

บทที่ 2

หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

ในปัจจุบันการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นไปโดยยาก จึงเป็นเสมือนความท้าทายไม่ว่าใครจะอยู่ในตำแหน่งใดในองค์กรหากมีความสามารถในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ก็ย่อมทำให้ได้เปรียบอยู่เสมอ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์สามารถเป็นอาวุธที่มีประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับผู้จัดการในการทำให้อย่างมั่นใจว่าลูกค้าจะเริ่มเกิดความภักดีขึ้นและจะยังคงความภักดีตลอดไป

2.1.1 ความหมายของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ คือ “วิธีที่ครบเครื่องสำหรับการสร้าง การรักษาและขยายความสัมพันธ์กับลูกค้า” อย่างแรกคำว่า “ครบเครื่อง” หมายถึงความกว้างขวางบริบูรณ์ ซึ่งแสดงว่าการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ไม่ใช่เครื่องมือเฉพาะฝ่ายขาย หรือฝ่ายการตลาดเท่านั้นไม่ใช่ความรับผิดชอบของกลุ่มบริการลูกค้า แต่ทุกคนในองค์กรสามารถเป็นเจ้าของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ได้ หรืออีกนัยหนึ่งการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เกี่ยวข้องกับทุกส่วนขององค์กร ถ้าหากมีการมอบหมายงานการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่เพียงหน่วยงานเดียวรับผิดชอบไป เช่น ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าจะเป็นไปโดยยากลำบาก เช่นเดียวกันหากหน่วยงานใดไม่เข้าร่วม ในการวางแผนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ องค์กรจะเกิดความเสี่ยงต่อการสร้างและธำรงรักษา สัมพันธภาพกับลูกค้าขึ้นได้โดยง่าย

คำสำคัญคำที่สองก็คือ “วิธี” หมายถึง หนทางที่จะปฏิบัติ หรือรับมือกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้น การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ จึงเป็นหนทางในการที่จะรับมือในด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเราอาจจะถือว่า เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอันหนึ่งก็ย่อมได้ และถ้าต้องการจะให้การทำการจัดการลูกค้าสัมพันธ์นี้สำเร็จด้วยดี ก็จำเป็นจะต้องมีแผนการที่ชัดเจน อันที่จริงแล้ว กลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์สามารถเป็นข้อเปรียบเทียบให้กับกลยุทธ์อื่นๆ ในองค์กรได้เป็นอย่างดี เพราะกลยุทธ์อื่นๆ ขององค์กร หากมิได้มุ่งไปที่การสร้าง การรักษา หรือขยายความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ก็อาจจะไม่ได้ช่วยอะไรแก่องค์การมากนัก

คำสำคัญคำต่อไป ก็คือ “การสร้าง การรักษา และ ขยาย” การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ จะเกี่ยวข้องกับทั้งวงจรของลูกค้า ซึ่งเมื่อดำเนินการตามกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ จะต้องเก็บ

รวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับลูกค้าและพฤติกรรมการซื้อ และจากข้อมูลที่มีค่าเหล่านั้นจะทำให้สามารถทำนายพฤติกรรมของลูกค้า ซึ่งส่งผลให้การติดต่อกับลูกค้าได้ผลดีมากขึ้น และยังสามารถมองหาลูกค้าใหม่ได้อีก

คำสำคัญคำสุดท้าย ก็คือ “ความสัมพันธ์กับลูกค้า” ในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันที่จะต้องทำธุรกิจกับบุคคลหรือองค์กรที่ไม่เคยพบ หรือไม่เคยต้องการจะพบ และไม่เคยรู้จักในความเป็นตัวตนกันมาก่อนเลย การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ จึงเป็นการสร้างความรู้สึกรักของการเข้าถึงในการสัมผัส (High Touch) ได้อย่างยอดเยี่ยม ท่ามกลางสถานะแวดล้อมทางเทคโนโลยีขั้นสูง (High Tech)

กล่าวโดยสรุปก็คือ ลูกค้าต้องการทำธุรกิจกับบริษัทที่เข้าใจความต้องการของพวกเขา และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ก็เป็นกลยุทธ์และเครื่องมือที่สามารถใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้สามารถลดต้นทุนลง และเพิ่มความเป็นไปได้ในการนำเสนอสินค้าและบริการไปพร้อมๆ กัน

ในขณะที่ความตั้งใจที่ชัดเจนเป็นเชื้อเพลิงอย่างดีให้กับพลังของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์แต่ก็ยังมีปัจจัยสู่ความสำเร็จอื่นๆ อีกหลายประการที่ควรพิจารณา โดยในที่นี้จะเน้นเฉพาะ 5 ปัจจัยที่สำคัญที่สุด โดยบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการทำการจัดการลูกค้าสัมพันธ์จะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในอัตราที่สูง และจะมีลักษณะที่คล้ายๆ กัน ดังนี้

1) มีการร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งในการดำเนินกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

การดำเนินการด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์จะต้องทำร่วมกันในทุกส่วนขององค์การหมายถึงพนักงานและผู้บริหารทุกๆ คนจะต้องร่วมมือกัน

2) พนักงานทุกระดับและทุกแผนกเก็บข้อมูลสำหรับระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อย่างถูกต้อง

พนักงานส่วนใหญ่จะปฏิบัติตามระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง เมื่อพวกเขาเข้าใจว่าข้อมูลใดที่จะต้องเก็บ และข้อมูลนั้นมีความสำคัญอย่างไร พวกเขาจะเชื่อมั่นและไว้วางใจในการใช้ข้อมูลการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เมื่อรู้ว่าข้อมูลเหล่านั้นถูกเก็บมาอย่างไร และเพื่ออะไร

3) เครื่องมือการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ต้องสะดวกใช้ทั้งกับพนักงานและลูกค้า

เครื่องมือการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ควรจะต้องสัมพันธ์สอดคล้องเข้ากับตัวระบบและสามารถทำงานได้อย่างราบรื่นที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้โดยการนำเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการบริการ ดังเช่น ที่โรงงานผลิตอาหารสัตว์แห่งหนึ่ง ได้ออกแบบระบบคอมพิวเตอร์ด้วยเมนูหน้าจอสำหรับตอบคำถามและรับความคิดเห็นของลูกค้าทางโทรศัพท์ในการออกแบบเบื้องต้นได้กำหนดไว้ว่า ในหน้าจอสุดท้ายจะให้พนักงานถามถึง ชื่อและที่อยู่ แต่ผู้ใช้ในหน่วยงานกลับขอให้ออกแบบเสียใหม่ เพราะว่าการถามที่ง่ายกว่าและเป็นธรรมชาติมากกว่า เช่น คำถามที่ว่า “คุณชื่ออะไร” และ “โทรจากที่ไหน” และ “สัตว์เลี้ยงของคุณชื่ออะไร” นั้นควรจะทำตั้งแต่ตอนเริ่มต้น

4) รายงานเฉพาะข้อมูลที่ใช้ และใช้ข้อมูลเฉพาะที่รายงาน

แม้ว่าเครื่องมือการจัดการลูกค้าสัมพันธ์สามารถที่จะออกรายงานได้ แต่ก็มิได้หมายความว่า มันควรจะออกไปเสียทั้งหมด ขอให้ย้อนกลับไปดูกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ขององค์กรอีกครั้งแล้วทำข้อมูลในแบบที่องค์กรจะใช้จริงๆ และแบ่งปันข้อมูลนั้นกับทีมงานขององค์กร

5) อย่าใช้เทคโนโลยีที่ไฮเทค ในเมื่อโลว์เทคก็ใช้ได้เหมือนกัน

องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการใช้การจัดการลูกค้าสัมพันธ์มักจะมองหาทางออกที่ธรรมดาๆ ที่สุดในการดำเนินกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์นั้น ทางแก้ปัญหาแบบโลว์เทคจะได้ผลดีกับผู้ที่รู้จักใช้มันให้มีประสิทธิภาพ อาจจะดีกว่าการใช้เทคโนโลยีไฮเทคแล้ววุ่นวาย นำเบื้อแพงและยากที่จะทำได้อย่างสม่ำเสมอ

2.1.2 กลยุทธ์ของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์และการนำมาใช้ในองค์กร

1) กลยุทธ์ของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

ทุกองค์กรควรมีกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนเพราะกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่ชัดเจน จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งลูกค้าที่พึงพอใจนี้จะเป็นรากฐานแห่งความสำเร็จขององค์กรต่อไป

กลยุทธ์ (Strategy) คือ การวางแผนระดับกว้างเพื่อการบรรลุเป้าหมาย ดังนั้นการสร้างกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ควรปฏิบัติดังนี้

1.1) เลือกผู้ร่วมทีม

ไม่ว่ากิจการขนาดใหญ่หรือเล็กเพียงใด ก็ไม่ควรสร้างกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทั้งหมดด้วยตัวคนเดียว ดังนั้นจึงควรเลือกทีมขึ้นมาพัฒนากลยุทธ์ของกิจการ ซึ่งควรประกอบไปด้วยบุคคลลักษณะดังต่อไปนี้

- เป็นตัวแทนจากฝ่ายที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ผู้สนับสนุนอยู่เบื้องหลังและผู้บริหาร ทั้งหมดนี้อาจจะรวมถึงตัวแทนจากแต่ละส่วนงานที่จะใช้การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

- เข้าใจลูกค้าและเข้าใจว่าอะไรที่สำคัญสำหรับลูกค้า

- เข้าใจเป้าหมายสำคัญของธุรกิจ และวิสัยทัศน์ขององค์กร หรือไม่ก็ต้องเป็นคนที่เต็มใจจะเรียนรู้สิ่งเหล่านี้

- สามารถทุ่มเทเวลาและกำลังความสามารถให้กับกระบวนการนี้ได้

1.2) การประชุมเพื่อสร้างกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

1.3) กำหนดกลยุทธ์ที่เป็นไปได้ให้ชัดเจน

การระดมสมองอย่างเรียบง่ายเพื่อรวบรวมแนวความคิดเกี่ยวกับสิ่งที่มีความสำคัญต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ มันเป็นเทคนิคในการดึงเอาความรอบรู้ของสมาชิกในกลุ่มออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ

1.4) การเลือกกลยุทธ์

ถึงตอนนี้อาจพบว่ามีความคิดดีๆ มากมาย มีหลายกลยุทธ์ให้เลือก ฉะนั้นสิ่งที่ต้องทำคือ การสร้างเกณฑ์ในการคัดเลือกกลยุทธ์และประเมินกลยุทธ์ที่น่าจะเป็นไปได้ โดยใช้ตารางเกณฑ์การคัดเลือก ที่สร้างขึ้นมาเองในแต่ละองค์การ

2) การนำมาใช้ในองค์กร

2.1) การบริหารและการแบ่งปันข้อมูลลูกค้า

เมื่อมีกลยุทธ์แล้วและรู้ว่าต้องการข้อมูลอะไรจากลูกค้า ดังนั้นจึงควรค้นหาสิ่งที่ต้องการในสองส่วน คือ ข้อมูลตัวเลข (Data) และ ข่าวสาร (Information) ทั้งสองส่วนนี้จะทำให้รู้จักลูกค้าได้เป็นอย่างดี และควรใช้ข้อมูลทั้งสองส่วนนี้ร่วมกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ในการหาความรู้เกี่ยวกับลูกค้า มักจะพบว่าข้อมูลตัวเลขมากเกินไป ส่วนหนึ่งเนื่องจากมันเป็นข้อมูลที่หามาได้ค่อนข้างง่าย มีหน่วยงานของรัฐและเอกชนต่างๆ มากมายที่เก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้คนในพื้นที่บางแห่ง ส่วนบรรดาลูกค้าก็ค่อนข้างเต็มใจที่จะให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตัวเองในการสำรวจต่างๆ ไป ดังนั้นควรจะต้องเปลี่ยนข้อมูลตัวเลขให้เป็นข่าวสาร ซึ่งมักจะได้มาจากการถามว่า ทำไม และ อย่างไร เป็นต้น

ฐานข้อมูล คือคลังเก็บข้อมูลที่ทำให้สามารถหาตัวเลขที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ส่วนใหญ่จะอยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ และมักจะเอื้อให้ดึงข้อมูลตัวเลขบางส่วนนั้นมาใช้ได้ง่ายแต่โดยปกติแล้ว ฐานข้อมูลจะเก็บเป็นตัวเลข จะไม่เก็บข่าวสาร

ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า อาจมีประโยชน์ในการตัดสินใจสำคัญๆ เกี่ยวกับการจัดระบบธุรกิจ การให้บริการ การตลาด และกลยุทธ์อื่นๆ ขององค์การเสียใหม่ มันสามารถบอกความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้าคนนั้นๆ และบอกความรู้สึกโดยรวมของลูกค้าทั้งหมดเกี่ยวกับการดำเนินงานบางอย่างได้ มันทำให้แนวโน้มทางธุรกิจที่องค์กรค้นพบดูน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น และบางครั้งมันก็แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มบางอย่างเป็นสิ่งลวงตา ในขณะที่ข้อมูลตัวเลขเป็นสิ่งที่หาได้ง่ายๆ แต่ข่าวสารกลับเป็นสิ่งที่ยากจะได้มา และมักจะมีราคาแพง ไม่มีข้อมูลสำเร็จรูปใดที่จะบอกให้ทราบว่าลูกค้ารู้สึกอย่างไร และพวกเขามีวิธีการตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างไร

