



ยกเครื่องธุรกิจสินเชื่อจักรยานยนต์ขยับหนีตลาดอีมตัว



Highlight

จากสภาวะตลาดของรถจักรยานยนต์ในปัจจุบันเริ่มเข้าใกล้จุดอึมตัว ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดสินเชื่อรถจักรยานยนต์มีความรุนแรงขึ้น โดยส่วนแบ่งการตลาดของผู้ประกอบการรายย่อยและตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ที่ให้บริการสินเชื่อมีสัดส่วนที่ลดลง ในขณะที่บริษัทสินเชื่อรายใหญ่กลับมีสัดส่วนที่สูงขึ้น ทั้งนี้ อีไอซีมองว่าบริษัทสินเชื่อรายย่อย รวมถึงตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ที่ให้บริการสินเชื่อควรมองหาโอกาสหรือแนวทางในการขยายธุรกิจ เช่น การทำธุรกิจในภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับรถจักรยานยนต์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และผลักดันยอดขายให้แก่บริษัทในระยะนี้ที่ตลาดเติบโตช้า

ตลาดรถจักรยานยนต์กำลังก้าวเข้าสู่จุดอึมตัว ส่งผลให้สภาวะการแข่งขันในตลาดสินเชื่อรถจักรยานยนต์มีความรุนแรงมากขึ้น จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบก พบว่าหลังจากปี 2012 เป็นต้นมา ยอดจดทะเบียนของรถจักรยานยนต์เติบโตในอัตราที่ลดลง เฉลี่ยปีละ 1.9 ล้านคัน โดยปัจจุบันมียอดจดทะเบียนสะสมอยู่ที่ 20.3 ล้านคัน (ข้อมูล ณ มิถุนายน 2016) หรือมีการเติบโตอยู่แค่ราว 0.83% ด้วยสัดส่วนของรถจักรยานยนต์ต่อประชากรในระยะเวลา 3-4 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเริ่มจะคงที่โดยครอบครัวที่มีสมาชิกประมาณ 3-4 คน จะมีรถจักรยานยนต์ประมาณ 1 คัน รวมถึงความต้องการซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันยังมีการปรับตัวลดลง เนื่องจากส่วนใหญ่หันไปให้ความสนใจกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มากกว่า นอกจากนี้ อีกปัจจัยที่ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดทวีความรุนแรงมากขึ้น มาจากการที่ธุรกิจสินเชื่อรถจักรยานยนต์สามารถเริ่มต้นได้ง่าย ทั้งนี้ ด้วยสภาพการแข่งขันที่สูงเช่นนี้ ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องจัดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น การยกเว้นเงินต้น หรือการให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษ เป็นต้น กลยุทธ์ดังกล่าวนี้สอดคล้องกับผลสำรวจของอีไอซีที่พบว่า การส่งเสริมการขายมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทสินเชื่อรถจักรยานยนต์รายย่อยรวมถึงตัวแทนจำหน่ายซึ่งเคยเป็นตลาดหลักในการให้สินเชื่อปรับตัวลดลงถึง 7% เป็นผลมาจากบริษัทสินเชื่อรายใหญ่เริ่มมีความรวมธุรกิจสินเชื่อรายย่อยในท้องถิ่นมากขึ้น เช่น กรณีของบริษัท Group Lease ที่เข้าซื้อบริษัท ธนบรรณ จำกัด เมื่อปี 2014 ประกอบกับบริษัทสินเชื่อรายย่อยเองยังมีข้อจำกัดในการเพิ่มรายได้ อย่างการเปิดและขยายสาขาเพิ่มเติม เนื่องจากจำนวนบุคลากรเฉพาะทางที่คอยให้คำแนะนำยังมีไม่เพียงพอ ตลอดจนฐานข้อมูลลูกค้ายังอยู่ในวงจำกัด ทำให้เสียโอกาสในการขยายช่องทางให้บริการที่กว้างขึ้น ในขณะที่บริษัทสินเชื่อรายใหญ่ซึ่งมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ราว 7.5 พันล้านบาท หรือคิดเป็น 38% ของมูลค่าตลาดสินเชื่อรถจักรยานยนต์ทั้งหมด กลับมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นถึง 11% เนื่องจากมีข้อได้เปรียบในด้านต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำ และยังมีความชำนาญในการบริหารหน่วยงานที่มากกว่า อีกทั้งยังมีการมองหาแนวทางในการขยายธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ CLMV ตลอดจนยังมีการเสนอบริการสินเชื่อด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ไมโครไฟแนนซ์ เป็นต้น

จากผลสำรวจของอีไอซีพบว่าจำนวนเกินกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริไ้ยได้มากกว่า 15,000

