

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง วิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก ในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะส่วนของการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ โดยเป็นการศึกษาถึงวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ และปัญหาในการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- เพื่อศึกษาถึงวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก
- เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก
- เพื่อศึกษาถึงปัญหาในการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรในการศึกษาคือผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมดที่ได้จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งสิ้น 161 ราย โดยเก็บตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่างหรือประมาณร้อยละ 60 ของจำนวนประชากรทั้งหมด โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบวิธีสุ่มตัวอย่าง โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 68 ตัวอย่าง และนำแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบด้วยตนเอง จำนวน 32 ตัวอย่าง รวมเป็น 100 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือแบบสอบถาม โดยในแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ส่งออก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชำระค่าสินค้าและบริการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ส่งในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ ข้อมูล เพื่อหาค่าต่างๆ เช่น ความถี่ ของข้อมูล ได้จากการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยของข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ปัจจัยที่มีผลในการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ และปัญหาในการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ของผู้ส่งออก

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ส่งออก

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 79.0 เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 45.0 รองลงมาเป็นหัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน และหัวหน้าฝ่ายการตลาด ร้อยละ 29.0 และ 19.0 ตามลำดับ และมีอายุในการทำงานตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 62.0 และ 1-5 ปี ร้อยละ 36.0 และผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ ร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ ผู้ผลิตและจำหน่ายของชำร่วย เครื่องประดับบ้าน เสื้อผ้าสิ่งทอ เซรามิก เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับ อัญมณี เครื่องเงิน ร้อยละ 18.0 15.0 14.0 และ 11.0 ตามลำดับ นอกจากนี้แล้วยังมีผู้ส่งออกประเภทผู้ผลิตและจำหน่ายผัก ผลไม้และอาหารกระป๋อง เครื่องหนัง ดอกไม้ประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์กระดาษสา ของใช้ในครัว และสมุนไพรคุดกถิน ส่วนใหญ่จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด ร้อยละ 65.0 มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 6 ล้านบาท ร้อยละ 55.0 ผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นคนไทย ประกอบกิจการเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออก และดำเนินกิจการตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 43 จำนวนพนักงานมากกว่า 40 คน มีมูลค่าการส่งออกในปี 2543 ไม่เกิน 50 ล้านบาท ร้อยละ 87.0 โดยสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายนอกจากส่งไปขายที่ต่างประเทศแล้ว ยังมีการจำหน่ายในประเทศด้วย แต่ส่วนใหญ่จะส่งไปขายต่างประเทศมากกว่าขายภายในประเทศ

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก

จากการศึกษาพบว่าผู้ส่งออกส่วนใหญ่นิยมใช้วิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ด้วยวิธีรับชำระเงินล่วงหน้า (Advance Payment) คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาเป็นวิธีเปิด Letter of Credit คิดเป็นร้อยละ 32.3 ซึ่งแสดงรายละเอียดได้คือ

- ประเภทของผู้ส่งออก ที่นิยมรับชำระค่าสินค้าและบริการ โดยใช้วิธีรับชำระล่วงหน้า ได้แก่ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ ผู้ส่งออกเครื่องประดับ อัญมณี เครื่องเงิน ผู้ส่งออกเครื่องหนัง และผู้ส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์กระดาษสา ผู้ส่งออกที่นิยมรับชำระค่าสินค้าและบริการ โดยใช้วิธีเปิด Letter of Credit ได้แก่ผู้ส่งออกเสื้อผ้า สิ่งทอ และผู้ส่งออกที่นิยมรับชำระค่าสินค้าและบริการ ทั้ง 2 วิธีคือวิธีรับชำระล่วงหน้าและวิธีเปิด Letter of Credit ได้แก่ผู้ส่งออกผัก ผลไม้และอาหารกระป๋อง ผู้ส่งออกของชำร่วย เครื่องประดับบ้าน ผู้ส่งออกเซรามิก เครื่องปั้นดินเผา และผู้ส่งออกอื่นๆ ได้แก่ผู้ส่งออกสมุนไพรคุดกถิน และผู้ส่งออกของใช้ในครัว
- ระยะเวลาในการดำเนินการของผู้ส่งออก ที่นิยมใช้วิธีการรับชำระเงินล่วงหน้าในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ มีระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่ 4-6 ปี คิดเป็น