2.2) การจัดการกับข่าวสารและฐานข้อมูลลูกค้า

2.2.1) การจัดการกับข่าวสาร

เมื่อรู้แล้วว่าอะไรคือข้อมูลตัวเลขและข่าวสารที่คุณต้องการ แต่ก่อนที่จะเลือกระบบฐานข้อมูล สถานที่ และวิธีการเก็บข้อมูลตัวเลข และก่อนที่จะทำการสำรวจหรือหาข้อมูลทางประชากรที่จำเป็นเกี่ยวกับลูกค้า องค์กรจะต้องตัดสินใจว่าจะจัดการกับข้อมูลตัวเลขเหล่านั้นอย่างไร เมื่อได้มันมา ซึ่งสิ่งสำคัญๆ ที่ต้องตัดสินใจ คือ

- 1) ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการอนุญาตให้ผู้อื่นเข้าถึงฐานข้อมูล และในการกำหนดว่าควรมีอะไรบ้างในฐานข้อมูลนั้น รวมถึงในการทำรายงาน
- 2) บอกวิธีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารนั้นให้พนักงานทราบมาน้อยแค่ไหน
- 3) สามารถแบ่งปันข่าวสารให้ทั่วถึงทั้งบริษัทได้อย่างไร
- 4) องค์กรจะแน่ใจว่ากำลังใช้ข่าวสารอย่างมีจริยธรรมและถูกกฎหมายได้อย่างไร
- 5) รายละเอียดของข่าวสารในฐานข้อมูลควรมีลักษณะอย่างไร
- 6) ข่าวสารนั้นจะนำไปใช้เพื่ออะไรได้อีก นอกเหนือจากการใช้ในกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

พนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญสำหรับการจัดการข้อมูลลูกค้าเนื่องจากพวกเขาเก็บข้อมูลเหล่านั้นอยู่เป็นประจำ ดังนั้นจึงต้องกำหนดว่าพวกเขาต้องรู้อะไรบ้างเพื่อให้การเก็บข้อมูลตัวเลขง่ายขึ้น แต่สิ่งที่จะต้องระวัง ก็คือ การให้คนจำนวนมากเกินไปรับรู้รายละเอียดต่างๆ มันอาจเป็นอันตรายต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร พนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าไม่จำเป็นต้องทราบกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ทั้งหมด สิ่งที่ต้องให้แก่พวกเขาก็คือ คำอธิบายที่สมเหตุผลที่จะทำให้พวกเขาคลายความสงสัย เพื่อที่พวกเขาจะได้กระตุ้นลูกค้าให้ข้อมูลที่ต้องการ

ข้อมูลลูกค้า คือขอบเขตของความสัมพันธ์ขององค์กรกับลูกค้า องค์กรต้องการข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละรายมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะมันจะทำให้องค์กรคิดออกว่าจะบริการพวกเขาอย่างไรดี แต่อย่างไรก็ตาม การแบ่งปันข้อมูลให้กับคนอื่นๆ ในฝ่ายขายมากเกินไป ก็อาจก่อให้เกิดความเสียหายร้ายแรงภายในองค์กรได้เช่นกัน เมื่อตัดสินใจได้แล้วว่า ข้อมูลใดที่พนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าทุกคนสามารถนำไปใช้ได้ก็ให้แบ่งฐานข้อมูลลูกค้าออกเป็นสามระดับ ตามการทำงาน คือ

- 1) ข้อมูลที่พนักงานสามารถนำไปใช้ได้ทันที
- 2) ข้อมูลที่พนักงานขอข้อมูลเพิ่มเติม
- 3) ข้อมูลฝ่ายบริหารเท่านั้นที่สามารถนำไปใช้ได้

กฎในการใช้ข่าวสารและข้อมูลตัวเลขดังนี้

- 1) ข่าวสารเป็นสิ่งที่ล้ำสมัยอยู่เสมอ

- 2) คนคนเดียวไม่ได้เป็นตัวแทนของคนทั้งกลุ่ม
- 3) ข้อมูลตัวเลขไม่ใช่ผู้ช่วย แต่เป็นแค่เครื่องมือ

การทำเหมืองของข้อมูลตัวเลขสำหรับปัจจุบันและอนาคต

แม้ว่าองค์การจะระมัดระวังในการเก็บข้อมูลให้เหมาะสมกับกลยุทธ์ธุรกิจ และกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ แต่องค์การก็อาจจะมีตัวเลขมากมายเกินกว่าจะนำมาวิเคราะห์ได้ อย่างไรก็ตาม องค์การอาจใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการกำหนดแนวโน้มภายในฐานลูกค้าขององค์การได้ และนี่ก็คือกลวิธีที่ควรลองใช้

- 1) วิเคราะห์ข้อมูลตัวเลขปัจจุบันเทียบกับตัวเลขของปีที่แล้ว ของสามปีที่แล้วและห้าปีที่แล้ว
- 2) ใช้ข้อมูลอ้างอิงเทียบเคียงกัน
- 3) กำหนดปัญหาสำคัญๆ ให้แน่ชัด
- 4) เปรียบเทียบข้อมูลตัวเลขลูกค้า กับข้อมูลตัวเลขธุรกิจขององค์การ
- 5) ติดตามการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล

2.2.2) ฐานข้อมูลลูกค้า

1) เครื่องมือในการเก็บข้อมูลลูกค้า

ต่อไปนี้เป็นรายชื่อของแหล่งข้อมูลลูกค้าที่ใช้กันทั่วไป

ก) รายงานรัฐบาล

ทั้งของจังหวัด เมือง และหน่วยงานรัฐบาล จะทำข้อมูลทางประชากรตามลักษณะทางภูมิภาค องค์การสามารถหาข้อมูลลักษณะความเปลี่ยนแปลงของชุมชนว่าเป็นอย่างไรในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และผู้เชี่ยวชาญของรัฐบาลมองว่าแนวโน้มในวงการธุรกิจและอุตสาหกรรมสำคัญๆ ต่างๆ จะเป็นอย่างไร แต่ข้อเสียก็คือ ข้อมูลตัวเลขนี้จะป็นข้อมูลทั่วไป และบอกเกี่ยวกับลูกค้าและลูกค้าเป้าหมายขององค์การได้น้อยมาก

ข) รายงานเอกชน

มีบริษัทมากมายที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรอย่างละเอียดตามพื้นที่รหัสไปรษณีย์หรือรหัสสำเนาหมายเลขโทรศัพท์ รายงานของเอกชนจะแตกต่างจากข้อมูลของรัฐบาลคือข้อมูลประเภทนี้จะมีความถูกต้องแม่นยำในด้าน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอยู่ในพื้นที่นั้น และประเภทของอาชีพมากกว่า อีกทั้งยังมีค่าสถิติอื่นๆ ที่สามารถช่วยให้ธุรกิจท้องถิ่นกำหนดแนวโน้มของธุรกิจได้แน่นอนมากขึ้น

ค) สมาคมการค้า

สมาคมการค้าหลายๆ แห่งจะทำการสำรวจประจำปี เพื่อหาแนวโน้มใน

อุตสาหกรรมของตน สิ่งนี้จะบอกในรายละเอียดว่าอุตสาหกรรมนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปในทางใด ใครเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงและอนาคตน่าจะเป็นอย่างไร

ง) จุดสำคัญในการขาย

พวกเขาเอกสาร ใบเสร็จต่างๆ ที่ได้รับจากลูกค้าที่ซื้อขาย

จ) พนักงาน

พนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญสำหรับการจัดการข้อมูลลูกค้าเนื่องจากพวกเขาเก็บข้อมูลเหล่านั้นอยู่เป็นประจำ ดังนั้นจึงต้องกำหนดว่าพวกเขาต้องรู้อะไรบ้างเพื่อการเก็บข้อมูลตัวเลขง่ายขึ้น

ฉ) การสำรวจ

การสำรวจเป็นวิธีที่เชื่อมมาวิธีหนึ่ง เพื่อหาว่าลูกค้าขององค์กรคิดอย่างไรกับบางสิ่งบางอย่าง ขอบเขตของการสำรวจนี้มีตั้งแต่การสำรวจแบบไม่เป็นทางการ โดยใช้เพียง 1-2 คำถาม ไปจนถึงการสำรวจทางโทรศัพท์โดยบริษัทวิจัย ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่มากเท่าไร ก็ยิ่งสามารถคาดคะเนกลุ่มลูกค้าจริงได้มากเท่านั้น

2) ลักษณะการเก็บข้อมูลลูกค้า

2.1) ก่อนที่จะมีลูกค้า

ให้ใช้ข้อมูลทางประชากรและข้อมูลทางจิตลักษณะ เพื่อระบุว่าลูกค้าขององค์กรควรเป็นใครบ้าง จะทำการตลาดอย่างไร และสินค้าและบริการอะไรที่จะต้องนำเสนอ

2.2) การติดต่อเริ่มแรกกับลูกค้าหรือลูกค้าคาดหวัง

ในแง่ของการหาข้อมูล คนทั่วไปไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าก่อน แล้วจึงจะถือว่าเป็นลูกค้าของเรา หรือการที่ลูกค้าเขียนจดหมายเข้ามาจะทำให้คุณรู้ว่า ลูกค้าทราบข่าวอะไรเกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร สิ่งแรกที่ลูกค้าเขาประทับใจคืออะไร ลูกค้าต้องใช้ความพยายามมากแค่ไหนหากในการติดต่อองค์กร ปัจจุบันลูกค้าเขาซื้อสินค้าและบริการที่คล้ายๆ กันนี้จากที่ไหน ลูกค้าต้องการให้องค์กรนำเสนออะไร

2.3) ความสัมพันธ์ในช่วงต้น

หลังจากการซื้อครั้งแรกแล้วกิจการก็สามารถเริ่มพัฒนาฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าคนนั้นได้ด้วยการบันทึกข้อมูล

2.4) ความสัมพันธ์ในช่วงต่อมา

การเก็บข้อมูลในช่วงนี้จะแตกต่างกันไปตามธุรกิจ แต่คนทำธุรกิจทุกคน

จะรู้จักลูกค้าที่ดีของตน พนักงานจะรู้ว่าใครที่ซื้อมากที่สุด และบ่นน้อยที่สุด จึงเลือกคนเหล่านี้ เพื่อทำการสำรวจอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อหา

- แนวโน้มของธุรกิจ
- ปัญหาเกี่ยวกับองค์การที่อาจทำให้ลูกค้าตึงจากกิจการได้
- แนวโน้มผลิตภัณฑ์ วิธีการขาย วิธีการส่งของ หรือองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์

2.5) ช่วงที่ความสัมพันธ์หยุดนิ่ง

ธุรกิจหลายอย่างจะมีช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาติดต่อกับธุรกิจน้อยลงไปตามธรรมชาติ เมื่อเกิดช่วงที่ความสัมพันธ์หยุดนิ่ง ให้ใช้การสำรวจเพื่อค้นหาว่าสิ่งใดที่ลูกค้าชอบหรือไม่ชอบ เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานทั้งหมดของกิจการ ใช้ฐานข้อมูลตัวเลขจากการติดต่อซื้อขายเหล่านี้เป็นตัวเปรียบเทียบสำหรับเดือนต่อไป หรือปีต่อไป

2.6) ช่วงสิ้นสุดความสัมพันธ์

หากลูกค้าเลิกทำธุรกิจกับกิจการ พวกเขาจะเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญอย่างหนึ่งจะใช้การสำรวจเพื่อค้นหาว่า

- กิจการมีปัญหาในการบริการหรือไม่
- สินค้าของกิจการไม่ตรงกับความต้องการของพวกเขาอีกต่อไปอีกหรือไม่
- พวกเขาเริ่มทำธุรกิจกับใครแทนกิจการ
- สาเหตุที่พวกเขาเลิกทำธุรกิจกับกิจการนั้น ไม่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่พวกเขามีกับกิจการใช่ไหม (ลูกค้าย้ายไปอยู่เมืองอื่น)

2.3) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตช่วยสนับสนุนกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของกิจการได้ 3 ระดับคือ

2.3.1) การส่งข้อมูลสู่ลูกค้า

อินเทอร์เน็ตจะเป็นช่องทางให้ลูกค้าปัจจุบันและคนที่อาจเป็นลูกค้าของกิจการในอนาคต ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการของกิจการ ซึ่งก็คือการให้ลูกค้าเหล่านั้นรู้ว่ากิจการมีตัวตนอยู่ และรู้ว่าจะติดต่อกับกิจการได้อย่างไร

2.3.2) การรับข้อมูลจากลูกค้า

ระดับต่อมาจะมีความซับซ้อนมากขึ้น คือกิจการไม่เพียงให้ข้อมูลกับลูกค้า แต่ยังเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าได้มากขึ้นจากตัวลูกค้าเอง อินเทอร์เน็ตจะยอมให้กิจการเก็บข้อมูลที่มีประโยชน์(หรือบางครั้งก็ไม่มีประโยชน์) เกี่ยวกับลูกค้า บางครั้งลูกค้าอาจตอบคำถาม และให้ข้อมูล

ที่มีค่ากับกิจการผ่านทางอินเทอร์เน็ต ยิ่งกว่านั้นกิจการยังสามารถเก็บข้อมูลที่มีคุณค่าได้โดยไม่ต้องไปรบกวนเวลาของลูกค้าโดยตรง

2.3.3) การขายทางอีคอมเมิร์ซ

เป็นระดับที่สูงที่สุด คือ กิจการสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้า กิจการสามารถสร้างความสัมพันธ์แบบมีประโยชน์ร่วมกันกับลูกค้าที่กิจการไม่เคยพบ หรือไม่เคยพูดคุยด้วยได้ ความสัมพันธ์ทุกอย่างของคุณสามารถประสบความสำเร็จของลูกค้าเสนอสินค้าและบริการเพิ่มเติมจากการซื้อครั้งก่อน และประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้ โดยไม่ต้องติดต่อกับลูกค้าเป็นการส่วนตัว การใช้อินเทอร์เน็ตสามารถช่วยให้กิจการส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้า ด้วยวิธีการแบบใหม่ๆ และลดภาระในการใช้ทรัพยากรแบบเดิมๆ กฎ 3 ข้อเพื่อความสำเร็จในหนทางของอีคอมเมิร์ซ

