



แนวคิดตั้ง AMC ซื่อหนี้ของประชาชน: ประเด็นที่ต้องคำนึงถึง

CURRENT ISSUE

Vol.31 No.3570 20 มีนาคม 2568

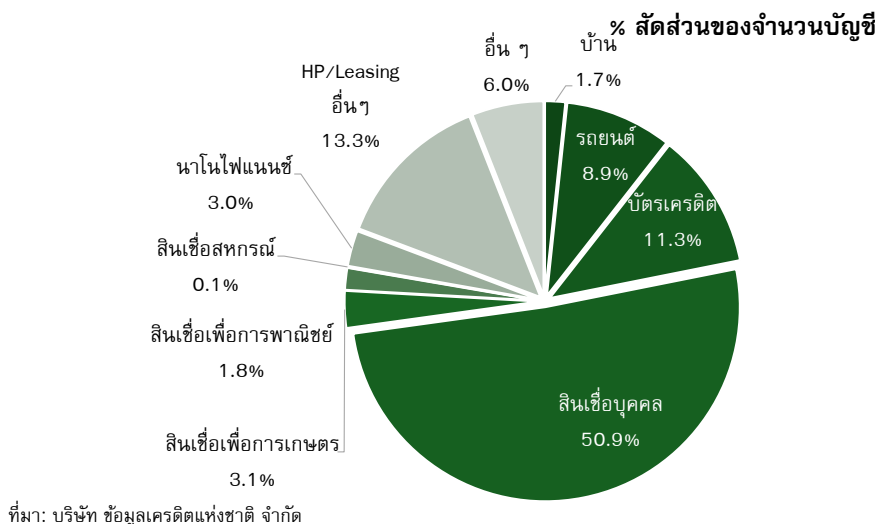
- จากแนวคิดของภาครัฐในการตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ (AMC) เพื่อซื้อหนี้เสียออกจากระบบ โดยเฉพาะหนี้อุปโภคบริโภคของลูกค้าหนี้รายย่อยที่เครดิตบูโร ซึ่งจากข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2567 เอ็นพีแอลของหนี้ภาคประชาชนที่เครดิตบูโร (หนี้ค้างชำระมากกว่า 90 วันขึ้นไป) มีจำนวน 9.59 ล้านบัญชี คิดเป็นมูลหนี้ 1.2 ล้านล้านบาทนั้น สะท้อนการตระหนักของภาครัฐเกี่ยวกับความซับซ้อนของปัญหาหนี้เสียที่ค้างอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น (รูปที่ 1) หลังจากผ่านวิกฤตมาหลายรอบ โดยเฉพาะในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา



ธัญญลักษณ์ วัชรชัยสุรพล

รองกรรมการผู้จัดการ
Thanyalak.v@kasikornresearch.com

รูปที่ 1 จำนวนบัญชีเอ็นพีแอลของสินเชื่ออุปโภคบริโภค (ค้างชำระมากกว่า 90 วันขึ้นไป) ในฐานข้อมูลของเครดิตบูโร



- หากเทียบกับกรณีที่เคยคล้อยกันของไทยคือ การจัดตั้ง AMC และ TAMC หลังวิกฤตต้มยำกุ้ง ในปี 2540 ที่มีหนี้เสียสูงถึง 52.3% ของสินเชื่อรวมในเดือนพฤษภาคม 2542 หรือราว 2.5 ล้านล้านบาท อันเกินกว่ากำลังของระบบสถาบันการเงินจะแก้ไขได้ในระยะเวลาอันสั้นนั้น ทำให้

เกิดการจัดตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ของภาคเอกชนและภาครัฐตามมาตั้งแต่ปี 2540-2541 จนมีจำนวนกว่า 10 แห่ง เพื่อซื้อหนี้จากธนาคารแม่ แยกออกไปบริหารจัดการเฉพาะ ต่อมาจึงมีการจัดตั้งบรรษัทบริหารสินทรัพย์ไทย (บสท.) หรือ TAMC ในปี 2544 เพื่อซื้อหนี้ก้อนใหญ่ในช่วงปลายวิกฤตดังกล่าว ประมาณ 7.8 แสนล้านบาท จากสถาบันการเงินไปบริหารเพื่อฟื้นฟูและ/หรือปิดจบหนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบบริบทปี 2540 และปัจจุบัน