ร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ ดำเนินกิจการมานาน 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 ผู้ส่งออกที่นิยมใช้วิธีการเปิด Letter of Credit ในการรับชำระเงิน มีระยะเวลาในการดำเนินการ 7-9 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ ดำเนินกิจการ 10 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.0

- **ทุนจดทะเบียนของผู้ส่งออก** ที่นิยมใช้วิธีการรับชำระเงินล่วงหน้าในการรับชำระเงิน มีทุนจดทะเบียน 3-6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาเป็นผู้ส่งออกที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.6 ผู้ส่งออกที่นิยมใช้วิธีการเปิด Letter of Credit ในการรับชำระเงิน มีทุนจดทะเบียน 11 ล้านบาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาเป็นผู้ส่งออกที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35.2
- **มูลค่าการส่งออกของผู้ส่งออก** ที่นิยมใช้วิธีการรับชำระเงินล่วงหน้าในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ มีมูลค่าการส่งออก 51-75 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือผู้ส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออก น้อยกว่า 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 ผู้ส่งออกที่นิยมใช้วิธีการเปิด Letter of Credit ในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ มีมูลค่าการส่งออกตั้งแต่ 26-50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือผู้ส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออก 10-25 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.5
- **กลุ่มประเทศลูกค้าหลักของผู้ส่งออก** ที่นิยมใช้วิธีการรับชำระเงินล่วงหน้า ส่วนใหญ่คือลูกค้าประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป คิดเป็นร้อยละ 75.4 รองลงมา คือประเทศสหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 70.5 ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ที่นิยมใช้วิธีการเปิด Letter of Credit ในการรับชำระค่าสินค้าและบริการคือประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือลูกค้าประเทศสหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 23.0

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก ปัจจัยภายใน

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยภายในกิจการที่มีผลต่อการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ มีระดับความสำคัญมากคือระยะเวลาการติดต่อกับลูกค้า ปริมาณหรือยอดการสั่งซื้อแต่ละครั้ง และความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ 3.48 3.46 และ 3.42 ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ มีระดับความสำคัญปานกลาง คือต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ความรู้ความเข้าใจในวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ และประเภทสินค้าที่ขาย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ 3.37 3.32 และ 3.21 ตามลำดับ

ปัจจัยภายนอก

จากการศึกษาพบว่าจากตารางพบว่า ปัจจัยภายนอกทุกปัจจัย มีผลต่อการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศคู่ค้า ฐานะการเงินของคู่ค้า ภาวะการแข่งขัน การให้บริการของธนาคาร และอำนาจการต่อรองของลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญที่ 3.91 3.74 3.73 3.69 3.55 และ 3.53 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารพาณิชย์

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกรับชำระค่าสินค้าและบริการ ของผู้ส่งออก อยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ความถูกต้องของการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ 3.78 3.60 3.53 3.51 และ 3.50 ตามลำดับ ปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ มีผลต่อการเลือกรับชำระค่าสินค้าและบริการ ของผู้ส่งออก อยู่ในระดับความสำคัญปานกลางคือ ความรู้และคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ 3.38

5.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ส่งออกในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ

ปัญหาหรืออุปสรรคในการเลือกรับชำระค่าสินค้าและบริการ

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาหรืออุปสรรคที่สำคัญของผู้ส่งออกในการเลือกรับชำระค่าสินค้าและบริการ อยู่ในระดับความสำคัญมาก คืออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การต่อรองของคู่แข่ง และอื่นๆ ได้แก่การเปิดโอกาสของผู้นำเข้าและความคล่องตัวในการโอนเงิน เพราะบางครั้งต้องโอนเงินผ่านประเทศที่ 3 ก่อนแล้วจึงโอนเข้ามาประเทศไทย โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ 3.52 3.50 และ 3.33 ตามลำดับ ส่วนปัญหาหรืออุปสรรคที่สำคัญของผู้ส่งออกในการเลือกรับชำระค่าสินค้าและบริการ อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการของธนาคาร ระเบียบหรือขั้นตอนการให้บริการของธนาคาร ความรู้และคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร และความรู้ความเข้าใจในวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ 3.20 3.13 3.06 และ 2.84 ตามลำดับ

ข้อมูลหรือการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาพบว่า ความต้องการข้อมูลหรือการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ของผู้ส่งออกอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ข้อมูลของลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ 4.28 ความต้องการข้อมูลหรือการสนับสนุนจากหน่วยงานของ

รัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับความสำคัญมาก คือข้อมูลประเทศคู่ค้า ข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ข้อมูลด้านการตลาดและภาษีอากร ข้อมูลด้านความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินของประเทศคู่ค้า ข้อมูลด้านเงินทุนและแหล่งเงินทุน ข้อมูลด้านผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคในการผลิตสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ 4.05 4.00 3.81 3.48 และ 3.45 ตามลำดับ และความต้องการข้อมูลหรือการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับความสำคัญปานกลางคือ ข้อมูลด้านผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องจักรในการผลิตสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ 3.09

5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง วิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงวิธีการรับชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ปัจจัยในการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ และปัญหาในการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ของผู้ส่งออก ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ส่งออกส่วนใหญ่ใช้วิธีการรับชำระแบบการรับชำระเงินล่วงหน้า และการเปิด Letter of Credit ซึ่งวิธีการรับชำระทั้ง 2 ประเภทรวมกัน คิดเป็นร้อยละ 56.5 – ร้อยละ 83.4 ของจำนวนวิธีการเลือกใช้วิธีรับชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นวิธีที่ผู้ส่งออกมีความเสี่ยงน้อย โดยวิธีการรับชำระล่วงหน้า ผู้ส่งออกจะได้รับเงินก่อนจึงจะส่งสินค้า ทำให้ผู้ส่งออกสามารถทราบรายได้ที่แน่นอนก่อนการส่งสินค้าไปให้ผู้ซื้อ ส่วนวิธีการเปิด Letter of Credit ผู้ส่งออกจะได้รับเงินค่อนข้างแน่นอน เมื่อทำตามเงื่อนไขที่ตกลงตาม L/C อย่างไรก็ตามถ้าผู้ส่งออกใช้วิธีอื่นในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งความเสี่ยงในด้านการได้รับเงินมีเพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้ส่งออกได้มีการศึกษาข้อมูลของคู่ค้าหรือผู้ซื้อที่ต่างประเทศอย่างรอบคอบแล้วและยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ผู้ส่งออกสามารถเพิ่มยอดขายให้กับกิจการได้ เพราะความเสี่ยงของผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น ความเสี่ยงของผู้ซื้อก็ลดลงด้วย และนอกจากนี้แล้ววิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เป็นการเพิ่มความสะดวกและลดค่าใช้จ่ายให้ผู้ซื้อ ทำให้มีโอกาสในการเพิ่มยอดขายมากขึ้น

และจากการศึกษาพบว่าปัจจัยภายนอกมีผลต่อการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ของผู้ส่งออก มีระดับความสำคัญมากทุกปัจจัย ซึ่งประกอบด้วยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศคู่ค้า ฐานะการเงินของคู่ค้า ภาวะการแข่งขัน การให้บริการของธนาคาร และอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ตามลำดับ

การค้าระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยวิธีใดก็ตาม จะต้องมีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน ผู้ส่งออกสามารถป้องกันได้โดยการทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยน

เปลี่ยนล่วงหน้า(Forward Exchange Contract) กับธนาคารพาณิชย์ และนอกจากนี้แล้วธนาคารพาณิชย์มีบริการให้ผู้ส่งออกสามารถเลือกอัตราแลกเปลี่ยนได้ภายใน 7 วันนับจากวันที่มีเงินโอนเข้ามาจากต่างประเทศ ส่วนในด้านภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออก นอกจากจะมีการแข่งขันระหว่างผู้ส่งออกภายในประเทศด้วยกันแล้วยังมีการแข่งขันจากผู้ส่งออกของต่างประเทศด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันประเทศต่างๆล้วนเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก(World Trade Organization หรือ WTO)ยิ่งทำให้การแข่งขันจากต่างประเทศมีมากขึ้นแต่ขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสเพิ่มโอกาสให้กับผู้ส่งออกของไทยในการขยายตลาดไปยังประเทศสมาชิก WTO ได้ ดังนั้นการที่ผู้ส่งออกได้ติดตามการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่เป็นคู่ค้าหรือประเทศที่เป็นคู่แข่งของผู้ส่งออกไทย อย่างเช่นการรู้ถึงการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของประเทศจีน ซึ่งเป็นทั้งคู่แข่งและตลาดที่สำคัญของผู้ส่งออกไทย จะทำให้ผู้ส่งออกได้กำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินกิจการของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

และปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก มีระดับความสำคัญมากคือความรวดเร็วในการให้บริการ ความถูกต้องในการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการ อัตราค่าธรรมเนียมและความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ธนาคาร ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าอิสระของ ชนนท์ศิริ สายเป่า เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน” ซึ่งพบว่า ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ที่ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่การให้บริการที่รวดเร็ว การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย รองลงมาคือค่าธรรมเนียมในการให้บริการและอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม และปัญหาที่พบจากการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ได้แก่ปัญหาเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมในการให้บริการที่สูงเกินไปและต้นทุนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และสอดคล้องกับการค้นคว้าอิสระของกิติมา ทองเกตุ เรื่อง “ความต้องการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิ้งในด้านการค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกในเขตส่งออกของนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ” ซึ่งพบว่า ปัญหาของผู้ส่งออกที่ได้รับจากการใช้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการอยู่ ปัญหาอันดับหนึ่ง คือความรวดเร็ว ทันต่อเวลาที่ต้องการในการให้บริการประเภทต่างๆ อันดับสองมีสองปัญหา คืออัตราค่าบริการและความสามารถในการให้นำปรึกษาของเจ้าหน้าที่ธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ทำให้การค้าระหว่างประเทศสำเร็จลงได้ และการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ที่มีประสิทธิภาพ จะยิ่งทำให้ผู้ที่ทำการค้าระหว่างประเทศมาใช้บริการมากขึ้นซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการเลือกวิธีรับชำระค่าสินค้าและบริการ คือการให้บริการที่รวดเร็วทันต่อเวลาที่ต้องการ การให้บริการที่ถูกต้อง และอัตราค่าธรรมเนียมบริการ ดังนั้นการพัฒนาการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในด้านความรวดเร็ว ถูกต้อง และอัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม จะเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้ส่งออกมามีเลือกใช้บริการกับธนาคารมากขึ้น และเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ส่งออกด้วย และจากศึกษาถึงข้อมูลหรือการสนับสนุนที่ผู้ส่งออกต้องการมากที่สุดคือข้อมูลของคู่ค้าหรือผู้ซื้อสินค้าที่ต่างประเทสนั้น ธนาคารพาณิชย์สามารถใช้ความต้องการของผู้ส่งออกในด้านข้อมูลของคู่ค้ามาเพิ่มรายได้ให้กับกิจการได้ โดยการร่วมกับธนาคารคู่ค้าของธนาคารที่ต่างประเทศ

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่า

- 5.3.1 ผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ใช้วิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ วิธีรับชำระล่วงหน้า(Advance Payment) และวิธีเปิดเช็คเดอริออปเครดิท(Letter of credit L/C)
- 5.3.2 ผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม ประกอบกิจการผลิตและส่งออกเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ รองลงมาคือผู้ส่งออกของชำร่วย เครื่องประดับบ้าน ผู้ส่งออกเสื้อผ้าสิ่งทอ ผู้ส่งออกเซรามิก ดินเผา ตามลำดับ
- 5.3.3 คู่ค้าที่สำคัญของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ คือสหรัฐอเมริกา ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป และประเทศญี่ปุ่น ตามลำดับ
- 5.3.4 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเลือกวิธีรับชำระค่าสินค้าและบริการ ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รองลงมา คือภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศคู่ค้า ฐานะการเงินของคู่ค้า ภาวะการแข่งขัน การให้บริการของธนาคาร และอำนาจการต่อรองของคู่ค้า ตามลำดับ ส่วนปัจจัยภายในที่มีผลต่อการเลือกวิธีรับชำระค่าสินค้าและบริการ ของผู้ส่งออก ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยระยะเวลาการติดต่อรหว่างผู้ส่งออกรับกับผู้ซื้อที่ต่างประเทศ ปริมาณหรือยอดการสั่งซื้อแต่ละครั้ง

ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้า ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเลือกวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ความรู้ความเข้าใจในวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการ และประเภทสินค้าที่ขาย

- 5.3.5 ปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ที่มีผลต่อการเลือกวิธีรับชำระค่าสินค้าและบริการ ของผู้ส่งออก ในจังหวัดเชียงใหม่ คือความรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมาคือความถูกต้องในการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการและอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ตามลำดับ
- 5.3.6 ปัญหาหรืออุปสรรคที่สำคัญของผู้ส่งออกที่มีผลในการเลือกวิธีรับชำระค่าสินค้าและบริการ คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รองลงมาคือการต่อรองของกลุ่มแข่งขัน การเปิด โอกาสของผู้นำเข้าและความคล่องตัวในการโอนเงิน
- 5.3.7 ความต้องการข้อมูลหรือการสนับสนุน ที่ผู้ส่งออกต้องการมากที่สุด คือข้อมูลของคู่ค้าและข้อมูลของประเทศคู่ค้า