- ไม่จำเป็นต้องลงทุนอย่างมหาศาลกับการทำ อีคอมเมิร์ซ
- ทำให้มันทันสมัยอยู่เสมอ ลูกค้าคาดหวังว่าข้อมูลในอินเทอร์เน็ตจะทันสมัยกว่าข้อมูลในสื่อสิ่งพิมพ์ของกิจการ
- พยายามทำให้มันเป็นเรื่องง่ายๆ และมีความเป็นกันเอง

2.4) การปรับปรุงกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ให้เหมาะสม

การดำเนินการจัดกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และสิ่งที่กลยุทธ์ของกิจการกำหนดให้ทำ รวมถึงกลวิธีที่กิจการเลือกใช้ในการดำเนินกลยุทธ์นั้น การจัดกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ใหม่มี 3 ขั้นตอน คือ

2.4.1) ให้พิจารณาว่ากลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของกิจการมีผลต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

2.4.2) ให้พิจารณาภายในองค์การว่าพนักงานที่รับผิดชอบในการสร้างและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามีความเข้าใจ ยอมรับ และปฏิบัติตามกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ได้ดีแค่ไหน

2.4.3) ให้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาทั้งภายนอกและภายในองค์การมาศึกษาและใช้มันเพื่อจัดกลยุทธ์การจัดการลูกค้าใหม่
(ชลิต ลิมนะเวช, 2545)

2.2 การจัดการสินเชื่อ

ระบบเศรษฐกิจของโลกมนุษย์ได้มีวิวัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจเพื่อสนองความต้องการของตนเองและชุมชน โดยเริ่มตั้งแต่การแลกเปลี่ยนสิ่งของกันมาเป็นการใช้สื่อกลางการแลกเปลี่ยน จากแร่ธาตุที่คงทน มาเป็นเหรียญและเงินกระดาษ จนที่สุดถึงการนำสินเชื่อเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก ก่อให้เกิดการขยายตัวทางการค้าและเศรษฐกิจ ตลอดจนถึงการพัฒนาระบบธนาคารซึ่งเป็นสถาบันการเงินทางเศรษฐกิจที่สำคัญให้เป็นแหล่งกลางระหว่างผู้ออมกับผู้ลงทุนด้วย สำหรับสินเชื่อนั้นได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น เพราะมนุษย์เริ่มมีการคิดค่าตอบแทน คือ ดอกเบี้ยจากการติดต่อซื้อขายสินค้าหรือกู้ยืมเงินระหว่างกัน ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการที่ทรัพยากรทางธรรมชาติมีอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่ความจำเป็นในการดำรงชีพ และการอยู่รอดในสังคมยังมีอยู่และมีมากด้วย การมีสินเชื่อในสังคมโดยอ้อมสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของสังคมนั้นด้วย เพราะการมีสินเชื่อแสดงถึงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของคนในสังคมนั้น อย่างไรก็ตาม การใช้สินเชื่อที่เกินตัวและผิดวัตถุประสงค์ อาจส่งผลเสียถึงขั้นล้มละลายได้ ดังนั้นจึงควรได้มีการศึกษาถึงหลักการจัดการสินเชื่อที่มีประสิทธิภาพที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายหลักของกิจการ คือ การรักษาสภาพคล่อง และการทำกำไร โดยให้มีความเสี่ยงและต้นทุนในการจัดการสินเชื่อต่ำที่สุด

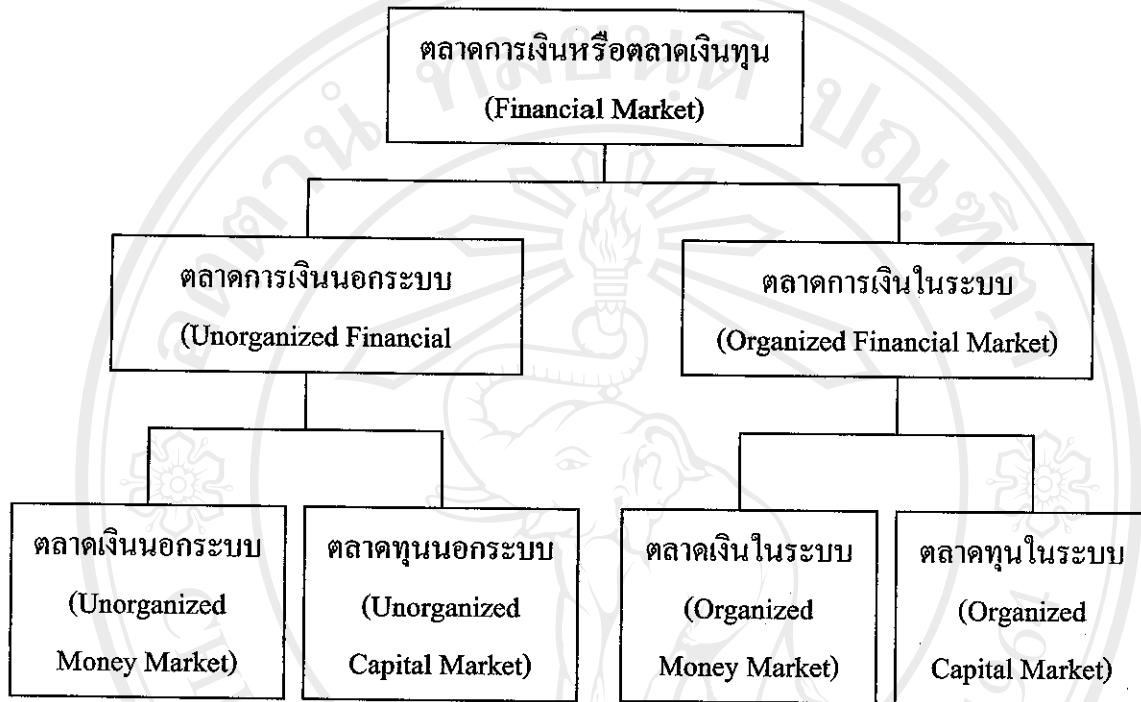
2.2.1) ความหมายของสินเชื่อ

สินเชื่อ คือ ความเชื่อถือและไว้วางใจระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ในการที่จะให้สินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขการชำระคืนในอนาคต บุคคล 2 ฝ่ายที่กล่าวถึงนั้นอาจมีการติดต่อกันเป็นรายบุคคล กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล หรือระหว่างกันก็ได้ และสิ่งที่ฝ่ายผู้ให้สินเชื่อจะต้องรับภาระตามต่อมา คือ ความเสี่ยง ดังนั้น สินเชื่อนอกจากจะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเชื่อถือแล้ว ยังต้องอาศัยหลักประกันซึ่งอาจเป็นได้ทั้งบุคคลหรือหลักทรัพย์ที่จะนำมาใช้เป็นหลักประกัน

1) บทบาทของสินเชื่อต่อสถาบันการเงิน

เนื่องจากเงินและสินเชื่อได้ชื่อว่าเป็นสินทรัพย์ประเภทหนึ่งทางเศรษฐกิจย่อมจะต้องมีตลาดและผู้ประกอบการโดยเฉพาะ เช่นเดียวกับสินค้าประเภทอื่น เช่น สินค้าเกษตรก็ย่อมต้องมีตลาดผู้ประกอบการที่มีความชำนาญเฉพาะด้านสินค้าเกษตร ดังนั้นจึงต้องกล่าวถึงตลาดการเงินหรือตลาดเงินทุน (Financial market) และสถาบันการเงิน ซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสินเชื่อไว้ด้วย เพราะตลาดการเงินจะเป็นแหล่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ต้องการใช้เงินทุน โดยมีสถาบันการเงิน (Financial institution) เป็นกลไกทางการเงิน (Financial mechanism) ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการระดมเงินออมทั้งจากภาคเอกชน และภาครัฐบาลมาเป็นทุนแก่ผู้ต้องการใช้เงินทุนทั้งที่เป็น

บุคคลธรรมดา ธุรกิจ หรือหน่วยงานของรัฐก็ได้ ตลาดการเงินแบ่งประเภทได้ตามแผนภาพ และคำอธิบายโดยย่อต่อไปนี้



รูปที่ 2.1 แสดงการแบ่งประเภทของตลาดเงินทุน

ตลาดการเงินนอกระบบ หมายถึง แหล่งการเงินที่เกิดขึ้นเองตามความจำเป็น และความต้องการของสิ่งแวดล้อม ระเบียบ กฎเกณฑ์และข้อตกลงต่างๆ ขึ้นอยู่กับความพอใจระหว่าง “นายทุน” และ “ลูกค้า” ฉะนั้นจึงยืดหยุ่นอยู่ตลอดเวลาและไม่เป็นไปตามคัลลลงของตัวบทกฎหมาย เงินทุนที่เคลื่อนไหวอยู่ในตลาดประเภทนี้มีรูปแบบต่างๆ กัน เช่น การให้กู้ยืมธรรมดา การรับจำนำ การเล่นแชร์ เป็นต้น

ตลาดการเงินในระบบ หมายถึง แหล่งการเงินที่มีการดำเนินงานโดยสถาบันการเงินต่างๆ ภายในขอบเขตของตัวบทกฎหมาย ระเบียบและกฎเกณฑ์ในทางปฏิบัติจะแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทของสถาบันโดยมีกฎหมายระบุไว้

ตลาดเงิน (Money Market) หมายถึง แหล่งจัดหาเงินทุนแก่ผู้ต้องการเงินทุนในระยะสั้น เช่น การกู้ยืมประเภทตั๋วเงินคลัง ตั๋วเงินประเภทต่างๆ

ตลาดทุน (Capital Market) หมายถึง ตลาดที่ให้เงินทุนในระยะยาว เช่น พันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้ หุ้นสามัญ เป็นต้น

2) บทบาทของสินเชื่อในระบบเศรษฐกิจ

สินเชื่อได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น เพราะมนุษย์เริ่มคิดผลตอบแทนคือดอกเบี้ยจากการให้ซื้อสินค้าและบริการหรือการกู้ยืมเงินกันเพราะจากจำนวนทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด และความจำเป็นในการดำรงชีพ และความต้องการอยู่รอดในสังคมยังมีอยู่และมีมากขึ้นด้วย จึงทำให้สินเชื่อเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม น่าจะศึกษาถึงผลดี และผลเสียของการมีสินเชื่อในระบบเศรษฐกิจด้วย กล่าวคือ

ผลดี

- ช่วยบำบัดความต้องการของมนุษย์ในการใช้จ่ายอุปโภคและบริโภคในระยะยาวโดยพิจารณาจากรายได้ปัจจุบันที่สามารถจะชำระหนี้ในอนาคต
- ช่วยส่งเสริมให้เศรษฐกิจดีขึ้นได้โดยการก่อให้เกิดเงินออมและแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการที่เดือดร้อนด้านการเงิน ซึ่งสินเชื่อจะเข้ามามีบทบาทได้ตั้งแต่การผลิต การว่าจ้างแรงงาน การซื้อขาย ตลอดจนถึงการบริหารกิจการเพื่อให้เกิดสภาพคล่องในการดำเนินงาน ทั้งหมดนี้ย่อมส่งผลถึงความกินดีอยู่ดีของชุมชน และสะท้อนให้เห็นถึงสภาพเศรษฐกิจที่ดีของสังคมด้วย
- ช่วยส่งเสริมศีลธรรมของสังคม เพราะสังคมใดที่มีการใช้สินเชื่อมาก แสดงให้เห็นว่าสังคมนั้นประกอบด้วยบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือรักษาสัจจะต่อกัน ดังนั้นถ้ามีการใช้สินเชื่อได้ถูกต้องตามหลักการแล้ว นอกจากจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจอาจส่งผลให้ถึงความมีศีลธรรมอันดีในสังคมนั้นด้วย เพราะคนดีจึงจะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ

ผลเสีย

- การใช้สินเชื่อมากเกินไปไม่ว่าจะเพื่อบำบัดความต้องการของมนุษย์ หรือเพื่อการดำเนินงานในธุรกิจ จะทำให้บุคคลใช้จ่ายโดยไม่ระมัดระวังอาจเกิดหนี้สินล้นพ้นตัวจนถึงขั้นล้มละลาย
- การใช้สินเชื่อเป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนมากเกินไปอาจเกิดภาวะเงินเฟ้อ เพราะราคาสินค้าสูงขึ้น โดยเนื่องมาจากทุกคนสามารถใช้สินเชื่อเพื่อบำบัดความต้องการของตนจึงทำให้ความต้องการในสินค้า หรือบริการ มีมากกว่าอุปทาน
- การใช้สินเชื่อไปเพื่อลงทุนในการเพิ่มผลผลิตที่ไม่ได้ก่อให้เกิดผลดีแก่ผู้ลงทุนหรือเศรษฐกิจโดยรวม นับได้ว่าเป็นการสูญเปล่าในการลงทุน และใช้สินเชื่อ

3) หลักการจัดการสินเชื่อ

ในการจัดการสินเชื่อ แบ่งงานออกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ การปล่อยสินเชื่อและการเรียกเก็บหนี้ ซึ่งงาน 2 ลักษณะนี้ นับว่าเป็นงานหลักของการจัดการสินเชื่อ ที่จะต้องดำเนิน

