว นอกจากนี้ มีนโยบายต่างๆสนับสนุน โดยให้ความสนใจกับการขยายสินเชื่อ ให้กับลูกค้าผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดการกระตุ้นทางเศรษฐกิจ และส่งผลต่อสภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น

สำหรับประเทศไทย ธนาคารและธุรกิจเยี่ยงธนาคารหลายแห่ง ที่ให้บริการด้านสินเชื่อต่างๆ ช่วยขับเคลื่อนและกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของประเทศให้ขยายมากขึ้นตัว รัฐบาลมีแผนและนโยบาย ช่วยผลักดันด้านอสังหาริมทรัพย์ของกระทรวงการคลังเมื่อเดือนกุมพาพันธ์ พ.ศ. 2558 ช่วยสนับสนุนในการลดภาษีการจดจำนองการโอน ซื้อขายต่างๆ ซึ่งช่วยเอื้อธุรกิจประเภทนี้ และเพื่อมุ่งเน้นการขยายยออกสินเชื่อต่างๆหลากหลายประเภทให้แก่ลูกค้าผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น [1] การแข่งขันของธุรกิจประเภทสินเชื่อมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์นี้เป็นอย่างมาก

ธุรกิจสินเชื่อบ้านและที่ดินได้เข้ามามีบทบาท ในระบบการเงินของประเทศไทยอย่างแพร่หลาย เนื่องจากว่าเป็นสินเชื่อที่อนุมัติได้เร็ว ขั้นตอนไม่ยุ่งยากนัก โดยการอนุมัติวงเงินจากราคาเมินที่ดิน หรือที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเป็นหลัก ร่วมถึงปัจจัยต่างๆ ของบุคคลที่ต้องการขอสินเชื่อ และตามเงื่อนที่ให้บริษัทสินเชื่อตั้งกฎกติกาที่ระบุไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีผลตอบแทนให้เรื่องของดอกเบี้ย ค่าดำเนินการ ค่าธรรมเนียม ร่วมไปถึงค่าปรับ ที่ค่อนข้างสูงกว่าสินเชื่ออื่นๆ ทำให้ธุรกิจประเภทนี้เติบโตอย่างรวดเร็ว มีผู้ประกอบกิจการสินเชื่อบ้านและที่ดิน จำนวนมาก เนื่องจากสามารถขยายตัวได้รวดเร็วกว่าประเภทอื่น ในสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

เนื่องจากในปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมาบริษัทธนชิต ลิสซิ่ง มียอดสินเชื่อ บ้านและที่ดิน ของลดลงเมื่อเทียบกับ กับปี พ.ศ. 2557 และมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง ทางผู้บริหารจึงมีนโยบายให้เพิ่มยอดสินเชื่อเทียบจากฐานปี พ.ศ. 2558 ขึ้นอีกร้อยละ 20 ภายในสิ้นปี พ.ศ. 2559 ดังนั้นจึงเป็นที่มาในการครั้งนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจ ที่จะเลือกใช้บริการสินเชื่อบ้าน และที่ดินของบริษัทสินเชื่อธนชิต ลิสซิ่ง ขอนแก่น
2. เพื่อเสนอแนวทางการตลาด ในการเพิ่มยอดสินเชื่อบ้านและที่ดินของบริษัทสินเชื่อธนชิต ลิสซิ่ง ขอนแก่น ร้อยละ 20

วิธีดำเนินงาน

1. ศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจ ที่จะเลือกใช้บริการสินเชื่อบ้านและที่ดิน [3] ของบริษัทสินเชื่อธนชิต ลิสซิ่ง ขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บข้อมูล คือประชากรที่ใช้สินเชื่อบ้านและที่ดิน ในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่นจำนวน 400 คน [4] ซึ่งแบบสอบถามได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการใช้บริการสินเชื่อบ้านและที่ดิน และส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อบ้านและที่ดินโดยมีค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 97 และวิเคราะห์ข้อมูล แสดงเป็นค่าความถี่ ร้อยละ รวมค่า ค่าเฉลี่ย

และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ศึกษาการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ในการเพิ่มยอดขายสินเชื่อบ้านและที่ดิน ของบริษัท สินเชื่อธนชิต ลิสซิ่ง ขอนแก่น แบ่งขั้นตอนในการศึกษาเป็น 2 ส่วน ในสวนที่ 1 คือ ส่วนของการศึกษาค้นคว้าข้อมูล และเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ และในส่วนที่ 2 เป็นขั้นตอนในการนำข้อมูลต่างๆที่ได้รวบรวมมาทำการประมวลผล เพื่อสร้างแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด [2]