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

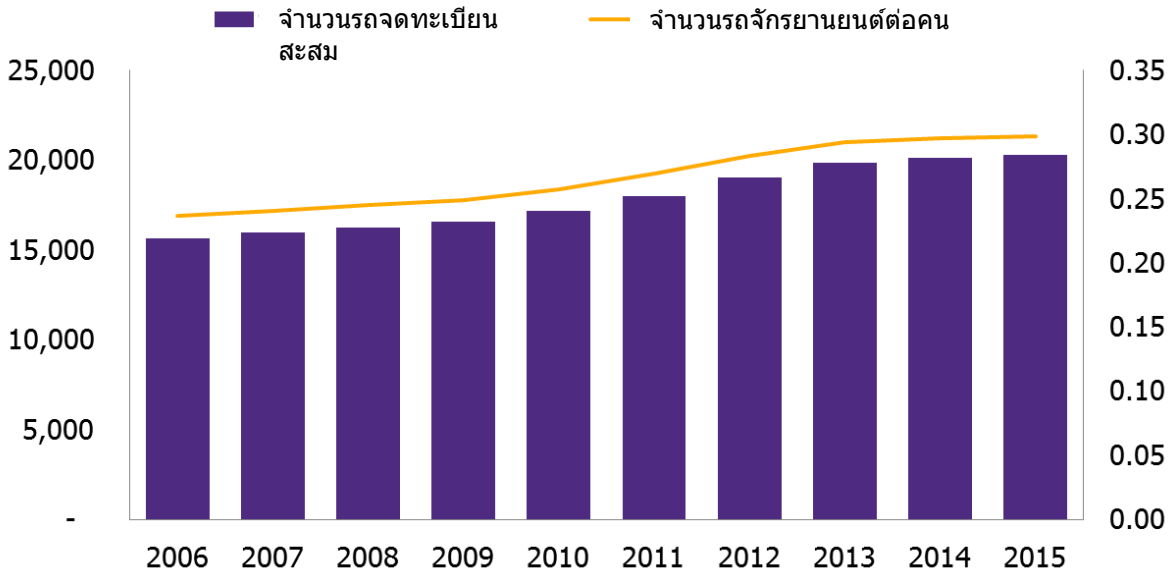


บาท มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสินเชื่อรถยนต์รายใหญ่ในการชำระเงินมากขึ้นในอนาคต และกว่า 40% ของลูกค้าที่มีความต้องการซื้อรถยนต์ภายใน 6 เดือนข้างหน้า ก็มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการจากบริษัทสินเชื่อรถยนต์รายใหญ่ด้วยเช่นกัน เนื่องจากการให้อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รวมทั้งบริษัทสินเชื่อรายใหญ่ส่วนมากยังเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในแต่ละท้องถิ่น ทำให้เป็นที่รู้จักและคุ้นเคยมากกว่า ในขณะที่ผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ยังมีแนวโน้มที่จะขอสินเชื่อจากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มากกว่า เนื่องจากการกำหนดคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อจะไม่เข้มงวดนัก อีกทั้งบางร้านยังมีการยกเว้นเงินต้นอีกด้วย ทั้งนี้ อีไอซีมองว่าการตัดสินใจของผู้ซื้อส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจเป็นสำคัญ โดยหากเศรษฐกิจยังคงชะลอตัวอยู่ กำลังซื้อและความมั่นใจของลูกค้าที่มีรายได้น้อยจะมีการปรับตัวลดลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังยอดขายของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รวมถึงยังมีความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นเสียเพิ่มมากขึ้นด้วย ในขณะที่บริษัทสินเชื่อรายใหญ่จะได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจน้อยกว่า เนื่องจากกำลังซื้อส่วนใหญ่มาจากกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง ซึ่งมีฐานะการเงินและอาชีพการงานที่ค่อนข้างมั่นคงกว่า