ควบคู่กันไปเสมือนตาซึ่ง กล่าวคือ ถ้างานใดหย่อนอีกงานจะต้องเข้มงวดจึงจะทำให้งานจัดการสินเชื่อ ลุล่วงไปด้วยดี อย่างไรก็ตามหลักการจัดการสินเชื่อยังคงใช้กระบวนการตามหลักการจัดการทั่วไป เป็นแนวทาง กล่าวคือ

3.1) การวางแผน(Planning)

ในการพิจารณาให้สินเชื่อของแต่ละธุรกิจหรือแต่ละสถาบันย่อมมีหลักการและวิธีการปฏิบัติแตกต่างกันออกไป แต่เป้าหมายหลักหรือวัตถุประสงค์หลักที่เหมือนกัน คือ ต้องการให้ผู้ขอสินเชื่อไปแล้วสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานจนสามารถส่งให้ผลประโยชน์ตอบแทนเป็นดอกเบี้ยและคืนเงินต้นได้ตามกำหนด แม้ว่าจะมีหลักทรัพย์ค้ำประกันคຸ່ມวงเงินที่เป็นหนี้ ดังนั้นสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการวางแผนเพื่อการจัดการสินเชื่อ คือ

- การตั้งวัตถุประสงค์และนโยบายในการปล่อยสินเชื่อของกิจการ
- การเรียกเก็บหนี้ เป็นงานหนึ่งที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบของงานจัดการสินเชื่อ

ซึ่งจะต้องมีควบคู่กันไปเมื่อมีการอนุมัติสินเชื่อในรายหนึ่งรายใดไปแล้ว

3.2) การจัดสายงาน(Organizing)

การจัดสายงานที่เอื้อต่อการจัดการสินเชื่อ ทำให้หลายรูปแบบและหลายลักษณะขึ้นกับลักษณะและนโยบายของแต่ละธุรกิจ โดยมีปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบการจัดสายงานด้านสินเชื่อ อีก 6 ประการ คือ

- ขนาดของการให้บริการด้านสินเชื่อ
- การมอบหมายภาระงานด้านสินเชื่อ และการเรียกเก็บหนี้
- ลักษณะของบริการสินเชื่อ
- ประเภทลูกค้า
- จำนวนลูกหนี้
- ลักษณะของการขายสินค้า

3.3) การปฏิบัติงานด้านสินเชื่อ(Actuating)

การปฏิบัติการด้านสินเชื่อ แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

3.3.1) การพิจารณาปล่อยสินเชื่อ

1) การหาลูกค้าใหม่ เนื่องจากสภาพการค้าทางเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้มีการแข่งขันกันแย่งลูกค้า แม้แต่การให้สินเชื่อซึ่งในอดีตผู้ขอสินเชื่อจะเป็นฝ่ายเข้าหาผู้ให้สินเชื่อก็ยังเปลี่ยนเป็นการเริ่มได้จากทั้ง 2 ฝ่าย

2) แบบคำขอสินเชื่อ ผู้ขอสินเชื่อจะต้องเป็นผู้กรอกแบบคำขอสินเชื่อเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้ให้สินเชื่อ

3) การสัมภาษณ์ผู้ขอสินเชื่อ จะเป็นข้อมูลสินเชื่อเบื้องต้นที่ได้จากการพบกันโดยตรงระหว่างผู้ขอและผู้ให้สินเชื่อ โดยมากจะเป็นการพบกัน ณ ที่ทำการของผู้ให้สินเชื่อ

4) สืบสวนหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่มาขอสินเชื่อโดยพิจารณาหาข้อมูลที่ถูกต้องทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อนำมาใช้พิจารณาปล่อยสินเชื่อด้วยวิธีการต่อไปนี้

ก) จากการสอบถามหรือรายงานที่เสนอต่อสาธารณชนโดย

- การสัมภาษณ์ลูกค้าโดยตรง
- รายงานสินเชื่อของพนักงานขาย
- ทนายความและสำนักงานกฎหมาย
- นักบัญชี
- ธนาคาร
- อื่นๆ เช่น สิ่งพิมพ์ สถานศึกษา ฯลฯ

ข) จากสถาบันหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านจัดหา และวิเคราะห์ข้อมูลสินเชื่อ

5) ทำการวิเคราะห์สินเชื่อทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณหลังจากได้ข้อมูลที่ต้องการแล้ว

6) กำหนดวงเงินสินเชื่อ (Credit lines and limits) สำหรับลูกค้าแต่ละรายโดยมีหลักการในการกำหนดวงเงินสินเชื่อว่า ควรให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า แต่ไม่มากจนเกินความสามารถในการชำระหนี้

7) การจัดทำรายงานเพื่อสรุปการตัดสินใจและข้อเสนอแนะต้องเขียนให้ได้เนื้อถ้อยใจความ แต่ให้สั้นที่สุดที่จะสั้นได้

8) การจัดทำแฟ้มสินเชื่อ เพื่อเป็นแฟ้มที่เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของ ลูกค้า สำหรับเป็นแหล่งค้นหาหลักฐานและเป็นแนวทางของผู้ให้สินเชื่อใช้ในการอนุมัติสินเชื่อและติดตามปรับข้อมูลสินเชื่อเพื่อลดความเสี่ยง

9) แจ้งผลการพิจารณาปล่อยสินเชื่อให้ผู้ขอสินเชื่อทราบ ถ้าได้อนุมัติเพื่อกระตุ้นให้มาดำเนินการด้านพิธีการสินเชื่อตามกฎหมายรวมทั้งได้นำสินเชื่อไปใช้ให้เป็นประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ แต่ถ้าต้องปฏิเสธก็ควรแจ้งพร้อมเหตุผลเพื่อสร้างความรู้สึที่ดี และผู้ถูกปฏิเสธจะได้ไม่หงุดหงิด

10) ตราสารสินเชื่อและหลักทรัพย์ค้ำประกัน เมื่อมีรายการสินเชื่อเกิดขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อกันเมื่อเกิดรายการสินเชื่อนั้น เรียกว่า ตราสารสินเชื่อสำหรับหลักทรัพย์ค้ำประกัน (Collateral) คือ สิ่งของที่มีมูลค่าและอาจเปลี่ยนเป็นตัวเงินได้ง่ายนำมาใช้เป็นเครื่องค้ำประกันการชำระเงินอย่างหนึ่ง แต่ไม่จำเป็นสำหรับรายการสินเชื่อทุกรายการอาจใช้เฉพาะกรณีพิเศษหรือใช้ร่วมกับตราสารชนิดอื่น โดยสินเชื่อแต่ละประเภทจะมีตราสารสินเชื่อที่เหมาะสม

แก่การใช้ต่างกันไป เพื่อให้ผู้บริหารงานด้านสินเชื่อได้พิจารณาเลือกใช้ตราสารได้อย่างเหมาะสม และถูกต้องตามกฎหมาย

3.3.2) การเรียกเก็บหนี้

การเรียกเก็บหนี้ (Collection) หมายถึง ความพยายามที่ใช้ไปเพื่อให้ได้รับชำระหนี้ภายหลังที่หนี้สินนั้นพ้นกำหนดชำระหนี้มาแล้ว และเพื่อให้งานด้านการเรียกเก็บหนี้ของฝ่ายสินเชื่อบรรลุเป้าหมาย จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงระบบการติดตามบัญชีลูกหนี้ที่ดีและมีประสิทธิภาพเสียก่อน

3.4) การควบคุม(Controlling)

การทำหน้าที่ควบคุมประสิทธิภาพของการจัดการสินเชื่อจำเป็นต้องอาศัยทั้งการเลือกใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลข ได้แก่ ดัชนี อัตราส่วน และวิธีการทางสถิติต่างๆ ที่เหมาะสมกับข้อมูลที่ไม่ใช่ตัวเลขอื่น ได้แก่ ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และความสามารถในการตัดสินใจของผู้บริหารสินเชื่อมาพิจารณาประกอบกัน เพื่อให้สามารถแยกแยะประเมินปัญหาในแต่ละกรณีได้ชัดเจน และได้การตัดสินใจที่เหมาะสมมาใช้ในการปฏิบัติหน้าที่งานด้านการจัดการสินเชื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการต่อไปด้วย สำหรับวิธีการที่จะใช้ในการควบคุมและวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงานสินเชื่อและการเรียกเก็บหนี้ คือ

- การควบคุมด้วยปริมาณขายสูงสุด
- การควบคุมด้วยเงินลงทุนในลูกหนี้
- การควบคุมด้วยต้นทุนเกี่ยวกับสินเชื่อ
- การควบคุมด้วยการดูความร่วมมือในการทำงานทั้งภายในและภายนอกกิจการ

2.2.2) หลักการวิเคราะห์สินเชื่อและวิธีวิเคราะห์สินเชื่อ

1) หลักการวิเคราะห์สินเชื่อ

ในการพิจารณาให้สินเชื่อของแต่ละธุรกิจหรือแต่ละสถาบันย่อมมีหลักการและวิธีการในการปฏิบัติแตกต่างกันออกไป แต่เป้าหมายหลักหรือวัตถุประสงค์หลักที่เหมือนกันคือ ต้องการให้ผู้ขอสินเชื่อไปแล้วสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานจนสามารถส่งผลประโยชน์ตอบแทนเป็นดอกเบี้ยและคืนเงินต้นได้ตามกำหนด โดยไม่กระทบกระเทือนต่อการดำเนินงาน ดีกว่าที่จะให้ขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินงาน แม้ว่าจะมีหลักทรัพย์ค้ำประกันค้ำประกันเงินเป็นหนี้ก็ตาม พื้นฐานสำคัญ 3 ประการสำหรับการวิเคราะห์สินเชื่อ คือ

1.1) กำหนดวัตถุประสงค์แนบนโยบายสินเชื่อของกิจการ ผู้บริหารสินเชื่อจะต้องกำหนดความต้องการและแนวทางไว้ เพื่อให้เจ้าหน้าที่สินเชื่อนำไปปฏิบัติ

1.2) ศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในการวิเคราะห์สินเชื่อเพื่อการตัดสินใจว่าจะปล่อยสินเชื่อ

ให้แก่ผู้ขอสินเชื่อรายใดรายหนึ่งนั้น เรื่องที่ผู้บริหารงานด้านสินเชื่อควรทราบคือ ระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่อยู่ในรูปกฎหมายไม่ว่าจะเป็นกฎหมายในลักษณะของพระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา หรือแม้แต่ประกาศคำสั่งของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นแหล่งอ้างอิงที่สำคัญเบื้องต้น ประกอบกับตำรากฎหมายหรือบทความในวารสารวิชาการต่างๆ ที่ขยายความในกฎหมายก็เป็นเครื่องมืออย่างสำคัญ ความรอบรู้หรือความสนใจต่อกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ย่อมเป็นเครื่องช่วยอย่างมากในการตัดสินใจของผู้บริหารให้เป็นไปในแนวทางที่ถูกต้องตามแนวบรรทัดฐานที่มีอยู่และยังเป็นเครื่องมือสนับสนุนเหตุผลเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจขั้นสุดท้ายอีกด้วย

1.3) หลักการพิจารณาคำขอสินเชื่อเบื้องต้น ผู้ให้สินเชื่อควรพิจารณาในขั้นต้นก่อนว่า

- โครงการที่เสนอขอสินเชื่อมีทางบรรลุผลสำเร็จหรือไม่
- วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อตรงกับหลักเกณฑ์ของกิจการหรือไม่
- ปริมาณเงินให้กู้ยืมของกิจการที่ให้ผู้ให้สินเชื่อมีเพียงพอหรือไม่
- ต้นทุนของเงินทุนสูงเกินไปที่จะนำมาให้กู้ต่อหรือไม่
- วงเงินกู้ยืมกับทุนประกอบการของผู้ขอสินเชื่อ อยู่ในสัดส่วนที่พอเหมาะหรือไม่

ถ้าจะขอสินเชื่อด้วยทุนประกอบการจำนวนน้อย ผู้ให้สินเชื่อย่อมจะมีความเสี่ยงมาก

- หลักทรัพย์ที่ประกันการกู้ยืม มีเพียงพอคุ้มกับความเสี่ยงในการให้สินเชื่อหรือไม่

2) วิเคราะห์สินเชื่อ

ในการวิเคราะห์สินเชื่อนอกจากจะต้องมีพื้นฐานการวิเคราะห์สินเชื่อดังได้กล่าวแล้ว ยังต้องมีการวิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ขอสินเชื่อ ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือนิติบุคคลโดยการวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ด้วยข้อมูลสินเชื่อที่รวบรวมมาได้ทั้งหมดตั้งแต่อดีตปัจจุบัน และการชำระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อที่สำคัญ จึงอาจแยกการวิเคราะห์สินเชื่อออกเป็น 2 วิธีการคือ

2.1) วิเคราะห์สินเชื่อเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์เพื่อคุณภาพของผู้ขอสินเชื่อในการพิจารณาเพื่ออนุมัติสินเชื่อแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นหัวข้อต่อไปนี้

2.1.1) คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อการวิเคราะห์จะต้องพิจารณาบุคลิกลักษณะของผู้ขอสินเชื่อชื่อเสียงของกิจการของผู้ขอสินเชื่อ ความเชื่อถือในสายตานักลงทุนและความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจนอกจากนี้ความเป็นอยู่และอุปนิสัยในการใช้จ่ายเงิน สภาพสังคม สภาพการสมรส และความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมอาจช่วยส่งเสริมคุณสมบัติของบุคคลนั้นได้ แนวโน้มที่จะแสดงการขาดคุณสมบัติที่ไม่ควรได้รับสินเชื่อ ได้แก่การเป็นคนคิดเหวี่ยง ชอบเล่นการพนันหรือมักจะปกปิดสภาพส่วนตัวและสภาพธุรกิจของตน การคดโกงแม้เพียงเล็กน้อยที่ผู้ขอสินเชื่อเคยกระทำ ก็จะต้องนำมาพิจารณาเป็นสำคัญด้วย การตัดสินใจว่า คุณสมบัติของลูกค้านั้นดีเพียงไรต้องมีหลักฐาน

