



การพัฒนาการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย Trade Finance Consulting Development of Thai Commercial Bank

ชำนาญ เงินดี (Chamnan Ngerndee)^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย และ (2) พัฒนาการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย โดยการศึกษาได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีธนาคารพาณิชย์ ทฤษฎีการบริการ และ ทฤษฎีการให้คำปรึกษา เพื่อยืนยันแนวคิดการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการการเงินระหว่างประเทศ จำนวนทั้งหมด 11 ราย จากกลุ่มธนาคารพาณิชย์สัญชาติไทย และ ธนาคารพาณิชย์ต่างชาติ ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยที่สนับสนุนการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย ประกอบด้วย ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ ทักษะและความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ และ ลักษณะเฉพาะของผู้ให้บริการและการให้คำปรึกษา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะก่อให้เกิดพฤติกรรมการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย ที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพ ลูกค้าพึงพอใจ และ พัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการพัฒนาการให้บริการและการให้คำปรึกษาดำเนินการนำเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตมาเป็นเครื่องมือในการให้บริการ

ABSTRACT

The objectives of this research were (i) to study supporting factors for Trade Finance consulting of Thai commercial bank, and (ii) to develop Trade finance consulting of Thai commercial bank. The research is applied from theory based on Banking theory, Service theory, and Consulting theory claims that concept of Trade Finance consulting development of Thai commercial bank. The data set of 11 observations is observed by in-depth interview model in Bangkok. The observations are commercial banks. The results showed that factors supporting Trade Finance consulting of Thai commercial bank such as Trade Finance knowledge and understanding, Trade Finance skills and expertise, Trade Finance experience and circumstances, and counseling service provider personality. These factors will be behavior of Trade finance consulting of Thai commercial bank providing quality service, customer satisfaction, and continuous skills improvement, include development with internet-banking technology for service and consulting instrument.

คำสำคัญ: การให้คำปรึกษา การเงินระหว่างประเทศ ธนาคารพาณิชย์

Keywords: Consulting, Trade finance, Commercial bank

¹ Correspondent author: chamnantoey@hotmail.com

* นักวิชาการอิสระ 18/96 หมู่ 13 หมู่บ้านชนนธร 2 ซ.เพชรเกษม 69 ถ.เลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160

บทนำ

การประกอบธุรกิจสถาบันการเงิน โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์ ในอุตสาหกรรมการให้บริการหรือการให้คำปรึกษาทางการเงินของไทย มีการแข่งขันสูงมาก ทั้งการแข่งขันภายในประเทศและการแข่งขันกับต่างประเทศ โดยเน้นการแข่งขันด้านการบริการหรือการให้คำปรึกษา [1] และ นวัตกรรมเทคโนโลยีการให้บริการ ที่เป็นธนาคารพาณิชย์อินเทอร์เน็ต [2] มากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เรียกว่า การเงินเพื่อการค้า (Trade Finance) [3, 4] เป็นผลิตภัณฑ์ที่ธนาคารพาณิชย์ให้บริการสำหรับผู้ประกอบการส่งออกสินค้า (Exporter) และ/หรือ ผู้นำเข้าสินค้า (Importer) ที่ทำการซื้อขายสินค้านานาชาติหรือการเงินระหว่างประเทศ โดยมีเอกสารประกอบการชำระเงิน และมีการทำค้ำประกันทางการค้าระหว่างประเทศด้วย เพื่อสร้างความมั่นใจในการชำระเงินแก่ผู้ส่งออกสินค้า และ ความมั่นใจในการรับสินค้าและบริการตรงตามเงื่อนไข ของผู้นำเข้าสินค้าด้วย โดยต้องทำความเข้าใจตรงกันในเรื่องของสินค้าหรือบริการ ปริมาณ ราคา เงื่อนไขการส่งมอบ ที่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ ประเพณีปฏิบัติของสภาหอการค้าระหว่างประเทศ (International Chamber of Commerce : ICC) รวมทั้ง วิธีการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการระหว่างประเทศ [5] ประกอบด้วย 1. การชำระเงินล่วงหน้า (Advance Payment) 2. เปิดบัญชี (Open Account) 3. การเรียกเก็บเงิน โดยมีเอกสารประกอบ (Documentary Bill for Collection) และ 4. เลตเตอร์ออฟเครดิต โดยมีเอกสารประกอบ (Documentary Letter of Credit)