	วิกฤตปี 2540	รอบปัจจุบัน
ขนาดของหนี้เสียระบบธนาคารพาณิชย์	สัดส่วนเอ็นพีแอลปรับขึ้นไปสูงสุดที่ 52.30% ของสินเชื่อรวม (2.5 ล้านล้านบาท) ณ พ.ค. 2542	สัดส่วนเอ็นพีแอลอยู่ที่ 2.70% ต่อสินเชื่อรวม (4.99 แสนล้านบาท ณ สิ้นปี 2567) + Stage 2 อยู่ที่ 6.73% ต่อสินเชื่อรวม (1.24 ล้านล้านบาท ณ สิ้นปี 2567)
จุดเริ่มต้นของการจัดตั้ง AMC	<ul style="list-style-type: none"> การย้ายหนี้เสียออกมาที่ AMC จะทำให้ สง.ดำเนินกิจการต่อได้ และทำให้ระบบการเงินมีเสถียรภาพ <p>เนื่องจาก</p> <ul style="list-style-type: none"> มีสถาบันการเงินปิดตัวจำนวนมาก >> จำนวน บง. ลดลงจาก 91 แห่งในช่วงก่อนวิกฤต มาที่ 18 แห่ง / ๑พ. ลดลงจาก 15 มาที่ 13 แห่ง สถาบันการเงินที่เหลือมีปัญหาความเพียงพอของเงินกองทุน หนี้เสียสูง ทำให้ปล่อยสินเชื่อช้า 	<ul style="list-style-type: none"> มีแนวนโยบายช่วยลูกหนี้ ให้ปลดหนี้ง่ายขึ้น ด้วยการให้ AMC ซื้อหนี้จากแบงก์มาบริหารในเงื่อนไขที่จะช่วยลูกหนี้ผ่อนชำระในจำนวนที่ลดลง <p>ทั้งนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> แบงก์ไทยมีความเข้มแข็งของเงินกองทุนในระดับสูง เอ็นพีแอลไม่สูง แต่ปัญหาหนี้เสียที่มีความซับซ้อนในการแก้ไขเพิ่มขึ้น และมีสัญญาณลูกหนี้ที่จ่ายหนี้ไม่ได้เพิ่มขึ้นท่ามกลางปัญหารายได้ที่กระทบความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้
การซื้อหนี้ของ AMC	<ul style="list-style-type: none"> ธุรกิจและครัวเรือน กรณี TAMC ที่ตั้งในปี 2544 ซื้อหนี้ราว 7.8 แสนล้านบาท จากสถาบันการเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> ครัวเรือน ข้อมูลเครดิตบูโรชี้หนี้เอ็นพีแอลของสินเชื่ออุปโภคบริโภคภาคครัวเรือน อยู่ที่ 1.2 ล้านล้านบาท ณ สิ้นปี 2567
ภาพเศรษฐกิจไทย	<ul style="list-style-type: none"> เงินบาทที่อ่อนค่าลง ทำให้มี FDI และส่งออกเพิ่มขึ้น จนเศรษฐกิจไทยหลังวิกฤตทยอยฟื้นตัว 	<ul style="list-style-type: none"> ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจยังสูง กระทบรายได้ธุรกิจและครัวเรือน

รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

- **แม้จุดเริ่มต้นของแนวคิดการจัดตั้ง AMC ทั้งในช่วงวิกฤตต้มยำกุ้งและในครั้งนี้อย่างมีความเหมือนกันตรงที่การมุ่งแยกหนี้เสียออกจากระบบ แต่กลับอยู่บนเงื่อนไขของเศรษฐกิจการเงินที่แตกต่างกัน** ทั้งนี้ ในช่วงวิกฤตปี 2540 การจัดตั้ง AMC จะเน้นซื้อหนี้ทั้งธุรกิจและครัวเรือน ซึ่งการฟื้นตัวของเศรษฐกิจหลังวิกฤตจากอานิสงส์ของเงินบาทอ่อนค่าที่ส่งผลดีต่อ FDI และการส่งออก ได้ช่วยให้ธุรกิจและครัวเรือนเห็นภาพรายได้ที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ในระยะเวลาดังกล่าว ยังเป็นช่วงแรกๆ ของตลาดการบริหารหนี้ และมีการแก้กฎหมาย มีการจัดตั้งศาลล้มละลายกลาง จึงทำให้การแก้ไขปัญหานี้มีองค์ประกอบหลายด้านที่สนับสนุนการแก้ไขหนี้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นด้วยเช่นกัน