ประกอบ เช่น ความสม่ำเสมอในการชำระหนี้ที่เป็นมาในอดีต ลูกหนี้ซึ่งเคยมีประวัติดีมาก่อนแล้ว มักไม่เปลี่ยนไปจากที่เคยกระทำมา ส่วนลูกหนี้ซึ่งเคยผิดสัญญามาก่อนก็มักจะมีแนวโน้มที่จะกระทำอีกในอนาคต หลักฐานแสดงประวัติการชำระหนี้นี้อาจหาได้จากเจ้าหนี้รายอื่นๆ ของผู้ขอสินเชื่อ หลักฐานอื่นๆ อาจพบได้จากความเชื่อถือที่ได้รับทั้งในธุรกิจและในสังคม หลักฐานการศึกษา และด้วยการพูดคุยกับตัวผู้ขอสินเชื่อ สรุปส่วนประกอบในการวิเคราะห์คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อได้ ดังนี้

- ความรับผิดชอบ
- ความมั่นคงด้านที่อยู่อาศัยและการทำงาน
- ความซื่อสัตย์สุจริต
- ความตรงต่อเวลาและความเสมอต้นเสมอปลาย

2.1.2) ความสามารถในการชำระหนี้ความสามารถในการชำระหนี้ หมายถึง ความสามารถในการจ่ายชำระหนี้สินเมื่อครบกำหนด โดยจะเห็นได้ว่าลูกหนี้ที่มีความตั้งใจในการชำระหนี้สินต่างๆ ที่ไม่มีเงินหรือไม่มีความสามารถหาเงินมาได้ก็ทำให้เกิดสภาพความเสี่ยงขึ้น การประมาณความสามารถนี้ต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ หรือหนี้สินมักจะจ่ายจากรายได้มากกว่าจากเงินสะสม แต่จากรายได้เพียงอย่างเดียวไม่สามารถแสดงถึงความสามารถในการชำระหนี้ได้ ทั้งนี้ เพราะในปัจจุบันผู้ขอสินเชื่ออาจมีหนี้สินที่จะต้องชำระจากรายได้อยู่เต็มจำนวนแล้วและไม่สามารถก่อหนี้ได้มากกว่านี้อีกต่อไป นอกจากนี้ความสามารถในการชำระหนี้อาจจำกัดด้วยแบบแผนการใช้จ่ายด้วย เช่น ครอบครัวที่มีลูกหลายคนย่อมมีความเสี่ยงในการชำระหนี้มากกว่าครอบครัวที่มีลูกน้อยกว่า ที่ระดับรายได้เดียวกัน ระยะเวลามีผลสำคัญต่อความสามารถในการชำระหนี้ด้วย สำหรับปัจจัยอื่นๆ อาจดูได้จากคุณสมบัติส่วนตัวและความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้เป็นเจ้าของหรือผู้จัดการ เช่น สุขภาพ การศึกษาและความชำนาญในสาขาอาชีพ อายุ บุคลิกภาพ เสถียรภาพในการว่าจ้างคนงาน ความประหยัด และความก้าวหน้าในการดำเนินงาน เป็นต้น สรุปส่วนประกอบของการวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ ได้ดังนี้

- รายได้ประจำต้องมากพอที่จะชำระหนี้
- ความสามารถในการหารายได้
- หนี้สินที่มีอยู่
- แบบแผนการใช้จ่าย

2.1.3) เงินทุน แสดงถึงความมั่นคงทางการเงินของธุรกิจ และยังเป็นเครื่องรับรองว่าธุรกิจจะสามารถชำระหนี้สินโดยใช้เงินทุนนี้ได้ถึงแม้ว่าจะเกิดความผิดพลาดล้มเหลวทางด้านคุณสมบัติหรือความสามารถในการชำระหนี้ในเวลาต่อมาก็ตาม เงินทุนอาจวัดได้จากส่วนของเจ้าของ

หรือสินทรัพย์สุทธิของธุรกิจ โดยทั่วไปแล้ว สำหรับเงินกู้ส่วนบุคคล พิจารณาจากรายได้ของบุคคลนั้นมากกว่าเงินทุนของผู้ขอสินเชื่อ แต่สำหรับการกู้ยืมเงินจำนวนมาก เงินทุนจะเป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการพิจารณาและในบางกรณีอาจต้องมีการค้ำประกันด้วยหลักทรัพย์อีกด้วย เงินทุนอาจใช้ชำระหนี้สินให้กับเจ้าหนี้ได้ แต่การอนุมัติสินเชื่อจะไม่กระทำด้วยข้อสมมุติว่า ลูกหนี้จะชำระหนี้จากเงินทุนหรือด้วยสินทรัพย์ที่จำนองไว้ ทั้งนี้เพราะว่าการใช้เงินทุนชำระหนี้ อาจทำให้การดำเนินงานของธุรกิจต้องหยุดชะงักได้ การอนุมัติสินเชื่อจะทำเมื่อเห็นว่ากิจการนั้นจะสามารถชำระหนี้สินได้ และการขายสินค้าในอนาคตก็อยู่ในระดับดี เงินทุนของธุรกิจอาจดูได้จากงบการเงิน ข้อพึงสังเกตคือในการวิเคราะห์ควรใช้ราคาตลาดของสินทรัพย์มากกว่าราคาตามบัญชี และควรใช้วิธีการตีราคาที่เหมาะสมเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ถูกต้องด้วยสรุปส่วนประกอบในการวิเคราะห์เงินทุน ได้ดังนี้

- สินทรัพย์
- ส่วนของเจ้าของ

2.1.4) หลักประกัน นับเป็นสินทรัพย์ชนิดหนึ่งซึ่งนำมาค้ำประกันการขอสินเชื่อและมักจะเป็นสินทรัพย์ถาวรจึงเป็นข้อหนึ่งที่ต้องวิเคราะห์เพื่อพิจารณาความเสี่ยงของสินเชื่อที่จะอนุมัติ เช่น ธนาคารบางแห่ง อาจให้กู้ยืมเงิน โดยมีการตรวจสอบหลักทรัพย์ซึ่งใช้ค้ำประกันอย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อน หรือธุรกิจที่ขายรถยนต์ให้บุคคลทั่วไป อาจใช้วิธีการจำนำสังหาริมทรัพย์เป็นหลักประกันในการรับตัวสัญญาใช้เงินสำหรับยอเงินที่ยังคงค้างอยู่

2.1.5) สภาพทางเศรษฐกิจ สภาพการณ์ภายนอกซึ่งอยู่นอกเหนืออำนาจการควบคุมทั้งของผู้ให้สินเชื่อและผู้ขอสินเชื่อ อาจมีผลกระทบกระเทือนต่อความเสี่ยงในการให้สินเชื่อได้ สภาพการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาวจะต้องนำมาเป็นส่วนประกอบในการพิจารณาถึงผลกระทบที่จะมีต่อความสามารถในการชำระหนี้และเงินทุนของกิจการ ฝ่ายบริหารสินเชื่อจะต้องทันต่อสภาพการณ์แวดล้อมเหล่านี้เสมอและจะต้องสามารถคาดคะเนแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคตด้วย สถานการณ์ทางการเมืองก็มีส่วนสำคัญเช่นเดียวกับสภาพทางเศรษฐกิจ สถานการณ์การแข่งขันในระหว่างการค้าประเภทเดียวกัน อาจมีผลกระทบกระเทือนต่อความเสี่ยงในสินเชื่อได้ นอกจากนี้สภาพการณ์ในตลาดเงินตราก็เป็นปัจจัยที่อยู่เหนือการควบคุมด้วย เช่น ปริมาณเงินทุนที่มีอยู่ในตลาด อัตราดอกเบี้ย และอุปสงค์ในสินเชื่อ เป็นต้น

2.1.6) ประเทศที่ติดต่อด้วย ปัจจัยการค้าระหว่างประเทศมีความสำคัญมากขึ้นดังนั้น สำหรับผู้ขอสินเชื่อที่ดำเนินการค้าติดต่อกับต่างประเทศ ผู้วิเคราะห์สินเชื่อจะต้องวิเคราะห์ถึงภาวะการเมือง เศรษฐกิจและสังคมการค้าของประเทศที่ผู้ขอสินเชื่อติดต่อด้วย

2.2) วิเคราะห์สินเชื่อเชิงปริมาณ

วิธีวิเคราะห์สินเชื่อเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลจากงบการเงินเป็นหลัก ดังนั้น แนวทางในการวิเคราะห์จะอาศัยเทคนิคและเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์งบการเงิน โดยจะเลือกใช้ในส่วนที่จะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สินเชื่อเท่านั้น ในอดีตที่ผ่านมาการวิเคราะห์ฐานะสินเชื่อจะวิเคราะห์จากงบดุล แต่ในระยะหลังนี้มีการนำงบกำไรขาดทุนมาวิเคราะห์ด้วยเพื่อให้การวิเคราะห์ฐานะการเงินทำได้ละเอียดมากยิ่งขึ้น

2.2.3) การกำหนดวงเงินและเงื่อนไขสินเชื่อ

1) ความหมายของวงเงินสินเชื่อ

ในการพิจารณาเรื่องความหมายของวงเงินสินเชื่อจะแยกได้เป็น 2 ความหมาย คือ

1.1) วงเงินให้สินเชื่อ หมายถึง วงเงินสูงสุดที่เจ้าหนี้ยอมให้ลูกหนี้เป็นหนี้ได้ในเงื่อนไขและเงื่อนไขเวลาที่กำหนด

1.2) วงเงินจำกัดสินเชื่อ หมายถึง วงเงินที่จำกัดการให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้ที่เจ้าหนี้ยังไม่แน่ใจในคุณภาพ หรือคุณค่าของสินเชื่อยังไม่ดีพอ

2) วัตถุประสงค์ของการกำหนดวงเงินสินเชื่อ

2.1) เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการบริหารงานและการควบคุมด้านสินเชื่อ

2.2) เพื่อช่วยให้งานการเรียกเก็บหนี้เกิดประสิทธิผล

2.3) เพื่อช่วยในการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจแบบมีสินเชื่อ

3) ปัจจัยที่ผลต่อการกำหนดวงเงินสินเชื่อ

3.1) ความสำคัญของผู้ขอสินเชื่อ ว่าเป็นลูกค้ารายใหญ่หรือรายย่อย

3.2) ขนาดของธุรกิจในการรับภาระความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อ

3.3) การกระจายความเสี่ยงด้วยการกระจายการปล่อยสินเชื่อแก่ลูกค้า

3.4) คู่แข่งขันในการปล่อยสินเชื่อ

3.5) ความเชื่อมั่นในผลการดำเนินงานของผู้ขอสินเชื่อ

3.6) ลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ขอสินเชื่อ

3.7) สภาพการณ์ทางธุรกิจของผู้ขอสินเชื่อ

3.8) ความต้องการสินเชื่อของผู้ขอสินเชื่อ

3.9) ยอดสินเชื่อทั้งหมดที่ผู้ขอสินเชื่อยังมีอยู่

4) แนวปฏิบัติในการกำหนดวงเงินสินเชื่อ

ในทางปฏิบัติแล้ว ผู้ปล่อยสินเชื่อจะไม่กำหนดวงเงินสินเชื่อ และวงเงินจำกัดสินเชื่อแน่นอนลงไป เพราะจะทำให้ลูกหนี้รู้สึกว่าเป็นการจำกัดการซื้อ และอาจเกิดความไม่เข้าใจกันกับ

ลูกหนี้ที่ได้รับวงเงินสินเชื่อต่ำ เพราะคิดว่าประเมินคุณค่าของเขาต่ำไป ดังนั้นจึงควรวางแผนปฏิบัติไว้ดังนี้

- 4.1) เจ้าหนี้และลูกหนี้ควรตกลงและทำความเข้าใจให้ดีเกี่ยวกับเงื่อนไขที่จะกำหนดขึ้นก่อน
- 4.2) หากเจ้าหนี้จำเป็นต้องกำหนดวงเงินสินเชื่อเอง ควรใช้เพื่อเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจและไม่ต้องประกาศเปิดเผย
- 4.3) ควรปรับปรุงวงเงินสินเชื่ออยู่เสมอโดยใช้ข้อมูลที่ได้มาใหม่หรือผลการติดตามลูกหนี้มาประกอบการพิจารณา
- 4.4) ฝ่ายจัดการสินเชื่อควรพิจารณาคุณลักษณะการดำเนินงาน และผู้รับผิดชอบในการกำหนดวงเงินสินเชื่อของกิจการเองด้วย เพื่อให้ตัดสินใจได้รวดเร็วและป้องกันผลในทางลบที่อาจเกิดขึ้น หากกระทบกระเทือนความรู้สึกลูกหนี้