การให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศ ถือเป็นการบริการประเภทหนึ่งที่ธนาคารพาณิชย์ต้องมีทักษะ และ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการให้คำปรึกษาเป็นงานบริการที่เป็นกิจกรรมของการส่งมอบ (Delivery activity) สินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ที่ต้องตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (Customer need and want) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ (Customer satisfaction) โดยที่การให้คำปรึกษานี้จะต้องมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ [6,7] มาช่วยสนับสนุนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น ได้แก่ 1. ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ 2. ทักษะและความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ 3. ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ และ 4. ลักษณะเฉพาะของผู้ให้บริการและการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ ที่เน้นทักษะคุณภาพการให้บริการและการให้คำปรึกษา [4, 7]

จากความสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยสนับสนุนการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย รวมทั้งการพัฒนาการให้คำปรึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์ให้บริการคำปรึกษาด้านการเงินระหว่างประเทศด้วยการพัฒนาจากรูปแบบดั้งเดิม มาเป็นแบบผสม แล้วเป็นรูปแบบออนไลน์ที่มีระบบเทคโนโลยีธนาคารอินเทอร์เน็ตมาให้บริการมากขึ้น จะก่อให้เกิดการให้บริการคำปรึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกคำพึงพอใจ ธนาคารมีการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งประยุกต์การให้บริการโดยนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือด้วย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย
2. เพื่อศึกษาพัฒนาการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย



ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ โดยที่ธนาคารพาณิชย์ทำหน้าที่เป็นธนาคาร ที่ให้บริการการเงินระหว่างประเทศตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ทำการสรุปเอาไว้ ประกอบด้วย 30 ธนาคาร คือ ธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 11 ธนาคาร ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศจำนวน 2 ธนาคาร สาขาของธนาคารต่างประเทศ จำนวน 13 ธนาคาร และ สถาบันการเงินเฉพาะกิจ จำนวน 4 ธนาคาร โดยที่แต่ละธนาคารจะมีการให้บริการการเงินระหว่างประเทศ (Trade Finance) คล้ายกันและมีมาตรฐานเดียวกัน [2, 8] ประกอบด้วย 1.1 การส่งออก จะมีการให้บริการและคำปรึกษาเกี่ยวกับ การแจ้งและแก้ไขเลตเตอร์ออฟเครดิต การยืนยันการชำระเงินตามเลตเตอร์ออฟเครดิต การโอนเลตเตอร์ออฟเครดิต การโอนสิทธิการรับเงินตามเลตเตอร์ออฟเครดิต การเรียกเก็บเงินตามเอกสารภายใต้เลตเตอร์ออฟเครดิต การเรียกเก็บเงินตามเอกสารสินค้าออก และ การรับโอนเงินจากต่างประเทศ และ 1.2 การนำเข้า จะมีการให้บริการและคำปรึกษาเกี่ยวกับ การเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต การเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิตภายในประเทศ การชำระเงินค่าสินค้าเข้าตามเอกสารเรียกเก็บ การออกหนังสือค้ำประกันการรับสินค้า การสลักหลังใบสั่งปล่อยสินค้าเข้าทางอากาศยาน และ การโอนเงินออกไปต่างประเทศ นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์มีเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะระบบอินเทอร์เน็ต [9] ทั้งระบบอินเทอร์เน็ตบุคคล หรือ ออนไลน์

การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการให้บริการคำปรึกษา [10] โดยที่การให้บริการคำปรึกษาเป็นกระบวนการให้บริการ ที่จะทำให้ลูกค้าได้ความรู้และความเข้าใจมากขึ้น เกิดความตระหนักและสนใจเพื่อให้เกิดการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ และ ปฏิบัติไปเรื่อย ๆ นาน ๆ จนเกิดเป็นประสบการณ์ที่ดี ในขณะที่เดียวกันก็มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสนับสนุนให้กลายเป็นประสบการณ์ที่ดีด้วย รวมทั้ง บุคลิกภาพของผู้ให้บริการที่มีจิตใจ การให้บริการและการให้คำปรึกษา อย่างเต็มใจด้วยคุณภาพของการบริการ [11] โดยมีบุคคลที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้ให้คำปรึกษา และ ผู้รับคำปรึกษา โดยมีเป้าหมายเดียวกัน คือ ทำให้ผู้รับคำปรึกษา เกิดมูลค่า และ พึงพอใจด้วยความรู้และความเข้าใจ เพื่อนำไปปฏิบัติฝึกฝนได้จนเกิดความชำนาญ นอกจากนี้ผู้ให้คำปรึกษาสามารถถูกประเมินว่ามีคุณภาพการให้บริการคำปรึกษาด้วยเครื่องมือวัดคุณภาพในการให้บริการ SERVQUAL ของ Parasuraman, Berry, และ Zeithaml เพื่อวัดมิติของคุณภาพบริการ 5 ด้าน ด้วยแบบจำลองที่เรียกว่า RATER [12] ประกอบด้วย ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการคำปรึกษา (Assurance) ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการคำปรึกษา (Tangibles) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการคำปรึกษา (Empathy) และ การตอบสนองต่อผู้รับบริการคำปรึกษา (Responsiveness)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาที่เป็นเชิงคุณภาพ โดยมีเนื้อหาของการวิจัยที่อธิบายถึง การพัฒนาการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย เกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนการให้บริการคำปรึกษา การให้บริการในปัจจุบันของแต่ละธนาคาร รวมทั้ง การพัฒนาการของรูปแบบการให้บริการการเงินระหว่างประเทศ จากแบบดั้งเดิม เป็นแบบผสม และ กลายเป็นรูปแบบออนไลน์ในปัจจุบัน โดยได้ศึกษาทฤษฎีธนาคารพาณิชย์ ทฤษฎีการบริการ และ ทฤษฎีการให้คำปรึกษา รวมทั้งอธิบายและสรุปถึงองค์ประกอบของทฤษฎีต่าง ๆ โดยมีกระบวนการวิจัยดังนี้

ประชากรเป้าหมาย เป็นตัวแทนของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการการเงินระหว่างประเทศ ที่มีสัญชาติไทย และ ธนาคารพาณิชย์ต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร ระดับผู้บริหารของฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ โดยคัดเลือกธนาคารที่มีสัญชาติไทย หรือ ธนาคารสัญชาติไทยที่ร่วมทุนกับต่างชาติ และธนาคารต่างประเทศที่เข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย จำนวนทั้งหมด 11 ราย เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ตัวแทนของ ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารแห่งโตเกียว-มิทซูบิชิ ยูเอฟเจ จำกัด ธนาคารซีทีบีแบงก์ ธนาคาร ไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารซูมิโตโม มิทซูบิแบงก์กิ้งคอร์ปอเรชั่น ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารมิซูโฮ จำกัด และ ธนาคารแห่งประเทศจีน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Dept Interview) ที่เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ของธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการการเงินระหว่างประเทศในกรุงเทพมหานคร ด้วยการเฝ้าดู การตรวจสอบ และ การสอบถามพูดคุย โดยที่เครื่องมือจะสร้างจากแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้คำถามการสัมภาษณ์มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการคำปรึกษาทางการเงินระหว่างประเทศ และ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินทางการเงินการค้าหรือการเงินระหว่างประเทศ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาต้นปีของปี 2560

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จะใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า ที่มีการตรวจสอบเกี่ยวกับ 1. ด้านข้อมูล 2. แหล่งข้อมูลบุคคลจากตัวแทน และ 3. วิธีการรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ แล้วนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้ เตรียมความพร้อม ดำเนินการสัมภาษณ์ ปิดการสัมภาษณ์ สรุปผลการวิเคราะห์ สรุปผลการวิเคราะห์ และ ตีความข้อมูล จนกระทั่งได้ผลลัพธ์ออกมาเป็น ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Context) ที่ต้องตีความด้วยการบรรยายหรือการพรรณนา การสร้างแบบแผนความสัมพันธ์เพื่อการอธิบาย และ การสร้างข้อสรุปเชิงทฤษฎี