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและข้อค้นพบดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงขอสรุปข้อเสนอแนะไว้ ดังนี้

- 5.4.1 ปัญหาของผู้ส่งออก ในด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสามารถแก้ไขได้ ดังนี้

-ผู้ส่งออกสามารถทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Exchange Contract) กับธนาคารพาณิชย์ได้ ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับคือการป้องกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน และทำให้ผู้ส่งออกได้ทราบจำนวนของรายรับที่แน่นอน

-ธนาคารพาณิชย์ควรจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ส่งออกได้ทราบถึงบริการด้านต่างๆของธนาคารที่เป็นประโยชน์กับผู้ส่งออก เช่นการให้บริการด้านการทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า มีบริการด้านการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนในระหว่างวัน เพื่อให้ผู้ส่งออกมาใช้บริการ และธนาคารพาณิชย์จะมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นต้น

-ภาครัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารในด้านภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่สำคัญของผู้ส่งออก รวมทั้งการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นและผลกระทบที่จะเกิดกับผู้ส่งออก

- 5.4.2 ความต้องการในด้านข้อมูลของคู่ค้า นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ส่งออกและหาข้อมูลโดยตรงได้ยาก ซึ่งธนาคารพาณิชย์สามารถใช้ความต้องการของผู้ส่งออกในด้านข้อมูลของคู่ค้ามาเพิ่มรายได้ให้กับกิจการได้โดยการร่วมกับธนาคารคู่ค้าของธนาคารที่ต่างประเทศ ในการให้บริการด้านข้อมูลของผู้ซื้อสินค้าที่ประเทศนั้นๆ นอกจากนี้แล้วผู้ส่งออกสามารถนำข้อมูลด้านอื่นๆมาประกอบซึ่งข้อมูลที่สามารถหาประกอบคือ รายได้ประชาชาติของประเทศคู่ค้า ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมของประเทศคู่ค้า รวมทั้งข้อมูลด้านการค้าขายของคู่ค้าประเทศนั้นกับผู้ส่งออกรายอื่นว่ามีประวัติการค้าต่อกันอย่างไรบ้าง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถหาได้จากกรมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัทจัดอันดับความน่าเชื่อถือต่างๆ
- 5.4.3 การติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นของประเทศคู่ค้าหรือประเทศคู่แข่งขั้นของตน เช่นการเข้าเป็นสมาชิก WTO ของประเทศจีน มีผลกระทบต่อกิจการของตนอย่างไรบ้าง หรือปัญหาทางเศรษฐกิจของประเทศอาร์เจนตินา มีผลกระทบต่อกิจการของตนอย่างไรบ้าง ทั้งนี้เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินกิจการของตนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.5 ข้อจำกัด

จากการศึกษาเรื่อง วิธีการวิธีการรับชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ส่งออก ในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ มีข้อจำกัดเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 5.5.1 จำนวนประชากรที่ศึกษามีจำนวนน้อยและการเก็บข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ใช้เวลานานและมีอัตราการตอบกลับอยู่ในระดับต่ำ
- 5.5.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับผู้ส่งออกโดยรวม ในธุรกิจทุกประเภท ซึ่งในธุรกิจแต่ละประเภทก็จะมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่แตกต่างกัน ซึ่งถ้าได้ศึกษาในธุรกิจแต่ละประเภทแยกจากกันจะทำให้ได้ผลสรุปที่เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น
- 5.5.3 จากการศึกษาพบว่าผู้ส่งออกรับชำระค่าสินค้าแบบที/ที (Telex Transfer) ซึ่งเป็นการรับชำระโดยการโอนเงินซึ่งไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นวิธีรับชำระล่วงหน้าหรือเป็นวิธีเปิดบัญชีขายเชื่อ

- 5.5.4 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงเรื่องข้อตกลงการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศ (Incoterms หรือ International Commercial Terms) ของผู้ส่งออก ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกข้อตกลงด้านการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศ เพราะข้อตกลงการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศ ปัจจุบันมี 4 กลุ่ม (13 ข้อตกลง) ซึ่งในและข้อตกลงจะบอกถึงภาระค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงของแต่ละฝ่าย ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะ เป็นประโยชน์กับผู้ที่ทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศและการเลือกใช้ข้อตกลงที่เหมาะสม สามารถเพิ่มรายได้ให้กับประเทศมากขึ้นด้วย