2.2.4) การติดตามปรับปรุงข้อมูลสินเชื่อ

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์สินเชื่อและอนุมัติให้สินเชื่อในรายใดรายหนึ่ง มาตรการต่อไปที่ต้องเตรียมไว้คือ การติดตามปรับข้อมูล ทั้งนี้เพื่อที่จะขจัดปัญหาและเป็นการหาวิธีการแก้ไข ปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขอสินเชื่อยังมีภาระหนี้สินอยู่ ทั้งที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ และรายที่พ้นกำหนดชำระแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์หลักสำหรับการติดตามปรับข้อมูลสินเชื่อ คือ เพื่อให้สามารถชี้ข้อบกพร่อง หรือเป็นสัญญาณอันตรายของสินเชื่อแต่ละประเภทได้ทันทั่วถึง เป็นการขจัดความสูญเสียในกรณีที่ไม่จำเป็นเสียแต่เนิ่นๆ และในทางตรงกันข้าม ถ้าผลการติดตามปรับข้อมูลสินเชื่อของลูกค้านั้นรายใดออกมาดีเป็นไปตามเงื่อนไข และปริมาณการค้า ตลอดจนเงินหมุนเวียนอยู่ในเกณฑ์ดีแล้ว ก็สมควรเสนอให้มีการต่ออายุสัญญาลดหรือเพิ่มวงเงินสินเชื่ออีก สารสำคัญที่ควรตรวจสอบ ประเภทและจำนวนสินเชื่อที่ติดต่อกัน การเคลื่อนไหวทางการเงิน การเคลื่อนไหวทางการค้า จำนวนวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติและการนำไปใช้ การชำระหนี้ตามเงื่อนไขที่ตกลง ความสามารถของผู้บริหารงาน ชื่อเสียงและจรรยาบรรณของกิจการในวงสังคม ผลการติดต่อกับเจ้าหนี้รายอื่น

ปัญหาและอุปสรรคของงานด้านสินเชื่อ คือ ข่าวด้านสินเชื่อที่รวบรวมมาไม่เพียงพอเพื่อการวิเคราะห์ ความเห็นของนักวิเคราะห์สินเชื่ออาจผิดพลาดเองได้ การอนุมัติสินเชื่อทำไปโดยคาดไม่ถึงอุปสรรคที่เกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลงตามวงจรธุรกิจที่นอกเหนือการควบคุม การล้มป่วย หรือล้มหายตายจากของผู้บริหาร อคติภัย ภัยธรรมชาติต่างๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้

แฟ้มสินเชื่อ (Credit Files) คือ เครื่องมือที่เป็นหัวใจของการติดตามปรับข้อมูลสินเชื่อมี

ลักษณะเป็นแฟ้มที่เก็บรายการต่างๆ เกี่ยวกับบัญชีหรือการให้สินเชื่อ เพื่อให้เป็นแหล่งค้นหาหลักฐานและแนวทางของผู้ให้สินเชื่อในการอนุมัติสินเชื่อ แฟ้มสินเชื่อจะมีประโยชน์มากสำหรับการจัดการสินเชื่อ เพราะจะเป็นที่รวบรวมข้อมูลสินเชื่อโดยละเอียด นับตั้งแต่ประวัติของลูกค้า งบการเงินทั้งหมด หลักฐานการเจรจาและการตกลงกันในการอนุมัติสินเชื่อ รวมถึงบทความหรือรายงานสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับลูกค้าด้วย การมีแฟ้มสินเชื่อจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ขอสินเชื่อด้วยเพราะจะทำให้การบริหารรวดเร็วขึ้น ส่วนประกอบของแฟ้มสินเชื่อ คือ กระดาษเปล่าที่เติมจำนวนได้ ใบแสดงการขอสินเชื่อหรือใบคำขอสินเชื่อ งบเปรียบเทียบต่างๆ งบการเงิน ได้แก่ งบดุล งบกำไร งบกำไรขาดทุนทั้งหมด หลักฐานที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ขอสินเชื่อและบันทึกของเจ้าหน้าที่ฝ่ายสินเชื่อ ข้อมูลจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่จากผู้ขอสินเชื่อเอง หนังสือติดต่อกับลูกค้า รายงานการติดตามผู้ขอสินเชื่อ

2.2.5) การจัดการเรียกเก็บหนี้

การเรียกเก็บหนี้เป็นงานหนึ่งที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายจัดการสินเชื่อซึ่งจะต้องมีความรู้ไปเมื่อมีการอนุมัติสินเชื่อในรายหนึ่งรายใดไปแล้ว งานทั้ง 2 ด้านนี้นอกจากต้องขึ้นแก่กันและกันแล้วยังต้องการการประสานงานเพื่อให้การทำงานสอดคล้องกันเป็นอย่างดีด้วย เพราะจุดมุ่งหมายของการจัดการเรียกเก็บหนี้ นั้น ต้องการรักษาและสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้ารวมทั้งความนิยมในกิจการด้วย ดังนั้นเพื่อให้การจัดการเรียกเก็บหนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ฝ่ายจัดการสินเชื่อควรวางแผนนโยบายการเก็บหนี้ให้เหมาะสมพร้อมทั้งกำหนดวิธีปฏิบัติ ซึ่งกระทำได้โดยเจ้าหน้าที่ของกิจการเองหรือการว่าจ้างบุคคลภายนอกมาทำการแทนให้

จุดมุ่งหมายหลักของการเรียกเก็บหนี้

- พยายามเก็บหนี้ให้ได้โดยเร็ว
- พยายามรักษาความนิยมจากลูกค้า
- พยายามให้เสียค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บหนี้ให้น้อยที่สุด

สาเหตุที่ลูกหนี้ผิดสัญญา

- ลูกหนี้เข้าใจหรือตีความเงื่อนไขการขายผิดไปจริงๆ
- ลูกหนี้ผิดสัญญาเพราะหลงลืมหรือระบบวิธีการดำเนินธุรกิจไม่ดีพอ
- ลูกหนี้เห็นเป็นรายการเล็กน้อยจึงไม่ใส่ใจในวันครบกำหนดชำระหนี้
- ลูกหนี้ที่ปกติชำระเงินตรงตามกำหนดเวลา แต่อาจช้าเป็นบางครั้ง
- ลูกหนี้ชำระเงินช้าเป็นบางครั้ง เพราะสภาพการณ์ที่ผิดปกติ
- ลูกหนี้ที่ชำระเงินช้าเป็นประจำ
- ลูกหนี้ที่ชำระเงินได้ตามกำหนดแต่ไม่ทำ
- ลูกหนี้ที่คาดคะเนสถานการณ์ของตนเองผิดไป

- ลูกหนี้ที่ต้องการเงินสดโดยไม่สมควรได้รับ
- ลูกหนี้ที่เกือบจะล้มละลายหรือล้มละลายจริงๆ
- ลูกหนี้ที่เป็นคนนอโกง

1) นโยบายการเรียกเก็บหนี้

ในการกำหนดนโยบายการเรียกเก็บหนี้ ควรศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะมีผลต่อการกำหนดการกำหนดนโยบายการเรียกเก็บหนี้ 4 ประการ

1.1) การจำแนกลูกหนี้

1.1.1) จำแนกตามลักษณะความเสี่ยง

ก) ลูกหนี้ที่มีความเสี่ยงในระดับดี คือลูกหนี้ซึ่งจัดว่ามีฐานะการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ในระดับสูง และมักจะพยายามรักษาสถานะสินเชื่อบริษัทไว้โดยเฉพาะในกรณีที่ไม่สามารถชำระหนี้ตามกำหนดเวลาได้ ก็จะพยายามดำเนินการอื่นๆ เพื่อแก้ไขและเพื่อให้เป็นที่พอใจของเจ้าหนี้อยู่เสมอ ลูกหนี้ประเภทนี้มักจะมีความรู้สึกไว จึงควรปฏิบัติด้วยความสุภาพอ่อนโยนและยอมผ่อนผันในบางโอกาส

ข) ลูกหนี้ที่มีความเสี่ยงในระดับปานกลาง คือลูกหนี้ซึ่งอาจจัดว่าเป็นลูกหนี้ที่ดี แต่มักจะจ่ายเงินช้า ความสามารถในการชำระหนี้ในระดับปานกลาง และเป็นคนที่เต็มใจชำระหนี้อยู่เสมอ แต่จากการที่เกิดเหตุการณ์หรือความไม่ระมัดระวังรอบคอบบางประการ ขึ้นกับกิจการของลูกหนี้ โดยที่ไม่สามารถควบคุมได้ลูกหนี้จึงต้องขอเลื่อนกำหนดการชำระเงินออกไป การจัดวางระบบเรียกเก็บหนี้สำหรับลูกหนี้ประเภทนี้ควรจะมีช่วงระยะเวลาผ่อนสมควรระหว่างการส่งจดหมายทางหนี้แบบต่อเนื่องแต่ละครั้ง

ค) ลูกหนี้ที่มีความเสี่ยงในระดับต่ำ คือลูกหนี้ซึ่งมีความสามารถและชื่อเสียงในการชำระหนี้ตามกำหนดเวลาเพียงพอที่จะได้รับอนุมัติสินเชื่อในวงเงินไม่มากนักจำนวนหนึ่ง กิจการควรจะดำเนินการในระบบการเก็บหนี้อย่างรวดเร็วและเข้มงวด ควรเว้นช่วงระยะเวลาเพียงเล็กน้อยในระหว่างการเตือนหรือทวงถามแต่ละครั้ง โดยพยายามหลีกเลี่ยงวิธีการรุนแรงจนกว่าจะแน่ใจว่าลูกหนี้ซึ่งผิดสัญญารายนั้นไม่สมควรที่กิจการจะติดต่อด้วยต่อไป

1.1.2) จำแนกตามลักษณะการผิดสัญญา

- ก) ลูกหนี้ที่มีความสามารถและเต็มใจชำระหนี้
- ข) ลูกหนี้ที่มีความสามารถ แต่ไม่ชำระหนี้
- ค) ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้

1.1.3) จำแนกตามลักษณะการชำระเงิน

- ก) เพื่อต้องการเงินสดเงินสด

- ข) เพื่อต้องการรับเงินลดตามระยะเวลา
- ค) ลูกค้าที่ชำระเงินตรงตามกำหนดเวลา
- ง) ลูกค้าที่ชำระช้า แต่เป็นลูกค้าที่ดี
- จ) ลูกค้าที่ชำระเงินช้า แต่ไม่น่าไว้วางใจ
- ฉ) ลูกค้าที่ไม่สามารถชำระเงินได้

1.2) ลักษณะธุรกิจ เป็นปัจจัยหนึ่งที่น่ามาพิจารณากำหนดวิธีการและแนวปฏิบัติเพื่อเรียกเก็บหนี้

1.3) อัตรากำไรของกิจการ ความสามารถในการหากำไรของธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญอย่างในการกำหนดระบบการเรียกเก็บหนี้

1.4) ลักษณะการแข่งขัน ลักษณะและความรุนแรงในการแข่งขันระหว่างธุรกิจย่อมเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาอีกประการหนึ่ง

2) แนวปฏิบัติในการเรียกเก็บหนี้

การเรียกเก็บหนี้ จะหมายถึงความพยายามที่ใช้ไปเพื่อให้ได้รับชำระเงินภายหลังที่หนี้สินนั้นพ้นกำหนดชำระเงินมาแล้ว และเพื่อให้งานด้านการเรียกเก็บหนี้ของฝ่ายสินเชื่อบรรลุเป้าหมาย จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงระบบการติดตามบัญชีลูกหนี้ที่ดีและมีประสิทธิภาพเสียก่อน

2.1) การวางระบบการติดตามบัญชีของฝ่ายเรียกเก็บหนี้

- ก) การจัดทำบแยกอายุหนี้ เป็นการจัดทำรายงานเพื่อติดตามบัญชีลูกหนี้ โดยการแยกรายการหนี้สินของลูกหนี้ออกตามระยะเวลาที่ค้างชำระ
- ข) การติดตามบัญชีลูกหนี้จากบันทึกทางการบัญชี วิธีนี้เป็นการใช้บันทึกทางบัญชีของเจ้าหนี้ในการเตือนความจำและติดตามเรียกเก็บเงิน

ค) ระบบบัตรเตือนความจำ ประกอบด้วยบัตรแสดงบัญชีของลูกค้าซึ่งมีสัญญาแต่ละเก็บเรียงตามลำดับวันที่ บัตรแต่ละใบแสดงจำนวนเงินค้างชำระ เดือนๆ หนึ่ง วันครบกำหนดของหนี้สินซึ่งเกินกำหนดชำระมาแล้ว และการปฏิบัติการทวงหนี้ที่ได้กระทำไปนับแต่วันนั้น

ง) ระบบสำเนาใบกำกับสินค้า การดำเนินงานในวิธีนี้เหมือนกับวิธีระบบบัตรเตือนความจำ โดยมีข้อแตกต่างเพียงเล็กน้อย คือ จะใช้สำเนาใบกำกับสินค้าซึ่งออกให้กับลูกค้าแทนบัตรลูกค้า แต่บัตรเตือนความจำจัดทำขึ้นเฉพาะบัญชีลูกค้า ซึ่งไม่ชำระเงินตามกำหนดเท่านั้น

2.2) ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานเรียกเก็บหนี้

แนวปฏิบัติในการเรียกเก็บหนี้ อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ การเตือนความจำ

การติดตามทวงหนี้ และการใช้วิธีรุนแรง ก่อนที่จะถึงขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติในแต่ละลำดับนั้น ฝ่ายเรียกเก็บหนี้จะต้องใช้วิธีการเบื้องต้นก่อนคือ การส่งรายงานประจำเดือนไปให้ลูกค้าเป็น ประจำ ซึ่งรายงานดังกล่าวใช้เป็นเครื่องมือเตือนความจำเพื่อบอกให้ทราบถึงจำนวนหนี้สินและเปิด โอกาสให้ลูกหนี้ได้มีโอกาสตรวจสอบความถูกต้องของจำนวนเงินนั้น นอกจากนี้ยังถือเป็นการ บอกกล่าวล่วงหน้าถึงวันครบกำหนดชำระหนี้เพื่อให้ลูกหนี้อ้างว่าหลงลืมกำหนดชำระหนี้

2.2.1) การเตือนความจำของลูกค้า (Reminder stage)

เป็นการเตือนให้ลูกค้าทราบว่า หนี้สินที่มีอยู่ได้เลยกำหนดการชำระมาแล้ว โดยการเตือนครั้งแรกควรสุภาพอ่อน โยน และมีลักษณะเป็นการทั่วไป คือ

- ก) ส่งรายงานประจำเดือนหรือสำเนาใบกำกับสินค้า
- ข) บัตรรูปลอก
- ค) จดหมาย
- ง) บัตรดีพิมพ์
- จ) จบบแยกอายุหนี้และค่าเตือน

2.2.2) การติดตามทวงหนี้ (Follow-up stage)

เมื่อการเตือนความจำลูกค้าไม่ได้ผล แนวปฏิบัติในการเรียกเก็บหนี้จะดำเนินการในขั้นที่ 2 คือ การติดตามทวงหนี้ วิธีการทวงหนี้เป็นลำดับขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติต่อเนื่องกันไป เป็นระยะๆ โดยสม่ำเสมอ ในกรณีที่ลูกค้าละเลยการชำระหนี้และกิจการได้ใช้ความพยายามเรียก เก็บเงินแล้ว สำหรับเทคนิคต่างๆ ที่จะนำมาใช้เพื่อการติดตามทวงหนี้ คือ

- ก) จดหมายทวงหนี้
- ข) การทวงหนี้ทางโทรศัพท์
- ค) การทวงหนี้ทางโทรเลข
- ง) จดหมายลงทะเบียน
- จ) การทวงหนี้โดยพนักงานของกิจการ

2.2.3) การใช้วิธีการรุนแรง (Drastic stage)

ในกรณีที่การดำเนินงานในขั้นตอนการเตือนความจำและการติดตามทวงหนี้ การติดตามทวงหนี้ยังไม่สามารถทำให้กิจการได้รับชำระหนี้ ผู้จัดการฝ่ายสินเชื่อดำเนินวิธีการ รุนแรง ซึ่งอาจจะทำได้ 2 อย่าง คือ การใช้ครีราฟท์ และการเรียกเก็บหนี้โดยทนายความ (ดาร์ณี พุทธิวิบูลย์, 2543)

2.3 การจัดการสารสนเทศและเครือข่าย

ระบบสารสนเทศ(Information system)

ในทางเทคนิค หมายถึง กลุ่มของระบบงานที่ประกอบด้วยฮาร์ดแวร์หรือด้านอุปกรณ์ ซอฟต์แวร์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่ทำหน้าที่รวบรวม ประมวลผล จัดเก็บ และแจกจ่ายข้อมูล ข่าวสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการควบคุมภายในองค์กร นอกจากนี้ยังช่วยบุคลากรในองค์กรนั้นในการประสานงาน การวิเคราะห์ปัญหา การสร้างแบบจำลองวัตถุที่มีความซ้ำซ้อน และการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

ระบบสารสนเทศประกอบด้วยบุคคล สถานที่ และสิ่งของภายในองค์กรนั้น หรือสิ่งแวดล้อมขององค์กร คำว่า “ข่าวสาร” (Information) หมายถึงข้อมูลที่ได้รับการประมวลผลหรือปรุงแต่งเพื่อให้มีความหมายและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ ส่วนคำว่า “ข้อมูล” (data) เป็นเพียงข้อเท็จจริงที่ได้รับการรวบรวมหรือป้อนเข้าสู่ระบบ ซึ่งอาจให้แทนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร หรือสิ่งแวดล้อม ก่อนที่จะถูกนำไปจัดการให้เหมาะสมต่อการนำไปใช้งานในโอกาสต่อไป (ศัลยุทธ์ สว่างวรรณ, 2545: 6)

วิวัฒนาการของระบบเครือข่ายและระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

เหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้ระบบสารสนเทศมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นคือ การที่อุปกรณ์คอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในขณะที่มีราคาถูกลง เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในปัจจุบันมีความสามารถมากกว่า 25,000 เท่าของเครื่องคอมพิวเตอร์แบบดีที่สุดในเมื่อ 25 ปีที่แล้ว ด้วยความสามารถระดับนี้ จึงเป็นการง่ายที่จะป้อนข้อมูลปริมาณมากเข้าไปเพื่อคำนวณ วิเคราะห์ หรือจำลองการทำงานของระบบใดๆ ได้อย่างง่ายดาย

เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ยังได้เพิ่มความสามารถขึ้นอีกเมื่อสามารถต่อคอมพิวเตอร์หลายเครื่องให้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ กลายเป็นโครงสร้างที่เรียกว่า ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) ระบบเครือข่ายที่มีขอบเขตมากใช้งานกว้างขวางมากที่สุดในโลก คือ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบเครือข่ายนี้มีความยืดหยุ่นสูงมาก ผู้ใช้สามารถนำเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาเชื่อมต่อ หรือดึงออกจากระบบได้ตลอดเวลาที่ต้องการ แม้ว่าส่วนใดส่วนหนึ่งของระบบจะเสียหาย ส่วนที่เหลือก็จะสามารถทำงานต่อไปได้

ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นโครงสร้าง เทคโนโลยีสากล (Universal Technology) นั่นคือสามารถรองรับผลิตภัณฑ์ บริการการใช้งาน และองค์กรใหม่ๆ ได้อย่างง่ายดาย ระบบนี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงต่อวิธีการใช้ระบบสารสนเทศสำหรับองค์กร และชีวิตประจำวันของผู้คน เนื่องจากได้จัดหรือลดข้อจำกัดการใช้งานต่างๆ ออกไปทั้งในเรื่องเทคนิคการใช้งาน สถานที่ตั้งอุปกรณ์และค่าใช้จ่าย

ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้บริการที่มีประโยชน์อย่างหนึ่ง เรียกว่า โลกข่ายโลก หรือ WWW (World Wide Web) โลกข่ายโลก หมายถึงระบบที่มีมาตรฐานสากลในการเก็บรักษา การค้นหาใช้ รูปแบบ และการแสดงผลข่าวสารระบบเครือข่าย ข่าวสารถูกเก็บรักษาและนำมา แสดงในรูปแบบของ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแบ่งออกเป็น หลายหน้าเรียกว่า หน้าข่าวสาร หรือ “Web Pages” ข่าวสารในแต่ละหน้าประกอบด้วย ข้อความ(Text) เสียง(Sound) รูปภาพ (Graphics) ภาพเคลื่อนไหว(Animation) และวิดีโอ(Video) แต่ละหน้าอาจมีการเชื่อมโยงทาง อิเล็กทรอนิกส์(Electronically Link) ไปยังข่าวสารที่เก็บอยู่ในหน้าอื่น โดยไม่มีข้อจำกัดว่าหน้าที่ เชื่อมโยงไปนั้นจะถูกเก็บอยู่ในคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวกัน หรืออยู่ในเครื่องที่อยู่อีกซีกโลกหนึ่ง วิธีการเรียกใช้การเชื่อมโยงผู้ใช้สามารถทำได้ง่ายหลายวิธี ซึ่งเป็นอีกส่วนหนึ่งที่กลายเป็นวิธีการ พื้นฐานสำหรับการเผยแพร่ข่าวสารในระบบสารสนเทศ

หน้าข่าวสาร หรือ “Web Pages” ทั้งหมดขององค์กรหนึ่ง เรียกว่า ที่ตั้งหน้าข่าวสาร หรือ “Web Site” มักจะได้รับการดูแลโดยองค์กรผู้เป็นเจ้าของ หรืออาจว่าจ้างให้บริษัทอื่นทำหน้าที่ ดูแลแทนก็ได้ ผู้รับผิดชอบจะพยายามตกแต่งหน้าข่าวสารให้มีความสวยงามและใช้เทคนิคที่น่าสนใจเป็นหลักในการเรียกร้องความสนใจจากผู้เข้าชม ข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านหน้าข่าวสารนี้จัดเป็น การเผยแพร่แบบกระจายออกไปทั่วโลกโดยไม่มีการเจาะจงผู้รับ(สัลยุทท์ สว่างวรรณ, 2545:14-15)

2.4 ระบบจัดการฐานข้อมูล และการพัฒนาฐานข้อมูลบนเว็บไซต์

ระบบฐานข้อมูลเป็นแหล่งหรือศูนย์รวมของข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ มีกระบวนการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่มีแบบแผน และถูกจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบภายในฐานข้อมูลชุดเดียวกันโดย ผู้ใช้สามารถใช้ข้อมูลส่วนกลางนี้เพื่อไปประมวลผลร่วมกันได้ และสนับสนุนการใช้งานข้อมูลร่วมกันทำให้ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในข้อมูลดังเช่นระบบแฟ้มข้อมูล(โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2545: 28)

ส่วนระบบการจัดการฐานข้อมูล (Database Management System : DBMS) คือ โปรแกรมที่ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการฐานข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยฟังก์ชันหน้าที่ต่างๆ ในการจัดการกับข้อมูล รวมทั้งภาษาที่ใช้ทำงานกับข้อมูล โดยมักจะใช้ภาษาเอสคิวแอล(SQL) ในการโต้ตอบระหว่างกันกับผู้ใช้ เพื่อให้สามารถทำการกำหนดการสร้างการเรียกดู การบำรุงรักษาฐานข้อมูล รวมทั้งการจัดการควบคุมการเข้าถึงฐานข้อมูล ซึ่งถือเป็นการป้องกันความปลอดภัยในฐานข้อมูล เพื่อป้องกันมิให้ผู้ที่ไม่มีสิทธิการใช้งานเข้ามาละเมิดข้อมูลในฐานข้อมูลที่เป็นศูนย์กลางได้ นอกจากนี้ยังรักษาความมั่นคงและความปลอดภัยของข้อมูล การสำรองข้อมูล และการเรียกคืนข้อมูลในกรณีที่ข้อมูลเกิดความเสียหาย

ฐานข้อมูลบนเว็บเป็นเทคโนโลยีใหม่ของการนำเอาฐานข้อมูลไปใช้งาน เนื่องจากฐานข้อมูลบนเว็บเป็นการนำเอาฐานข้อมูลมาใช้งานบนระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สาธารณะ ที่เรียกว่า อินเทอร์เน็ต ในการทำฐานข้อมูลมาใช้งานบนเว็บจะประกอบด้วย 2 ส่วน คือ เว็บเซิร์ฟเวอร์(Web Server) และเว็บไคลเอนต์(Web Client) ในส่วนของเว็บไคลเอนต์ คือ ได้แก่เว็บเบราว์เซอร์ที่จะส่งความต้องการไปยังเว็บเซิร์ฟเวอร์ เพื่อทำหน้าที่ติดต่อกับฐานข้อมูล และนำเอาข้อมูลจากฐานข้อมูลที่เว็บไคลเอนต์ต้องการส่งกลับมาให้ เพื่อนำไปประมวลผล ซึ่งการสื่อสารนี้เป็นแบบสองทาง (กิตติ ภักดีวิวัฒนะกุล และจำลอง ครูอุตสาหะ, 2545: 377)

สำหรับการเชื่อมโยงฐานข้อมูลขององค์กรเข้ากับเว็บนั้น ซอฟต์แวร์จำนวนมากได้รับการออกแบบมาเพื่อช่วยให้ผู้ใช้สามารถเลือกใช้เว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) ในการค้นหารายการต่างๆ จากฐานข้อมูลได้ โดยเว็บเบราว์เซอร์จะร้องขอผ่านโปรโตคอล ทีซีพี/ไอพี ซึ่งเปรียบเสมือนภาษามาตรฐานในการสื่อสารผ่านเครือข่าย โดยใช้ภาษามาตรฐาน คือ ภาษาเอสคิวแอล ในการเลือกข้อมูล ประโยชน์ของการเชื่อมต่อฐานข้อมูลขององค์กรเข้ากับเว็บไซต์ ว่ามีหลายประการ เช่น โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์เป็นโปรแกรมที่ง่ายต่อการใช้งาน ผู้ใช้ทั่วไปสามารถฝึกฝนการใช้งานด้วยตนเอง ไม่จำเป็นต้องผ่านการอบรม การเชื่อมโยงฐานข้อมูลเข้ากับเว็บไซต์ไม่จำเป็นต้องแปลงฐานข้อมูลแต่อย่างใด ทำให้องค์กรส่วนใหญ่ยังมีระบบงานเก่าใช้อยู่มักจะเลือกวิธีนี้ การเชื่อมต่อดังกล่าวยังก่อให้เกิดระบบงานใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง บางองค์กรนำไปใช้ในการบริการลูกค้า บางแห่งใช้สำหรับการสื่อสารหรือกระจายข่าวสารไปยังพนักงานขององค์กร

2.5 ขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศ

การพัฒนาระบบสารสนเทศ โดยทั่วไปจะดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ที่กำหนดไว้ในวงจรการพัฒนาระบบ(System Development Life Cycle (SDLC)) ซึ่งเป็นวงจรที่แสดงถึงกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งสำเร็จ วงจรการพัฒนาระบบนี้จะทำให้เข้าใจถึงกิจกรรมพื้นฐาน และรายละเอียดต่างๆ ในการพัฒนาระบบงานสารสนเทศ โดยประกอบไปด้วยรายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1) กำหนดปัญหา(Problem Definition) เป็นขั้นตอนของการกำหนดขอบเขตของปัญหา สาเหตุของปัญหาจากการดำเนินงานในปัจจุบัน ความเป็นไปได้กับการสร้างระบบใหม่ การกำหนดความต้องการ(Requirement) ระหว่างนักวิเคราะห์ระบบกับผู้ใช้งานโดยข้อมูลเหล่านี้ได้จากการสัมภาษณ์ การรวบรวมข้อมูลจากการดำเนินงานต่างๆ เพื่อทำการสรุปเป็นข้อกำหนด (Requirements Specification) ที่ชัดเจน ในขั้นตอนนี้หากเป็นโครงการที่มีขนาดใหญ่ อาจเรียกขั้นตอนนี้ว่า ขั้นตอนของการศึกษาความเป็นไปได้(Feasibility Study)