ผลการวิจัย

1. ผลเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า 1.1 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ เป็นความรู้ทางการเงินระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นพร้อมกับการทำงานจริง และ ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการเรียนรู้ จนก่อให้เกิดความเข้าใจเกิดเป็นองค์ความรู้ นำไปประกอบการปฏิบัติงานได้ 1.2 ทักษะและความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ เป็นทักษะและความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ ที่เกิดจากการฝึกฝนตัวเองอย่างต่อเนื่อง จนมีความชำนาญเฉพาะด้าน กลายเป็นผู้เชี่ยวชาญ 1.3 ประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ ซึ่งถ้าผู้ให้คำปรึกษาเป็นผู้ปฏิบัติงานมานานหลายปี ก็จะเป็นผู้มีประสบการณ์มานานมาก และ ยังมีสภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการให้คำปรึกษาด้วย เช่น อาคารสถานที่การให้บริการ การต้อนรับ การเดินทาง ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก การรอคอยจากการใช้บริการ ส่วนผู้ให้คำปรึกษาที่มีประสบการณ์การทำงานมาน้อย ก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งเรียนรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ ๆ ด้วย และ 1.4 ลักษณะเฉพาะของผู้ให้คำปรึกษา จะเกี่ยวข้องกับ ลักษณะขององค์กร เช่น องค์กรที่เป็นธนาคารของไทย หรือ ไทยร่วมทุนกับต่างชาติ และ สาขาของธนาคารต่างชาติ การบริหารจัดการที่แตกต่างกันออกไปของแต่ละองค์กร และ



แนวคิดทัศนคติส่วนตัวของผู้ให้คำปรึกษา นอกจากนี้คุณภาพบริการ 5 ด้าน แบบ RATER [12] ที่เกี่ยวกับความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการคำปรึกษา (Assurance) ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการคำปรึกษา (Tangibles) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการคำปรึกษา (Empathy) และ การตอบสนองต่อผู้รับบริการคำปรึกษา (Responsiveness) ก็สามารถนำมาเป็นเกณฑ์ในการวัดคุณภาพการให้บริการคำปรึกษาได้

2. ผลเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการให้บริการคำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ มีการให้บริการและการให้คำปรึกษาเกี่ยวผลิตภัณฑ์การเงินระหว่างประเทศ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลิตภัณฑ์การเงินระหว่างประเทศ (Trade Finance)

การส่งออก (Export)	การนำเข้า (Import)
1. การแจ้งเลตเตอร์ออฟเครดิต (Advising Letter of Credit)	1. การเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต (Opening Letter of Credit)
2. การแจ้งแก้ไขเลตเตอร์ออฟเครดิต (Advising Amendment L/C)	2. การแก้ไขเลตเตอร์ออฟเครดิต (Amendment L/C)
3. การโอนเลตเตอร์ออฟเครดิต (Transferring L/C)	3. การเรียกเก็บเงินตัวนำเข้าด้วยเลตเตอร์ออฟเครดิต (Import Bill Collection with L/C)
4. การยืนยันเลตเตอร์ออฟเครดิต (Confirmation L/C)	4. การเรียกเก็บเงินตัวนำเข้าที่ไม่ใช่เลตเตอร์ออฟเครดิต (Import Bill collection without L/C)
5. การเรียกเก็บเงินตัวส่งออกด้วยเลตเตอร์ออฟเครดิต (Export Bill Collection with L/C)	5. การสลักหลังใบสั่งปล่อยสินค้าเข้าทางอากาศยาน (Delivery Order : D/O)
6. การเรียกเก็บเงินตัวส่งออกที่ไม่ใช่เลตเตอร์ออฟเครดิต (Export Bill Collection without L/C)	6. การค้ำประกันการรับสินค้า (Shipping Guarantee : S/G)
7. การโอนเงินขาเข้า (Inward Remittance)	7. การโอนเงินขาออก (Outward Remittance)

ตารางที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์การเงินระหว่างประเทศ (Trade Finance) พบว่า ผลิตภัณฑ์การเงินระหว่างประเทศเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ธนาคารพาณิชย์ให้บริการสำหรับผู้ประกอบการส่งออกสินค้า และ/หรือ ผู้นำเข้าสินค้า ที่ทำการซื้อขายสินค้าระหว่างประเทศกัน ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการส่งออก การแจ้งเลตเตอร์ออฟเครดิต การแจ้งแก้ไขเลตเตอร์ออฟเครดิต การโอนเลตเตอร์ออฟเครดิต การยืนยันเลตเตอร์ออฟเครดิต การเรียกเก็บเงินตัวส่งออกด้วยเลตเตอร์ออฟเครดิต การเรียกเก็บเงินตัวส่งออกที่ไม่ใช่เลตเตอร์ออฟเครดิต และ การโอนเงินขาเข้า รวมทั้ง 2. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการนำเข้า ได้แก่ การเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต การแก้ไขเลตเตอร์ออฟเครดิต การเรียกเก็บเงินตัวนำเข้าด้วยเลตเตอร์ออฟเครดิต การเรียกเก็บเงินตัวนำเข้าที่ไม่ใช่เลตเตอร์ออฟเครดิต การสลักหลังใบสั่งปล่อยสินค้าเข้าทางอากาศยาน การค้ำประกันการรับสินค้า และ การโอนเงินขาออก

ตารางที่ 2 สินเชื่อการเงินระหว่างประเทศ (Trade Finance Credit)

สินเชื่อเพื่อการส่งออก (Export Credit)	สินเชื่อเพื่อการนำเข้า (Import Credit)
1. สินเชื่อก่อนการส่งออก (Pre-shipment) แบบแพ็คเกจเครดิต (Packing Credit)	1. สินเชื่อแบบทรัสต์รีซีพ (Trust Receipt : T/R)
2. สินเชื่อหลังการส่งออก (Post-shipment)	2. สินเชื่อรับซื้อเอกสารนำเข้า (Import Bill Purchase)
2.1 การรับซื้อตั๋วส่งออกด้วยเลตเตอร์ออฟเครดิต (Negotiation Bill with L/C)	
2.2 การขายลดตั๋วส่งออกที่ไม่ใช่เลตเตอร์ออฟเครดิต (Discount Bill without L/C)	
2.3 การขายลดตั๋วส่งออกที่ไม่ใช่เลตเตอร์ออฟเครดิต โดยปราศจากการไล่เบี้ย (Discount Bill without L/C without Recourse) แบบฟอร์เฟตติง (Forfaiting)	

ตารางที่ 2 แสดงสินเชื่อการเงินระหว่างประเทศ (Trade Finance Credit) พบว่า สินเชื่อการเงินระหว่างประเทศเป็นสินเชื่อที่ธนาคารพาณิชย์ให้บริการสำหรับผู้ประกอบการส่งออกสินค้า และ/หรือ ผู้นำเข้าสินค้า ที่ทำการซื้อขายสินค้านี้ระหว่างประเทศกัน ประกอบด้วย 1. สินเชื่อด้านส่งออก ได้แก่ สินเชื่อก่อนการส่งออก แบบแพ็คเกจเครดิต สินเชื่อหลังการส่งออก เช่น การรับซื้อตั๋วส่งออกด้วยเลตเตอร์ออฟเครดิต การขายลดตั๋วส่งออกที่ไม่ใช่เลตเตอร์ออฟเครดิต และการขายลดตั๋วส่งออกที่ไม่ใช่เลตเตอร์ออฟเครดิต โดยปราศจากการไล่เบี้ย แบบฟอร์เฟตติง รวมทั้ง 2. สินเชื่อด้านนำเข้า ได้แก่ สินเชื่อแบบทรัสต์รีซีพ และ สินเชื่อรับซื้อเอกสารนำเข้า

นอกจากนี้ ลักษณะรูปแบบของการให้บริการคำปรึกษานั้น มีการพัฒนาการรูปแบบการให้บริการโดยเริ่มต้นจาก 1. รูปแบบดั้งเดิม ที่เป็นแบบจำลองบุคลากร ใช้บุคลากรให้บริการล้วน ๆ 2. รูปแบบผสม ที่เป็นแบบจำลองระบบอินเทอร์เน็ตและบุคลากร ใช้อินเทอร์เน็ตประยุกต์เป็นเครื่องมือในการให้บริการ และ 3. รูปแบบออนไลน์ ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการให้บริการคำปรึกษา



แผนภาพที่ 1 แสดงรูปแบบการให้บริการคำปรึกษา จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ มีการพัฒนาการคำปรึกษาและการให้บริการ เกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ โดยเริ่มการให้ปรึกษาหรือการให้บริการด้วยแบบจำลองที่ 1 เรียกว่า แบบจำลองบุคคลากร (Personal Model : PM) ที่เป็นแบบดั้งเดิม โดยผู้รับคำปรึกษาหรือรับบริการ จะต้องยื่นคำขอเป็นเอกสาร หรือ กิจกรรมอื่น ๆ ผ่านบุคคลากรของธนาคารพาณิชย์ แล้วจึงทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศได้ ต่อมามีการพัฒนาเป็นแบบจำลองที่ 2 คือ แบบจำลองระบบอินเทอร์เน็ตและบุคคลากร (Internet and Personal Model : IPM) เป็นกิจกรรมที่ผู้รับคำปรึกษาหรือรับบริการ จะต้องยื่นคำขอให้ผู้ให้บริการลงในใบคำขอออกมาเป็นเอกสาร โดยผ่านระบบของธนาคารพาณิชย์เท่านั้น แล้วจึงทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศได้ หลังจากนั้นจนถึงปัจจุบัน มีการพัฒนาเป็นแบบจำลองที่ 3 คือ แบบจำลองอินเทอร์เน็ตออนไลน์ (Internet Online Model : IOM) เป็นกิจกรรมที่ผู้รับคำปรึกษาหรือรับบริการ จะต้องยื่นคำขอให้ผู้ให้บริการด้วยอินเทอร์เน็ตที่ติดตั้งร่วมกับธนาคารพาณิชย์ แล้วจึงจะทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศได้