ขณะที่ ปัญหาในรอบนี้แตกต่างออกไป นั่นคือ หนี้เอ็นพีแอลทั้งธุรกิจและรายย่อยจำนวนไม่น้อยผ่านการปรับปรุงโครงสร้างหนี้และมาตรการช่วยเหลือจากทั้งธนาคารพาณิชย์และทางการ สถานการณ์เศรษฐกิจยังมีความไม่แน่นอนสูงทำให้ปัจจัยด้านรายได้ของธุรกิจและ

ครัวเรือนไม่ชัดเจน ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการแก้ไขหนี้ นอกจากนี้ ตลาดการบริหารหนี้ก็มีความท้าทายมากขึ้นจากการที่หนี้ที่ไหลเข้ามาในระยะหลัง แยกมากขึ้น อีกทั้งการระบายทรัพย์สินสู่ตลาดตามกระบวนการทางกฎหมาย ก็น่าจะใช้เวลาเช่นกัน ท่ามกลางผู้ซื้อและอำนาจซื้อที่จำกัด **ดังนั้น แนวคิดในการจัดตั้ง AMC ในรอบนี้ จึงต้องคำนึงถึงสถานการณ์ที่แตกต่างออกไปข้างต้นด้วย เพื่อออกแบบรูปแบบธุรกิจและกลไกการจัดการให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไปมากขึ้น**

- **นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ได้แก่**
 - ✓ เป้าหมายการแก้หนี้ที่เน้นหนี้รายย่อย จะทำให้ต้นทุนการบริหารจัดการหนี้สูงขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากจำนวนบัญชีรายย่อยที่เครดิตบูโร มีจำนวนกว่า 9 ล้านบัญชี ซึ่งยังไม่ครอบคลุมถึงหนี้เสียของสหกรณ์ นอนแบงก์ในธุรกิจลิสซิ่ง หรือนอนแบงก์ที่ไม่เป็นสมาชิกเครดิตบูโร
 - ✓ **ปัญหา Moral Hazard ของลูกหนี้** โดยปฏิเสธไม่ได้ว่า การขายหนี้ให้ AMC บริหารลูกหนี้มีโอกาสได้รับเงื่อนไขการชำระหนี้ใหม่ที่แตกต่างหรือผ่อนปรนกว่าเดิม โดยเฉพาะหาก AMC ซื้อหนี้ดังกล่าวมาในราคาที่ไม่สูง ซึ่งภายใต้เงื่อนไขเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนอย่างเช่นในปัจจุบัน อาจกระตุ้นให้ลูกหนี้ดีหรือลูกหนี้ที่เริ่มมีปัญหา เลือกปฏิเสธการจ่ายหนี้และกลายเป็นเอ็นพีแอลมากขึ้น ซึ่งจะกลับมาทำให้เจ้าหนี้อย่างเพิ่มความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น ไม่เป็นผลดีต่อระบบการเงินโดยรวม ดังนั้น การตีกรอบเงื่อนไขการรับซื้อหนี้ของลูกหนี้จากสถาบันการเงินให้มีความเหมาะสม จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้ระบบเครดิตของไทยยั่งยืนอยู่ได้ในอนาคต
 - ✓ **การแก้หนี้ที่ยั่งยืนยังต้องอาศัยการแก้ไขจากฝั่งรายได้** ควบคู่กับการสร้างวินัยและวัฒนธรรมในการใช้จ่ายที่ถูกต้อง จึงจะเป็นการแก้หนี้อย่างยั่งยืนที่แท้จริง

สุดท้าย การจัดตั้ง AMC จะมีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหานี้เสียของระบบการเงินไทยในรอบนี้เพียงใด คงขึ้นกับการออกแบบ Business Model และรายละเอียดต่างๆ ที่จะตามมา ทั้งรูปแบบการจัดตั้ง แหล่งเงินทุน ราคาซื้อหนี้ เงื่อนไขส่วนแบ่งผลขาดทุนหรือกำไรจากการบริหารหนี้ ตลอดจนระยะเวลาของโครงการว่าจะปิดตัวเมื่อบริหารหนี้จากการซื้อตามโครงการที่กำหนดเสร็จสิ้น หรือจะเป็น AMC ที่รับซื้อหนี้อย่างต่อเนื่องเหมือนที่ดำเนินการอยู่จำนวนมากถึง 87 แห่งในปัจจุบัน เพราะจะมีผลต่อความร่วมมือในการขายหนี้ ผลกระทบต่อลูกหนี้ และเสถียรภาพของระบบการเงินโดยรวม

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ตัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)