บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันสินเชื่อส่วนบุคคลได้เข้ามามีบทบาท ในระบบการเงินของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นอันเป็นผลมาจาก เป็นสินเชื่อที่สามารถอนุมัติได้เร็ว ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก โดยการอนุมัติวงเงินสินเชื่อจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ของบุคคลที่ต้องการขอสินเชื่อ ตามเงื่อนไขที่ผู้ให้บริการตั้งเกณฑ์ไว้ (Credit Scoring) นอกจากนี้ผลตอบแทนในด้านของดอกเบี้ย, ค่าปรับและค่าธรรมเนียมต่างๆที่สูงกว่าการให้บริการสินเชื่อประเภทอื่นๆ ก็ยังเป็นแรงผลักดันให้สถาบันการเงินต่างๆให้เข้ามาประกอบธุรกิจการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร เนื่องจากสามารถเข้ามาดำเนินธุรกิจได้ง่ายและไม่มีข้อกำหนดที่ยุ่งยากเหมือนกับธนาคารพาณิชย์ สำหรับสินเชื่อส่วนบุคคลนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สินเชื่อแบบไม่มีหลักประกัน (Unsecured Loan) และสินเชื่อแบบมีหลักประกัน (Secured Loan) แต่ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาต้องการมุ่งที่จะศึกษาการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นสินเชื่อส่วนบุคคลแบบไม่มีหลักประกัน (Unsecured Personal Loan) เนื่องจากสินเชื่อส่วนบุคคลส่วนใหญ่ที่ให้บริการในปัจจุบันจะเข้าข่ายที่จะต้องทำตามข้อบังคับของ ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 เรื่อง สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ ที่ประกาศใช้ ณ วันที่ 16 มิถุนายน 2548 ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2548 มีสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ที่ทำการจดทะเบียนภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทยทั้งหมด 27 แห่ง กำลังอยู่ระหว่างยื่นขออนุญาตอีก 1 แห่ง(ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2549: ออนไลน์)

จากปัจจัยข้างต้น ทำให้แนวโน้มในการขยายตัวของธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลที่ให้บริการโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ สิ้นปี 2547 มีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 152 สาขา และเพิ่มขึ้นเป็น 298 สาขา ณ สิ้นปี 2548 สำหรับมูลค่าสินเชื่อส่วนบุคคลคงค้างที่ให้บริการโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารในปี 2547 มีจำนวน 36,417 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 76,579 ล้านบาทในปี 2548 (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2549: ออนไลน์)

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจของภาคเหนือ มีจำนวนประชากรที่เป็นฐานลูกค้าอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารเข้ามาตั้งสำนักงานขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อที่จะรองรับการขยายตัวในการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่เพิ่มขึ้น ทำให้การแข่งขันนับวันยิ่งจะทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยพิจารณาจากการจัดตั้งสาขาในเชียงใหม่ ซึ่งเริ่มดำเนินการจัดตั้งครั้งแรกในปี 2545 ซึ่ง ณ สิ้นปี มีจำนวนบริษัทที่จดทะเบียนทั้งสิ้น 2 บริษัทรวม 4 สาขา ในขณะที่ ณ สิ้นปี 2548 มีจำนวนผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่ใช่ธนาคารที่จดทะเบียนสาขาในเชียงใหม่จำนวน 6 บริษัทรวม 24 สาขา(ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2549: ออนไลน์) ซึ่งจากการสำรวจ (23 เมษายน 2548) จุดบริการตามห้างสรรพสินค้าและร้านขายสินค้าต่างๆ พบว่าส่วนใหญ่จะมีการร่วมกับผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลในการขายสินค้าผ่านการให้สินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการของผู้บริการรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท อิออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน), บริษัท อีซี่บาย จำกัด (มหาชน), บริษัท แคปปิตอลโอเค จำกัด, บริษัท จีอี แคปปิตอล (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท เซทเทเลม (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีบริการหลักๆอยู่ 2 ประเภท คือ สินเชื่อเงินสด และสินเชื่อผ่อนชำระค่าสินค้า

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาต้องการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทยของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจ ในการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ ในธุรกิจให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. เพื่อให้ผู้สนใจนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ในการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

นิยามศัพท์

ส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคในการให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย (Personal Loan Supervised by the Bank of Thailand) หมายถึง สินเชื่อประเภทที่ไม่มีหลักประกัน (Unsecured Loan) ที่ให้บริการแก่บุคคลธรรมดา โดยสถาบันการเงินที่ได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 "เรื่อง สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ" ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 122 ตอนพิเศษ 43 ง

สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร(Non-Bank Financial Institution) หมายถึง สถาบันการเงินที่ไม่ได้ทำธุรกรรมรับฝากเงิน แต่ให้บริการด้านการเงินอื่นๆ เช่น สินเชื่อส่วนบุคคล การให้เช่าแบบลิสซิ่ง การให้เช่าซื้อ การบริการบัตรเครดิต การบริการธุรกิจแฟคตอริ่ง เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะบริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ได้แก่ บริษัท ไอออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน), บริษัท อีซี่บาย จำกัด (มหาชน), บริษัท แคปปิตอลโอเค จำกัด, บริษัท จีอีแคปปิตอล (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท เซทเทเลม (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้ใช้บริการ หมายถึง กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ซึ่งอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved