

แนวทางการแก้ไขปัญหาสินเชื่อการค้าต่างประเทศ
กรณีจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด
Guidelines for Solving Foreign Trade Credit Problems in Case the Amount Approved
and Contracted Does Not Meet the Goals Set by the Bank

กุลธิดา รัตตมณี¹ วรณรพี บานชื่นจิตร²
E-mail: Kultida.rattamanee@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุที่ทำให้จำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาของสินเชื่อการค้าต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด สำหรับเป็นแนวทางการเพิ่มปริมาณยอดสินเชื่อการค้าต่างประเทศและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การศึกษานี้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารภายในหน่วยงานที่ให้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศ จำนวน 8 ท่าน และลูกค้าปัจจุบันที่ใช้สินเชื่อการค้าต่างประเทศของธนาคารออมสิน จำนวน 54 นิติบุคคล โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) มาศึกษาและวิเคราะห์ผ่านทางข้อมูลปฐมภูมิ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การทำแบบสอบถามออนไลน์ และนำมาประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ 2.ด้านราคา 3.ด้านบุคคล และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารภายในหน่วยงานที่ให้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาของสินเชื่อการค้าต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมาย สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ วงเงิน และเงื่อนไขสินเชื่อไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมค่อนข้างสูงกว่าสถาบันการเงินอื่น กระบวนการอนุมัติมีหลายขั้นตอน ลูกค้าได้รับข้อมูลไม่เพียงพอในการรับบริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศ พนักงานขาดความรู้ความสามารถที่จะให้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศ โดยแนวทางแก้ปัญหาที่ได้พิจารณาเลือก คือ การแก้ปัญหาด้านบุคคล โดยการพัฒนาศักยภาพพนักงานด้วยการจัดอบรม Workshop จะทำให้พนักงานเข้าใจในลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติผ่านการปฏิบัติงาน และได้รับคำแนะนำจากคนที่มีประสบการณ์ เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน และสามารถกำหนดวงเงินและเงื่อนไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าสนใจที่จะใช้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศของธนาคารออมสิน ซึ่งสามารถส่งผลต่อปัญหาด้านอื่นๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการ ทั้งนี้ กำหนดให้มีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานจากอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาของสินเชื่อการค้าต่างประเทศ

คำสำคัญ: สินเชื่อการค้าต่างประเทศ ธนาคารออมสิน

Abstract

The objective of this study was to investigate the reasons why the amount approved and contracted of foreign trade credit did not meet the target set by the bank as a guideline to increase the amount of foreign trade credit and increase competitiveness. In this study, the sample was divided into 2 groups, namely 8 executives within the foreign trade credit service agency and 54 juristic persons who are current customers using foreign trade credit of the Government Savings Bank The sample size was determined from Taro Yamane's formula at 95% confidence level. The marketing mix (7P's) was studied and analyzed through primary data by in-depth interviews and online questionnaire. The results were processed by statistical methods such as frequency, percentage, mean and standard deviation. The major findings indicated that the opinion of the sample of credit customers towards Marketing Mix (7P's) was at the highest level in terms of three aspects, namely 1. Product 2. Price 3. People. The sample of executives expressed their opinion towards factors affecting the amount approved and contracted does not meet the goals. The results could be summarized that in terms of Product, credit limit and conditions were set that do not meet the customers' needs. Interest rates and fees were relatively higher than other financial institutions. There were several steps in approval process. Customers accessed insufficient information to obtain

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

foreign trade credit services. Employees lacked knowledge and ability to provide foreign trade credit services. The selected solutions include to solve personnel problem by organizing training workshops to develop employee potential and to enhance their understandings about their works performed and provide employees advice from experienced people to enable them to perform their tasks correctly and to reduce errors from operations and can set limits and conditions to meet customer needs. As these results, it is expected that customers will be interested in selecting the foreign trade credit service of Government Savings Bank. This would positively affect other issues such as product, price and process. Lastly, it is recommended that performance monitoring and evaluation are required based on the increasing rate of foreign trade credit approval and contracting amount.

Keywords: foreign trade credit, government savings bank

ความเป็นมาของปัญหา

การให้สินเชื่อสามารถแบ่งได้ตามกลุ่มของลูกค้า โดยแต่ละกลุ่มลูกค้าจะมีผลิตภัณฑ์สินเชื่อหลากหลายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ซึ่งในที่นี้จะศึกษาเรื่องของการค้าต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการค้าขายกับต่างประเทศอย่างเสรี การค้าระหว่างประเทศของไทยถือว่าเป็นภาคส่วนหนึ่งที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทยมาอย่างต่อเนื่อง สินเชื่อการค้าต่างประเทศก็มีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากมีความเชื่อมโยงกับภาคการค้าระหว่างประเทศและเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่ผู้ส่งออกและผู้นำเข้านิยมใช้สนับสนุนให้กิจการดำเนินได้อย่างราบรื่น และในช่วงที่ประเทศประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ บริษัทต่างๆ จำเป็นต้องใช้เงินทุนมากกว่าภาวะปกติ เพื่อพยุงให้กิจการสามารถเดินต่อไปได้ สินเชื่อการค้าถือเป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกช่องทางหนึ่งที่มีความนิยมมากจากผู้ส่งออกและผู้นำเข้า ซึ่งที่ผ่านมาการปล่อยสินเชื่อการค้าต่างประเทศของธนาคารออมสิน มีผลการดำเนินงานที่ไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ธนาคารกำหนด แสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาสินเชื่อการค้าต่างประเทศของกลุ่มลูกค้าธุรกิจและภาครัฐ ปี 2561-2563 หน่วย: ล้านบาท

รายการ	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	จน.เงินอนุมัติ และทำสัญญา	สัดส่วน %	จน.เงินอนุมัติ และทำสัญญา	สัดส่วน %	จน.เงินอนุมัติ และทำสัญญา	สัดส่วน %
เป้าหมาย	5,000	100	5,000	100	2,800	100
ผลการดำเนินงาน	878.35	17.57	951.56	19.03	188.37	6.73

ที่มา: รายงานผลการดำเนินงานตามบันทึกข้อตกลง ประจำปี 2561-2563 ระหว่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจและภาครัฐและธนาคารออมสิน

เมื่อจำนวนเงินอนุมัติสินเชื่อการค้าต่างประเทศไม่บรรลุเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด ส่งผลต่อรายได้ค่าธรรมเนียมของกลุ่มลูกค้าธุรกิจและภาครัฐ แสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 รายได้ค่าธรรมเนียมของกลุ่มลูกค้าธุรกิจและภาครัฐ ปี 2561-2563 หน่วย: ล้านบาท

รายการ	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	รายได้ ค่าธรรมเนียม	สัดส่วน %	รายได้ ค่าธรรมเนียม	สัดส่วน %	รายได้ ค่าธรรมเนียม	สัดส่วน %
เป้าหมาย	1,440	100	1,400	100.000	1,220	100
ผลการดำเนินงาน	997.69	69.28	1,032.45	73.75	783.8	64.25

ที่มา: รายงานผลการดำเนินงานตามบันทึกข้อตกลง ประจำปี 2561-2563 ระหว่างกลุ่มลูกค้าธุรกิจและภาครัฐและธนาคารออมสิน

ซึ่งส่งผลต่อรายได้ค่าธรรมเนียมของธนาคารด้วยเช่นกัน จากงบการเงินปี 2563 มีรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการสุทธิ 3,931 ล้านบาท ลดลงจาก ปี 2562 จำนวน 760 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 16.2 จากการลดลงของรายได้ค่าธรรมเนียมบริการสินเชื่อตามยอดการปล่อยสินเชื่อที่ลดลง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบสาเหตุของปัญหาที่ทำให้จำนวนเงินออมและทำสัญญาของสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดและสามารถหาแนวทางเพิ่มยอดออมและทำสัญญาของสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดต่อไป
2. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ที่สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่ที่มีสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศ ตลอดจนพัฒนาระบบการต่างๆ ให้สามารถแข่งขันกับกลุ่มสถาบันการเงินอื่นๆ ได้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยศึกษาสาเหตุที่ทำให้จำนวนเงินออมและทำสัญญาไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และหาแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสมต่อไป

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งพิจารณาจากผู้ศึกษาเอง ให้ตรงตามหลักเกณฑ์หรือจุดมุ่งหมายของการศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการสัมภาษณ์ คือ ผู้บริหารภายในกลุ่มลูกค้าธุรกิจและภาครัฐ ซึ่งประกอบด้วย ผู้อำนวยการฝ่าย (ผู้บริหารระดับสูง) จำนวน 2 ท่าน รองผู้อำนวยการฝ่าย (ผู้บริหารระดับกลาง) จำนวน 2 ท่าน ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย (ผู้บริหารระดับต้น) จำนวน 2 ท่าน และพนักงานปฏิบัติการ จำนวน 2 ท่าน รวมทั้งหมด 8 ท่าน

2.2 การทำแบบสอบถามออนไลน์ จากฐานข้อมูลของธนาคาร ปัจจุบันมีลูกค้าสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศ ทั้งด้านนำเข้าและส่งออก จำนวนรวมทั้งสิ้น 62 นิติบุคคล โดยจากการแทนค่าตามสูตรของทาโร ยามาเนะ จะได้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการทำแบบสอบถาม จำนวน 54 นิติบุคคล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นรูปแบบคำถามปลายเปิด ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ ใช้ความรู้แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับสาเหตุที่จำนวนเงินออมและทำสัญญาของสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด พร้อมเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

3.2 แบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยส่วนที่ 1-3 จะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลการใช้สินเชื่อ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลที่ได้จากการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) มาเป็นปัจจัยในการกำหนดสาเหตุที่จำนวนเงินออมและทำสัญญาของสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด โดยมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับความสำคัญผ่านทางกรให้บริการสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศ โดยกำหนดระดับการประเมินออกเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญต่อการให้บริการนอกเหนือจากส่วนที่ 3 พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางเพื่อปรับปรุงการให้บริการสำหรับสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศของธนาคารออมสิน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารภายในหน่วยงานและแบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศในปัจจุบัน

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย หนังสือ รายงาน บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในธนาคารออมสิน ได้แก่ รายงานประจำปี ข้อมูลจากระบบข้อมูลสารสนเทศของธนาคาร และรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานด้านการเงิน รายงานผลการดำเนินงานตามบันทึกข้อตกลงฯ เป็นต้น รวมถึงแหล่งข้อมูลภายนอกธนาคาร

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร มาจัดหมวดหมู่ของลักษณะคำตอบและการแสดงความคิดเห็นให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน โดยจะสรุปมาจากความคิดเห็นส่วนใหญ่และที่เห็นคล้ายกันเป็นหลัก เพื่อนำไปสรุปหาสาเหตุและปัญหาและแนวทางแก้ไขเพิ่มจำนวนเงินออมและทำสัญญาของสินเชื่อกู้ยืมต่างประเทศ

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติ ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศของธนาคารออมสินในปัจจุบัน โดยทำการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาศึกษา

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศ โดยกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) ที่ส่งผลให้จำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาของสินเชื่อการค้าต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด เพื่อวิเคราะห์ห่อออกมาในรูปแบบของมาตราส่วนประมาณค่าที่มี 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลจากข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มยอดอนุมัติของสินเชื่อการค้าต่างประเทศ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด รวมถึงข้อเสนอแนะอื่นๆ หาค่าความถี่ ความคิดเห็นเหมือนกันหรือแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นหลัก

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญต่อการให้บริการนอกเหนือจากส่วนที่ 3 มาจัดหมวดหมู่ของลักษณะคำตอบและการแสดงความคิดเห็นให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน โดยจะสรุปมาจากความคิดเห็นส่วนใหญ่และที่เห็นคล้ายกันเป็นหลัก

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าและข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าและข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศ

การจำแนกประเภท		จำนวน (นิติบุคคล)	ร้อยละ
ประเภทนิติบุคคล	บริษัทจำกัด	52	96.30%
	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2	3.70%
จำนวนปีที่เปิดกิจการ	ตั้งแต่ 0 - 3 ปี	1	1.85%
	มากกว่า 3 - 5 ปี	4	7.40%
	มากกว่า 5 - 10 ปี	38	70.38%
	มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป	11	20.37%
ทุนจดทะเบียน	ไม่เกิน 5.00 ล้านบาท	4	7.41%
	มากกว่า 5.00 - 10.00 ล้านบาท	8	14.81%
	มากกว่า 10.00 - 50.00 ล้านบาท	22	40.74%
	มากกว่า 50.00 - 100.00 ล้านบาท	16	29.63%
	มากกว่า 100.00 ล้านบาทขึ้นไป	4	7.41%
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจบริการ	4	7.41%
	ธุรกิจอุตสาหกรรม	23	42.59%
	ธุรกิจพาณิชย์กรรม	25	46.30%
	อื่นๆ	2	3.70%
จำนวนสถาบันการเงินที่ใช้สินเชื่อ	เฉพาะธนาคารออมสินแห่งเดียว	8	14.81%
	2 แห่ง	19	35.19%
	มากกว่า 2 แห่ง	27	50.00%
หลักประกัน	สมุดฝากเงินออมสิน	11	20.37%
	สลากออมสินพิเศษ	18	33.33%
	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง	22	40.74%
	อื่นๆ	3	5.56%
วงเงินที่ได้รับอนุมัติ	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	21	38.89%
	10 - 50 ล้านบาท	24	44.44%
	มากกว่า 50 ล้านบาท	9	16.67%
ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ	สินเชื่อระยะสั้นเพื่อนำเข้า T/R	32	59.26%
	สินเชื่อระยะสั้นก่อนการส่งออก P/C	13	24.07%
	สินเชื่อหลังการส่งออก BRL-B/R	9	16.67%

จากผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อการค้า สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์การให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.24	0.60	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.22	0.72	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.91	0.56	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	2.67	0.61	ปานกลาง
5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน	4.21	0.61	มากที่สุด
6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ	2.92	0.68	ปานกลาง
7. ด้านกระบวนการ	3.89	0.82	มาก

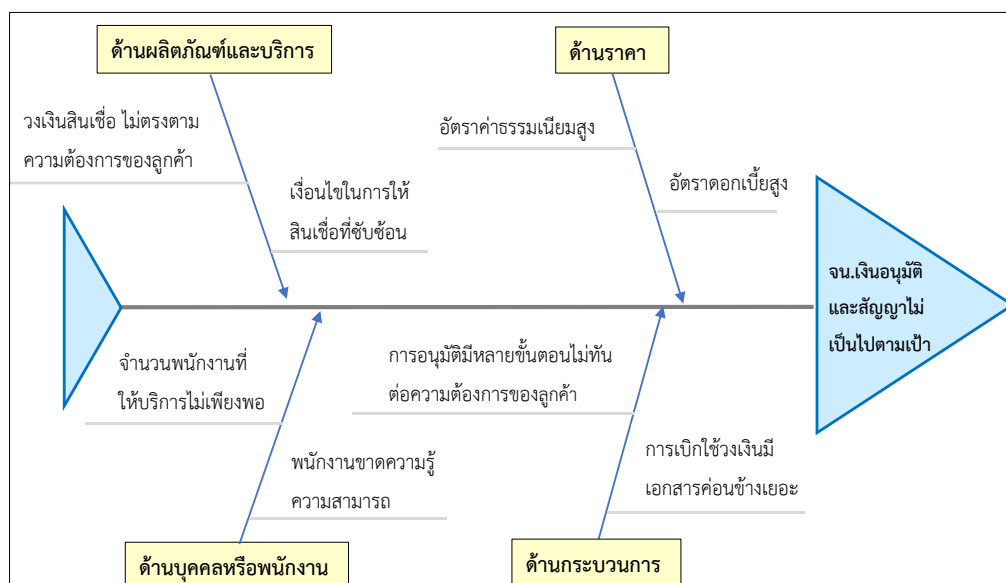
จากตารางที่ 4 พบว่า ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.24) 2. ด้านราคา (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.22) 3. ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.21)

จากผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อการค้า สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มยอดอนุมัติของสินเชื่อการค้าต่างประเทศ