Implication

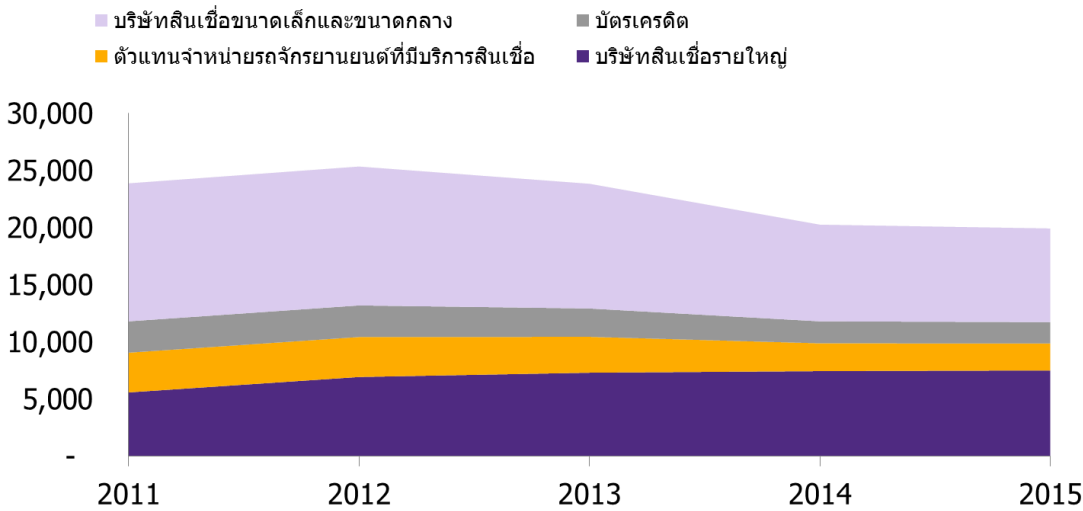
■ อีไอซีแนะบริษัทสินเชื่อรายย่อยรวมถึงตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ให้บริการสินเชื่อมองหาโอกาสและแนวทางในการเพิ่มรายได้ในธุรกิจใหม่ๆ โดยบริษัทสินเชื่อรายย่อยสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับคู่แข่งเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่จะโตขึ้น อีกทั้งยังช่วยเพิ่มโอกาสในการหาแหล่งเงินทุนให้กับตนเองเพื่อที่จะขยายธุรกิจและสาขาของบริษัทสินเชื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การบริหารและวิจัยความเสี่ยง รวมถึงการบริหารจัดการภายในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ในขณะที่ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่ให้บริการสินเชื่อสามารถลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจโดยการสร้างพันธมิตรกับบริษัทสินเชื่อรายย่อยหรือรายใหญ่เพื่อให้บริการจัดการในด้านสินเชื่อแทน อีกทั้ง อาจจะมีวางแนวทางในการที่จะเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจไปเป็นภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ให้มากขึ้น เช่น ร้านรับซ่อมเครื่องยนต์ ร้านขายอุปกรณ์ตกแต่งหรืออะไหล่ของรถยนต์

รูปที่ 1: จำนวนจดทะเบียนสะสมของรถจักรยานยนต์เทียบกับสัดส่วนของรถจักรยานยนต์ต่อหนึ่งคน
หน่วย: พันคัน(ซ้าย), จำนวนรถจักรยานยนต์ต่อหนึ่งคน(ขวา)



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกรมการขนส่งทางบกและองค์กรสหประชาชาติ

รูปที่ 2: มูลค่าตลาดของธุรกิจสินเชื่อรถจักรยานยนต์
หน่วย: ล้านบาท

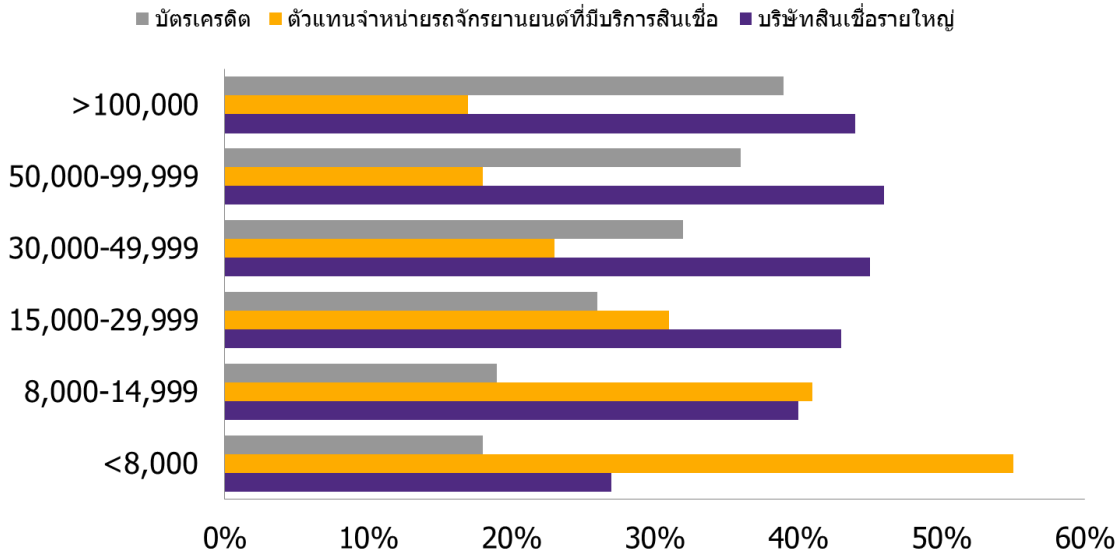


ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการขนส่งทางบก และรายงานประจำปีของบริษัทสินเชื่อ



รูปที่ 3: พฤติกรรมของผู้ซื้อในแต่ละกลุ่มรายได้ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

หน่วย: บาท



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12,956 คน

โดย : ณิชกมล สิงคารวานิช
 นันทพงศ์ พันทวีศักดิ์ (nantapong.pantaweesak@scb.co.th)
 Economic Intelligence Center (EIC)
 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
 EIC Online: www.scbeic.com