2) การวิเคราะห์(Analysis) เป็นขั้นตอนของการวิเคราะห์การดำเนินงานของระบบปัจจุบัน โดยการนำ Requirement Specification ที่ได้มาจากขั้นตอนแรกมาวิเคราะห์ในรายละเอียดเพื่อทำการพัฒนาเป็นแบบจำลองลอจิกัล(Logical Model) ซึ่งประกอบด้วย แผนภาพกระแสข้อมูล(Data Flow Diagram) คำอธิบายการประมวลผลข้อมูล(Process Description) และแบบจำลองข้อมูล(Data Model) ในรูปแบบของ ER-Diagram ทำให้ทราบถึงรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานในระบบว่าประกอบด้วยอะไรบ้าง มีความเกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์กับสิ่งใด

3) การออกแบบ(Design) เป็นขั้นตอนของการนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ทางลอจิกัล มาพัฒนาเป็น Physical Model ให้สอดคล้องกัน โดยการออกแบบจะเริ่มจากส่วนของอุปกรณ์และเทคโนโลยีต่างๆ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่นำมาพัฒนา การออกแบบจำลองข้อมูล(Data Model) การออกแบบรายงาน(Output Design) และการออกแบบจอภาพในการติดต่อกับผู้ใช้งาน(User Interface) การจัดทำพจนานุกรมข้อมูล(Data Dictionary) โดยขั้นตอนของการออกแบบนี้จะมุ่งเน้นการแก้ปัญหาอย่างไร(How) แต่สำหรับการวิเคราะห์จะมุ่งเน้นการแก้ปัญหาอะไร(What)

4) การพัฒนา (Development) เป็นขั้นตอนของการพัฒนาโปรแกรมด้วยการสร้างชุดคำสั่งหรือเขียนโปรแกรมเพื่อสร้างระบบงาน โดยโปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมกับเทคโนโลยีที่ใช้งานอยู่ซึ่งในปัจจุบันภาษาระดับสูงได้มีการพัฒนาในรูปแบบของ 4GL ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกต่อการพัฒนารวมทั้งการมี CASE(Computer Aided Software Engineering) ต่างๆ มากมายให้เลือกใช้ตามความเหมาะสม

5) การทดสอบ(Testing) เป็นขั้นตอนของการทดสอบระบบก่อนที่จะนำไปปฏิบัติการใช้งานจริง ทีมงานจะทำการทดสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อน ด้วยการสร้างข้อมูลจำลองเพื่อการทำงานของระบบหากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นก็จะย้อนกลับไปในขั้นตอนของการพัฒนาโปรแกรมใหม่ โดยการทดสอบระบบนี้จะมีการตรวจสอบอยู่ 2 ส่วน คือ การตรวจสอบรูปแบบภาษาเขียน(Syntax) และการตรวจสอบวัตถุประสงค์งานตรงกับความต้องการหรือไม่

6) ขั้นตอนการติดตั้ง(Implementation) เป็นขั้นตอนต่อมาหลังจากที่ได้ทำการทดสอบจนมีความมั่นใจแล้วว่าระบบสามารถทำงานได้จริงและตรงกับความต้องการของผู้ใช้ระบบ จากนั้นจึงดำเนินการติดตั้งระบบเพื่อใช้งานจริงต่อไป โดยก่อนทำการติดตั้งระบบ ควรทำการศึกษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่จะติดตั้ง เตรียมอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์ทางการสื่อสารและเครือข่ายให้พร้อม จากนั้นจึงดำเนินการลงโปรแกรมระบบปฏิบัติการ และแอปพลิเคชันโปรแกรมให้ครบถ้วน

7) การดูแลและบำรุงรักษา(Maintenance) เป็นขั้นตอนของการปรับปรุงแก้ไขระบบ

หลังจากที่ได้มีการติดตั้งและใช้งานแล้ว ในขั้นตอนนี้อาจเกิดปัญหาของโปรแกรม(Bug) ซึ่งโปรแกรมเมอร์จะต้องรีบแก้ไขให้ถูกต้อง หรือเกิดจากความต้องการของผู้ใช้งานที่ต้องการเพิ่มโมดูลในการทำงานอื่นๆ ซึ่งทั้งนี้ก็จะเกี่ยวข้องกับ Requirements Specification ที่เคยตกลงกันก่อนหน้านี้ด้วย ดังนั้นในส่วนงานนี้จะคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มหรือไม่อย่างไร เป็นเรื่องของรายละเอียดที่ผู้พัฒนาหรือนักวิเคราะห์ระบบจะต้องดำเนินการกับผู้ว่าจ้างต่อไป

2.6 หลักการทำงานและลักษณะเด่นของ เจเอสพี และมายเอสคิวแอล

1) เจเอสพี

เจเอสพี (JavaServer Pages) เป็นเทคโนโลยีที่ใช้ “สคริปต์” ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อทำงานทางฝั่งเซิร์ฟเวอร์(server-side-script) และส่งผลลัพธ์กลับมายังเว็บเบราว์เซอร์เป็นภาษา HTML เหมือนกับเทคโนโลยีอื่นๆ เช่น ASP, PHP, Cold Fusion เป็นต้น

การเขียนสคริปต์เจเอสพีจะใช้ภาษาจาวาเป็นหลัก ซึ่งเป็นภาษาที่ได้รับความนิยมอย่างมากภาษาหนึ่ง เนื่องจากที่คุณลักษณะของภาษาเชิงวัตถุที่มีเทคนิคช่วยให้การเขียนโปรแกรมได้ง่ายขึ้น มีความสามารถในการนำส่วนประกอบหรือคอมโพเนนต์ (component) ต่างๆ กลับมาใช้งานได้อีก ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งโดยเฉพาะในการพัฒนาโปรแกรมขนาดใหญ่

การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันด้วยเจเอสพีมีข้อดีต่างๆ มากมาย ดังนี้

- ทำงานโดยไม่ยึดติดแพลตฟอร์มใดๆ
- ใช้งาน Java API ได้หลากหลาย
- นำคอมโพเนนต์กลับมาใช้ได้ อีก ไม่ต้องเสียเวลาสร้างใหม่
- มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน

(สาริต ชัยวิวัฒน์ตระกูล, 2545: 20-22)

2) มายเอสคิวแอล

มายเอสคิวแอล(MySQL) จัดเป็นระบบจัดการฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (RDBMS: Relational Database Management System) ตัวหนึ่ง ซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกของอินเทอร์เน็ต สาเหตุก็เพราะว่ามายเอสคิวแอลเป็นฟรีแวร์ทางด้านฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูง เป็นทางเลือกใหม่จากผลิตภัณฑ์ระบบจัดการฐานข้อมูลในตลาดปัจจุบัน ที่มักจะเป็นการผูกขาดของผลิตภัณฑ์เพียงไม่กี่ตัว นักพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เคยใช้มายเอสคิวแอลต่างยอมรับในความสามารถ ความรวดเร็ว การรองรับจำนวนผู้ใช้ และขนาดของข้อมูลจำนวนมหาศาล ทั้งยังสนับสนุนการใช้งานบนระบบปฏิบัติการมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Unix, OS/2 หรือ Windows ก็ตาม นอกจากนี้มายเอสคิวแอลยังสามารถใช้งานร่วมกับ Web Development Platform ทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็น

เป็น C, C++, Java, Perl, PHP, JSP, Python, Tcl หรือ ASP ก็ตามที่ ดังนั้นจึงไม่เป็นที่น่าแปลกใจเลยว่า ทำไมมายเอสคิวแอลจึงได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน และมีแนวโน้มสูงยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต ทุกวันนี้มีการนำมายเอสคิวแอลไปใช้ในระบบต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นระบบเล็กๆ ที่มีจำนวนตารางข้อมูลน้อย มีความสัมพันธ์ของข้อมูลในแต่ละตารางไม่ซับซ้อน เช่น ระบบฐานข้อมูลบุคคลในแผนกเล็กๆ ไปจนถึงระบบจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ ที่ประกอบด้วยตารางข้อมูลมากมาย มีความสัมพันธ์ของข้อมูลในแต่ละตารางซับซ้อน เช่น ระบบสต็อกสินค้า ระบบบัญชีเงินเดือน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน มีการใช้มายเอสคิวแอลเป็น Database Server เพื่อการทำงานสำหรับ Web Database Application ในโลกของอินเทอร์เน็ตมากขึ้น (สงกรานต์ ทองสว่าง, 2546: 17)

2.7 ระบบรักษาความปลอดภัย

การควบคุมความปลอดภัยของข้อมูล (Data security controls) เป็นการปกป้องข้อมูลที่มีค่าขององค์กรที่เก็บอยู่ในดิสก์หรือเทป หรืออุปกรณ์อื่นใด ให้พ้นจากการเปลี่ยนแปลง และการทำลายโดยบุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาต

ในการถ่ายทอดข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ตนั้น ต้องมีมาตรฐานในการรักษาความปลอดภัยเพราะระบบเครือข่ายสาธารณะขนาดใหญ่มีความเปราะบางเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นระบบที่เปิดให้บริการข้อมูลแก่บุคคลโดยทั่วไป

การเข้ารหัสข้อมูล (Encryption) เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างข้อมูลโดยใช้ กุญแจเข้ารหัส (Encryption Key) ซึ่งข้อมูลที่เข้ารหัสจะถูกเปิดอ่านได้เฉพาะเมื่อมีการถอดรหัสข้อมูล (Decryption) โดยใช้กุญแจถอดรหัส (Decryption Key) ที่ตรงกันเท่านั้น โดยทั่วไปการเข้ารหัสที่นิยมใช้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คือ เอสเอสแอล (SSL : Secure Sockets Layer) และ เอส-เอชทีทีพี (S-HTTP : Secure HyperText Transport Protocol) การเข้ารหัสส่วนตัว (Private Key) หรือการเข้ารหัสสาธารณะ (Public Key)

ฟังก์ชัน md5 เป็นฟังก์ชันที่เข้ารหัสข้อความด้วยวิธี Message-Digest Algorithm ของ RSA Data Security, Inc. ฟังก์ชันนี้มีแบบแผนการเข้ารหัสที่แน่นอน โดยผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นสตริงที่มีความยาว 32 ตัวอักษร และผลลัพธ์ในการเข้ารหัส เมื่อข้อมูลที่นำเข้าเป็นค่าเดิม ผลลัพธ์ที่ออกมาจะเหมือนเดิมทุกครั้ง ซึ่งฟังก์ชันนี้จะมีประโยชน์ในการกำหนดรหัสผ่าน เพราะแม้แต่ผู้ดูแลระบบก็จะไม่ทราบว่ารหัสผ่านของผู้ใช้งานคืออะไร (สมประสงค์ ธิติณิลนิต, 2545 : 84)

การทำงานผ่านเว็บไซต์ว่าจะใช้โปรโตคอล HTTP ซึ่งปกติจะไม่มีเก็บรักษาข้อมูลหรือสถานะแต่ละเพจไว้ แต่ในการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันที่มีความซับซ้อน เช่น การสร้างแบบฟอร์มการรับข้อมูลหลายๆ หน้า และต้องนำข้อมูลทั้งหมดที่รับไปบันทึกลงฐานข้อมูล เป็นต้น (สมศักดิ์ โชคชัยชุตติกุล, 2547 : 229)

และเนื่องจากการที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากในการเรียกดูเว็บเพจ โดยสามารถพิมพ์ URL และระบุพารามิเตอร์ต่างๆ ลงไปได้เอง ซึ่งหากผู้ใช้ทราบรายละเอียดในการเรียกใช้ตัวแปร จะมีผลทำให้เพจที่ถูกเรียกสร้างตัวแปรและกำหนดค่าตามที่ผู้ใช้ระบุไว้ได้ ดังนั้นหากไม่สามารถตรวจสอบเพื่อยืนยันผู้ใช้ได้แล้ว ผู้ใช้อาจทำการเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่สำคัญๆ ได้

จากกรณีดังกล่าว สามารถนำเซสชัน (Session) มาแก้ปัญหา โดยใช้หมายเลขประจำตัวเซสชัน (Session ID) ซึ่งเป็นหมายเลขที่เว็บเซิร์ฟเวอร์กำหนดให้แก่เบราว์เซอร์ และจะมีค่าไม่ซ้ำกัน (unique) สำหรับผู้ใช้แต่ละราย เพื่อยืนยันผู้ใช้รายนั้นๆ แม้ผู้ใช้จะเปิดหน้าต่างหลายๆ หน้าก็ตาม เป็นการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลได้ระดับหนึ่ง

หมายเลขเซสชัน คือ ตัวอักษรและตัวเลข (Alphanumeric) ขนาด 32 ไบต์ ที่เว็บเซิร์ฟเวอร์กำหนดให้แก่เบราว์เซอร์ เพื่อช่วยเว็บเซิร์ฟเวอร์จำแนกผู้ใช้แต่ละราย ซึ่งในการพัฒนานั้นสามารถส่งผ่านหมายเลขเซสชันได้ 2 วิธี คือ การใช้คุกกี้และการส่งผ่าน URL