ความคิดเห็นในการให้บริการ	แนวทางการปรับปรุง
ระยะเวลาในการพิจารณา และเบิกใช้สินเชื่อ ค่อนข้างนาน หากเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่น ซึ่งบางครั้งไม่สอดคล้องกับความต้องการในการดำเนินธุรกิจ	ควรเพิ่มพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการพิจารณาสินเชื่อ รวมทั้งหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานเบิกจ่าย ประเมินราคาหลักประกัน เป็นต้น

จากผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารภายในหน่วยงานที่ให้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาของสินเชื่อการค้าต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมาย สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ วงเงิน และเงื่อนไขสินเชื่อไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมค่อนข้างสูงกว่าสถาบันการเงินอื่น กระบวนการอนุมัติมีหลายขั้นตอน ลูกค้าได้รับข้อมูลไม่เพียงพอในการรับบริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศ พนักงานขาดความรู้ความสามารถที่จะให้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศ



ภาพที่ 1 แสดงสาเหตุของปัญหา โดยใช้แผนผังก้างปลา

จากภาพที่ 1 สรุปสาเหตุโดยใช้แผนผังก้างปลา พบว่า สาเหตุที่สำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญา
สินเชื่อการค้าต่างประเทศ กลุ่มลูกค้าธุรกิจและภาครัฐ ไม่เป็นไปตามแผนงานที่ธนาคารกำหนด จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
(Marketing Mix: 7P's) ประกอบด้วย 4 สาเหตุหลัก ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ คือ วงเงินและเงื่อนไขสินเชื่อไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และมีเงื่อนไขการให้บริการสินเชื่อที่
ซับซ้อน
2. ด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียม ค่อนข้างแพงกว่าสถาบันการเงินอื่น เนื่องจากการทำธุรกิจต่างประเทศ
ต้องทำผ่าน ธ.ส่งออกและนำเข้า (EX-IM Bank) ทำให้ต้องจ่ายดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมบางส่วนให้กับ EX-IM Bank ประกอบกับ
ต้นทุนของธนาคารสูงกว่าที่อื่น
3. ด้านบุคคล คือ จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการและพนักงานขาดความรู้ความสามารถในการให้สินเชื่อการค้า
ต่างประเทศ และพนักงานมักจะเลี่ยงการให้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศ เนื่องจากพนักงานไม่มีความรู้ความเข้าใจมากพอ และไม่สามารถ
ชักชวนหรือแนะนำให้ลูกค้ามาใช้สินเชื่อการค้าต่างประเทศของธนาคารได้
4. ด้านกระบวนการ คือ กระบวนการการอนุมัติวงเงินสินเชื่อของธนาคารมีหลายขั้นตอน ทำให้ล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการ
ของลูกค้า กระบวนการเบิกใช้วงเงินมีงานเอกสารค่อนข้างมาก และมีหลายขั้นตอน