ผลการศึกษา

1. พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อบ้าน และที่ดิน จากผลการศึกษาส่วนใหญ่พบว่าเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 69.75) อายุระหว่าง 40-49 ปี (ร้อยละ 40.50) การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 45.75) ประกอบอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 44.25) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 78.75) ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้วงเงินสินเชื่ออยู่ที่ประมาณ 100,000 บาท (ร้อยละ 49.42) และเหตุที่เลือกใช้บริการเนื่องจากได้รับเงินรวดเร็วทันใจ (ร้อยละ 42.15)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบ้านและ ที่ดิน ที่กลุ่มตัวให้คำสำคัญมากที่สุด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ยอดสินเชื่อที่ให้กับลูกค้าตรงกับความต้องการ ด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของบริษัท ด้านการส่งเสริมตลาด ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีความรู้ และความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ มีภาพพจน์ ชื่อเสียงของบริษัท ด้านกระบวนการการให้บริการได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ

2. จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมธุรกิจสินเชื่อในเขตพื้นที่ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่นพบว่าวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจสินเชื่อ พบว่า การคุกคามของคู่แข่งขันรายใหม่อยู่ในระดับสูง เข้ามาแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น การแข่งขันมากขึ้น ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มขึ้นส่งผลให้ธุรกิจสินเชื่อแต่ละแห่งเกิดการแย่งชิงลูกค้า ด้วยเครื่องมือทางการตลาดที่หลากหลาย ทำให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันมีความรุนแรงระดับสูง เนื่องจากจำนวนบริษัทที่ให้บริการสินเชื่อบ้าน และที่ดิน ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถเลือกบริการที่ใดก็ได้ อีกทั้งมีการเปรียบเทียบในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา บริการ ฯลฯ ทำให้ผู้ใช้บริการมีอำนาจในการตัดสินใจ อำนาจต่อรองของผู้ผลิต สามารถควบคุมความเสี่ยงของหนี้เสีย โดยมีการตัดสินให้สินเชื่อแก่ผู้ขออนุมัติสินเชื่อโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆของแต่ละบุคคลว่าสมควรแก่การให้สินเชื่อนั้นๆ การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ สามารถเข้ามาได้โดยง่าย เพียงผู้ประกอบมีเงินทุน และมีการสำรวจความต้องการของตลาด แต่การที่จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดกับบริษัทที่เปิดบริการมานานที่มีอยู่หลายแห่ง ต้องมีการเพิ่มความหลากหลายของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กว่าบริษัทที่เปิดอยู่เดิม และต้องเข้าถึงผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด และภาวะคุกคามของสินค้าทดแทนคือ สินเชื่อรถยนต์ บริษัทที่ทำธุรกิจประเภทสินเชื่อเกี่ยวกับรถ เปิดให้บริการมากมายหลายสาขาคลอบคลุมตามอำเภอต่างๆทั่วประเทศ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปภายนอกอุตสาหกรรมพบว่า ด้านกฎหมายและการเมืองส่งผลกระทบด้านการค้าขายต่างๆ เนื่องจากภาวะการเมืองทีเกิดการขัดแย้ง ขาดเสถียรภาพ ไม่มั่นคง และกฎหมายเข้มงวดทำให้การตัดสินใจของผู้ให้บริการ และผู้บริโภค ค่อนข้างยาก เพราะมีความเสี่ยงสูง ด้านเศรษฐกิจเนื่องจากการเมืองที่ขาดเสถียรภาพ และเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ส่งผลให้ประชาชนระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น สินเชื่อไม่หมุนเวียนจึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ประชาชนในอำเภอชุมแพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย และกำลัง

พัฒนา สินเชื่อจึงเป็นที่ต้องการ ด้านเทคโนโลยี มีการเข้ามามีบทบาทในด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ส่งผลดีในด้านการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การมีชื่อเสียงที่ดี และทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านการค้า ทำให้บริษัทมีการเข้ามาของลูกค้ารายใหม่อย่างต่อเนื่อง

จากการวิเคราะห์ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของบริษัทสินเชื่อบ้าน และที่ดิน พบว่าจุดแข็ง คือ ความน่าเชื่อสูง ทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการใช้บริการ วงเงินที่อนุมัติตรงกับความต้องการของลูกค้า จุดอ่อน คือไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก โอกาส คือปริมาณการใช้สินเชื่อบ้านและที่ดินเพิ่มขึ้นทุกปี รวมถึงการลงทุนในเขตพื้นที่ที่กำลังพัฒนา ด้านอุปสรรค คือบริษัทคู่แข่งที่เพิ่มเป็นจำนวนมาก เกิดการแข่งขันที่สูง ส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่ม และลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น