สรุปผลการศึกษา

จากการวิจัยนี้ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่สนับสนุนการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 นั้นประกอบด้วย ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ ทักษะและความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ ประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับการเงินระหว่างประเทศ และลักษณะเฉพาะของผู้ให้คำปรึกษาหรือผู้ให้บริการ รวมทั้งคุณภาพการให้บริการคำปรึกษา นอกจากนี้ยังสามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาการให้คำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ไทย มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการคำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศ ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ได้ว่า รูปแบบการให้บริการคำปรึกษาการเงินระหว่างประเทศมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการคำปรึกษาด้วยบุคคลากร เอกสาร หรือ อื่น ๆ ประกอบแล้ว ในปัจจุบันมีการพัฒนาโดยนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นเครื่องมือประกอบการให้คำปรึกษาและการให้บริการการเงินระหว่างประเทศ ทำให้ผู้รับคำปรึกษาหรือผู้รับบริการจะได้รับความสะดวก รวดเร็ว มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ส่วนข้อจำกัดของวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยสามารถต่อยอดเป็นวิจัยเชิงปริมาณต่อไป รวมทั้งสามารถนำวิจัยนี้ไปประยุกต์ศึกษาประชากรกลุ่มอื่นได้ และ ศึกษาตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องกับธนาคารพาณิชย์ได้ หรือ ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสนับสนุนการให้บริการคำปรึกษา รวมทั้ง เปรียบเทียบปัจจัยใดสำคัญมากน้อย

เอกสารอ้างอิง

1. Theron E, Terblanche NS. Dimensions of Relationship Marketing in Business-to-Business Financial Services. *International Journal of Market Research*. 2010; 52(3): 383-402.
2. Abeka SO, Abeka EO, Omondi OC. Determinants of Adoption of Internet Banking by Trade Finance Customers in East Africa. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. 2012; 2(2): 2225-8329.



3. Vainio HM. Factors Influencing Corporate Customers' Acceptance of Internet Banking: Case of Scandinavian Trade Finance Customers. M.Sc. Thesis in Accounting submitted to The Swedish School of Economics and Business Administration. 2006 February. 1-75.
4. Ahn JB, Amiti M, Weinstein DE. Trade Finance and the Great Trade Collapse. American Economic Review. 2011; 101(3): 298-302.
5. Silicon Valley Bank. Trade Finance Guide: A Guide and Overview to Export Financing. Trade Information Center, Silicon Valley Bank. United State of America Published. 2014; 8: 1-32.
6. Bank of Thailand. Payment System Report 2013 [Internet]. [cited 2016 Nov 25]. Available from: <http://www.bot.or.th/th>.
7. Kempson E, Collard S, Moore N. Consumer Financial Capability: Empowering European Consumers: Measuring financial Capability: An Exploratory Study for the Financial Service Authority (FSA). European Credit Research Institute. 2005; 39-104.
8. Export-Import Bank of Thailand. Type of International Payment Method [Internet]. [cited 2016 Nov 25]. Available from: <http://www.exim.go.th/th>.
9. Ministry of Digital Economy and Society. Thailand Internet User Profile 2016 [Internet]. [cited 2016 Nov 26]. Available from: <http://www.mdes.go.th/th>.
10. Piyamanotham P. Counseling Psychology for Improving the Quality of Employee Life. Bangkok: Ramkhamhaeng University Publishing; 2006. Thai.
11. Saigosoom, S. Use of Questionnaire in Counseling. Bangkok: Ramkhamhaeng University Publishing; 2006. Thai.
12. Lovelock C, Wirthz J, Keh HT, Lu X. Services Marketing in Asia : Managing People, Technology, and Strategy. 2nd ed. Singapore: Pearson Education, Inc. 2005.