เมื่อทราบถึงสาเหตุของปัญหา จากนั้นนำมาพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค รวมทั้งพิจารณากลยุทธ์ที่จะใช้
เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา จึงได้กำหนดแนวทางแก้ปัญหา 3 แนวทาง คือ พัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาบุคลากร พัฒนาระบบการ แต่
เมื่อพิจารณาแล้ว การพัฒนาบุคลากรสามารถทำได้เป็นรูปธรรมมากกว่าการแก้ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เงื่อนไข อัตราดอกเบี้ย และ
กระบวนการ เนื่องจากธนาคารออมสินมีกระบวนการทำงานและพิจารณาผ่านลำดับขั้นของพนักงานไปจนถึงผู้บริหารระดับสูงหลาย
ลำดับด้วยกัน แล้วเรื่องจะปรับอัตราดอกเบี้ยหรืออัตราค่าธรรมเนียมนั้น เป็นเรื่องที่ค่อนข้างทำได้ยาก เนื่องจากธนาคารมีต้นทุนทาง
การเงินที่สูง อีกทั้งธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่มีการดำเนินงานเป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจ จึงส่งผลให้การกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข
หรือที่เกี่ยวกับตัวเลข เป็นไปค่อนข้างยากและต้องใช้เวลาพอสมควร การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกแนวทางการพัฒนาบุคลากรใช้
เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา และเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายสินเชื่อได้อีกด้วย เนื่องจากถ้าบุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีความ
ชำนาญในการให้บริการเป็นรากฐานของการให้บริการ และทำให้ธนาคารได้ประโยชน์ โดยการพัฒนาศักยภาพพนักงานด้วยการจัด
อบรม Workshop จะทำให้พนักงานเข้าใจในลักษณะงาน ที่ต้องปฏิบัติผ่านการปฏิบัติงาน และได้รับคำแนะนำจากคนที่มี
ประสบการณ์จริง และผ่านการแก้ปัญหาต่างๆ และเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและลดข้อผิดพลาดจากการ
ปฏิบัติงาน และสามารถกำหนดวงเงินและเงื่อนไขให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าสนใจที่จะใช้บริการสินเชื่อการค้าต่าง
ประเทศของธนาคารออมสิน ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาสาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหา กรณีจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคาร
กำหนด ผู้ศึกษาจึงนำสรุปผลการศึกษามาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) มีอิทธิพลต่อการพิจารณาปล่อยสินเชื่อการค้าต่างประเทศและการ
ให้บริการลูกค้า โดยพิจารณาจากผลการวิจัยในตารางที่ 4 จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากน้อยในแต่ละด้านแตกต่างกันไป โดยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา และด้านบุคคลหรือพนักงานในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของผลิตภัณฑ์ วงเงิน เงื่อนไขสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และที่สำคัญที่สุดคือบุคลากร ซึ่ง
เป็นส่วนสำคัญในการให้บริการสินเชื่อ ให้ความสำคัญด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ
ในเรื่องของกระบวนการพิจารณาต่างๆ ในการขอสินเชื่อ ให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
และด้านกายภาพและการนำเสนอในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำเป็นต้องดำเนินการด้านธุรกิจ ทำให้สามารถห
ดกลยุทธ์และเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7P's) ของ
Philip Kotler ระบุว่าส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่
จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่
ตายตัว ซึ่งในงานวิจัยของ พรพิมล ผลบำรุง(2562) ศึกษาในส่วนของเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำเอาทฤษฎีส่วนประสมทาง
การตลาด (Marketing Mix: 7P's) มาทำการกำหนดข้อคำถามและใช้มาตรวัดส่วนประมาณค่า (Likert Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5
ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ว่าปัจจัยผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านใดมากที่สุด

2. การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้วยแผนผังก้างปลา (Fish Bone Diagram) จากภาพที่ 1 ได้แสดงถึงสาเหตุของปัญหาที่ได้มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ที่ใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากำหนดข้อคำถามและความสำคัญแต่ละด้าน ทำให้ทราบถึงสาเหตุหลักๆ 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ วงเงินและเงื่อนไขสินเชื่อไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า 2. ด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ยและอัตราค่าธรรมเนียมที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น 3. ด้านบุคคล คือ จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการและพนักงานขาดความรู้ความสามารถในการให้สินเชื่อการค้าต่างประเทศ 4. ด้านกระบวนการ คือ การอนุมัติมีขั้นตอนค่อนข้างเยอะและเอกสารประกอบการเบิกใช้วงเงินมีจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้วยแผนผังก้างปลา (Fish Bone Diagram) และงานวิจัยของ รสสุคนธ์ รัชตะปรีชาโชติ(2562) ได้ใช้แนวคิดแผนผังก้างปลาในการหาเหตุของปัญหาและหาแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป

3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้วย SWOT Analysis และ การวิเคราะห์กลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix โดยพิจารณาถึงจุดแข็งจุดอ่อนเพื่อหาแนวทางหรือกลยุทธ์ที่จะใช้ในการแก้ปัญหา ในการศึกษานี้ได้พิจารณาแนวทางการแก้ไขปัญหามีได้แก่ แนวทางเชิงป้องกัน คือ การพัฒนาศักยภาพพนักงานด้วยการจัดอบรม Workshop เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ ความชำนาญ และเพิ่มจำนวนพนักงานสินเชื่อที่สามารถให้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศให้เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรหรือพนักงาน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และพิจารณาร่วมกับความเป็นไปได้งบประมาณ และความเหมาะสม ซึ่งงานวิจัยของ กมลชนก เชื้อทอง(2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อรายย่อย และใช้การวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix มาใช้ในการหาแนวทางในการแก้ปัญหาเช่นกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาถึงสาเหตุและแนวทางในการแก้ปัญหาของจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาของสินเชื่อการค้าต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดนั้น ประกอบด้วย 4 สาเหตุหลักๆ ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ คือ วงเงินและเงื่อนไขสินเชื่อไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า 2. ด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ยและอัตราค่าธรรมเนียมที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น 3. ด้านบุคคล คือ จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการและพนักงานขาดความรู้ความสามารถในการให้สินเชื่อการค้าต่างประเทศ 4. ด้านกระบวนการ คือ การอนุมัติมีขั้นตอนค่อนข้างเยอะและเอกสารประกอบการเบิกใช้วงเงินมีจำนวนมาก

ผู้ศึกษาได้พิจารณาถึงแนวทางการแก้ไขปัญหามา โดยพิจารณาจากงบประมาณ ความเป็นไปได้ และความคุ้มค่า จึงเลือกแนวทางในการพัฒนาศักยภาพพนักงานด้วยการจัดอบรม Workshop เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ ความชำนาญ และทำให้พนักงานเข้าใจในลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติผ่านการปฏิบัติงาน และได้รับคำแนะนำจากคนที่มีความรู้จริง และผ่านการแก้ปัญหาต่างๆ และเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน และสามารถกำหนดวงเงินและเงื่อนไขให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าสนใจที่จะใช้บริการสินเชื่อการค้าต่างประเทศของธนาคารออมสิน ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาของสินเชื่อการค้าต่างประเทศมีจำนวนเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาลงสาเหตุและแนวทางเพิ่มจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาของสินเชื่อการค้าต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดของธนาคารออมสิน มีข้อจำกัดการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของธนาคารที่ไม่สามารถนำมาเผยแพร่ หรือนำออกมาเป็นข้อมูลในงานวิจัยได้ แต่อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ก็สำเร็จลงด้วยดีและมีข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาสาเหตุและแนวทางเพิ่มจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาของสินเชื่อการค้าต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดของธนาคารออมสิน พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่มาจากบุคลากร ซึ่งเป็นพื้นฐานของการทำงานในด้านต่างๆ จึงมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาบุคลากรเพราะเป็นสิ่งที่สำคัญ หากพนักงานมีความ ความสามารถ และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และกระบวนการให้บริการเป็นอย่างดี ก็จะสามารถกำหนดวงเงิน เงื่อนไข รวมถึงแนะนำสินเชื่อที่เหมาะสมให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ส่งผลให้การเพิ่มยอดสินเชื่อการค้าต่างประเทศของธนาคารออมสินเป็นไปได้ด้วยดีและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การหาสาเหตุของจำนวนเงินอนุมัติและทำสัญญาสินเชื่อการค้าต่างประเทศไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนด เป็นเพียงส่วนหนึ่งของปัญหาที่ธนาคารออมสินมี และยังมีอีกหลายๆ ปัญหาที่น่าสนใจและสามารถนำศึกษาวิเคราะห์หาสาเหตุแนวทางแก้ไขปัญหามา เช่น การวิเคราะห์เกี่ยวกับกระบวนการพิจารณาสินเชื่อการค้าต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์และเงื่อนไข เมื่อเทียบกับ

สถาบันการเงินอื่น พิจารณาจุดเด่นจุดด้อยมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารออมสิน หรือการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้าได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา สังขมณี. (2550). การเงินการธนาคาร. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. รายงานกำกับดูแลสถาบันการเงินและรายงานผลสำรวจภาวะและแนวโน้มสินเชื่อ. (เมษายน 2564).
- ธนาคารออมสิน. ฝ่ายนวัตกรรมและประเมินผลองค์กร ข้อมูลรายงานผลการดำเนินงานตามบันทึกข้อตกลง. (เมษายน 2564).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- Kotler, P. & Armstrong, (2014). *Principle of Marketing*. England: Pearson.
- Yamane, T. (1973). *Statistics and Introductory Analysis*. 3th ed. New York: Harper and Row.