สรุป

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อบ้านและ ที่ดิน 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ยอดสินเชื่อที่ให้กับลูกค้าตรงกับความต้องการ ด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยถูก ด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ในย่านการค้า ด้านการส่งเสริมตลาด ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีความรู้ และความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ มีภาพพจน์ ชื่อเสียงของบริษัท ด้านกระบวนการการให้บริการได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ

โครงการเพื่อเพิ่มยอดสินเยื่อ ทั้ง 7 โครงการ ได้แก่ 1ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เพิ่มอนุมัติสินเชื่อจากราคาประเมิน ร้อยละ10 โครงการที่ 2 ด้านราคา ได้แก่ จ่ายต้นลดดอก โครงการที่ 3 ด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ เปิดสาขาย่อยใกล้กับสำนักงานที่ดินของเขต โครงการที่ 4 ด้านการส่งเสริมตลาด ได้แก่ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในตลาดออนไลน์ของท่องที่ โครงการที่ 5 ด้านบุคลากร ได้แก่ พัฒนาบุคลากร โครงการที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ เป็นผู้สนับสนุนงานกุศล โครงการที่ 7 ด้านกระบวนการการให้บริการ ได้แก่ รักษามาตรฐานด้านเวลา ดังแสดงเป็นตาราง ที่ 1

ซึ่งหลังการนำส่วนผสมทางการตลาดมาใช้ คาดว่ายอดสินเชื่อ บ้านและที่ดิน ของบริษัทธนชิต ลิสซิ่ง จังหวัดขอนแก่น ทำให้บริษัทธนชิต ลิสซิ่ง จังหวัดขอนแก่น จะสามารถเพิ่มยอดสินเชื่อบ้าน และที่ดิน ร้อยละ 20 จากยอดขายปี พ.ศ.2558

เอกสารอ้างอิง

[1] กลุ่มสารนิเทศการคลัง สำนักงานปลัดกระทรวง. (2558). **ข่าวกระทรวงการคลัง ฉบับที่ 85/2558**. เรียกใช้เมื่อ 20 มีนาคม 2559 จาก www.mof.go.th/home/Press_release/News2015/085.pdf

[2] พิบูล ทีปะปาล.(2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์** . พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ

[3] ศิริวรรณ เสรี และคณะ. (2550). **กลลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด**. กรุงเทพฯ: ธนธัช การพิมพ์.

[4] Yamane, T. (1973). **Statistic: An Introductory.** 3rd ed. New York: Harper & Row.

ตารางที่ 1 แนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อบุคคลแบบมีหลักประกันของบริษัทสินเชื่อธนชิต ลิสซิ่งขอนแก่น

ที่	โครงการ	วัตถุประสงค์/กิจกรรม	งบประมาณ(บาท)
โครงการระยะสั้น (3 - 6 เดือน)			
1	เพิ่มอนุมัติสินเชื่อจากราคาประเมิน ร้อยละ 20	1.เพิ่มแรงจูงใจในการตัดสินเลือกใช้บริการโดยเพิ่มวงเงินในการปล่อยสินเชื่อจากยอดปกติ	8,500
2	จ่ายต้นลดดอก	1.เพื่อสร้างแรงจูงใจในการผ่อนชำระหนี้สิน	-
3	เปิดสาขาย่อยใกล้กับสำนักงานที่ดินของเขต	1.เพื่อทำให้เกิดความสะดวกในการให้บริการ 2.เพื่อสะดวกต่อขั้นตอนดำเนินงาน 3.เพื่อเป็นที่รู้จักแก่ผู้พบเห็น 4.เพื่อให้คำปรึกษาแก่ผู้ที่สนใจ	82,800
4	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในตลาดออนไลน์ของ	1.เพื่อประชาสัมพันธ์ในตลาดเฟซบุ๊ค 2.สามารถแจ้งข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ข้อความผ่านท่างไลน์	48,200
5	พัฒนาบุคลากร	1.เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในงานทำงาน 2.เพื่อเน้นการบริการที่มีคุณภาพ	49,000
6	เป็นผู้สนับสนุนงานการกุศล	1.เพื่อเป็นที่รู้จัก และแบ่งบันสังคม	45,000
7	รักษามาตรฐานด้านเวลา	1.เพื่อสร้างความโดดเด่นในการขาย 2.เพื่อยอดการให้บริการในแต่ละวัน	-