

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก

Burapha University

การขยายฐานสินเชื่อเพิ่มอีก 4 หมื่นล้านบาท สำหรับลูกค้า SMEs ของ บมจ.

ธนาคารกรุงไทย

ธนาคารเพิ่มเป็นผู้นำหน้การธุรกิจ SMEs ในปี 2550 ตั้งเป้าปล่อยสินเชื่ออีก 40,000 ล้านบาท ผ่านสำนักงานธุรกิจธุรกิจ 63 แห่งทั่วประเทศ เน้นการเป็นพันธมิตรกับลูกค้า โดยมีแผนเดินสายจัดสัมมนาให้ความรู้กับลูกค้าทั่วประเทศตลอดปี เพื่อเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ รวมทั้งตั้งฝ่ายงานใหม่ดูแลด้านกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ SMEs โดยเฉพาะ และธนาคารยังคงเดินหน้านับสนุนธุรกิจ SMEs และให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยธนาคารตั้งเป้าปล่อยสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ทั้งลูกค้ารายเก่าและรายใหม่เพิ่มอีกไม่น้อยกว่า 40,000 ล้านบาท จากฐานสินเชื่อ SMEs ที่มีอยู่ 3.87 แสนล้านบาท หรือคิดเป็น 40% ของพอร์ตสินเชื่อรวมของธนาคาร โดยมุ่งเน้นปล่อยสินเชื่อให้กับ SMEs ในภาคการผลิต ภาคบริการ และภาคการค้า โดยเฉพาะธุรกิจที่ก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น เช่นอุตสาหกรรมอาหารและแปรรูปผลิตผลเกษตร อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อส่งออก ซึ่งจะนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ และเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ต้องการสินเชื่อในวงเงิน 5-200 ล้านบาท นอกจากสนับสนุนสินเชื่อแล้ว ธนาคารยังจะให้การดูแลกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด ด้วยการให้คำปรึกษาทั้งด้านการเงินการบริหารจัดการ การตลาด ความรู้ด้านการส่งออก รวมทั้งเรื่องอัตราแลกเปลี่ยน และธนาคารจะจัดโครงการ KTB Lecture Series on SMEs เพื่อเพิ่มพูนความรู้และศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้กับลูกค้าทั่วประเทศ และธนาคารยังได้ตั้งฝ่ายงานใหม่เพื่อดูแลด้านกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ SMEs โดยในปีนี้นี้ธนาคารจะมีบริการที่หลากหลาย และตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ส่วนโครงการ SMEs-KTB AWARD ซึ่งเป็นโครงการที่มุ่งยกระดับคุณภาพผู้ประกอบการ SMEs ไทยมาสู่มาตรฐานสากล ธนาคารยังคงจัดต่อเนื่องต่อไป

ผู้บริหาร บมจ. ธนาคารกรุงไทย เขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า บมจ.

ธนาคารกรุงไทย เป็นธนาคารพาณิชย์ที่รัฐบาลถือหุ้นเกินกว่า 50% ดำรงสินทรัพย์ทั้งด้านเงินฝากเงินให้สินเชื่อ รวมทั้งหลักทรัพย์ประเภทอสังหาริมทรัพย์มากเป็นอันดับสอง รองจาก บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ภาวะการณ์ปัจจุบันแม้การแข่งขันจะรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการบริการ การจัดทำธุรกรรมต่างๆ การหาเงินฝากและการบริการด้านสินเชื่อ ล้วนแล้วแต่เป็นนโยบายหลักของทุกธนาคารในประเทศไทยก็ว่าได้ การแข่งขันและการแข่งขันลูกค้าเป้าหมายหลัก การรักษาฐานลูกค้าเดิม เป็นสิ่งจำเป็น ณ ปัจจุบันสำหรับการดำเนินธุรกิจธนาคาร ดังนั้นในฐานะ บมจ.ธนาคารกรุงไทย เป็นธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาลย่อมต้องสนองนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการประกอบ

ธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ด้วยแล้ว บมจ. ธนาคารกรุงไทย ได้รับนโยบายให้ขยายสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อีกกว่า 4 หมื่นล้านบาทในปี 2550 นี้ ปัจจุบัน บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อกับ บมจ.ธนาคารกรุงไทย กว่า 1,000 ราย โดยมีทุกประเภทธุรกิจ เช่น บริการ ผลิตสินค้า ธุรกิจซื้อขายไป การค้าปลีกค้าส่ง เป็นต้น การดูแลลูกค้าให้สามารถพึงพอใจในบริการ และขยายฐานสินเชื่อให้เพิ่มมากขึ้นนั้น บมจ.ธนาคารกรุงไทยได้มีหน่วยงานอำนวยความสะดวก ที่คอยดูแลลูกค้าโดยเฉพาะ เพื่อสร้างความประทับใจ คอยช่วยเหลือ เป็นที่ปรึกษา หาข้อมูลการดำเนินธุรกิจ แก้ไขปัญหาเพื่อสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า แม้ภาวะปัจจุบันการแข่งขันลูกค้าในระหว่างธนาคารพาณิชย์ด้วยกันนั้นจะมีสูงมาก แต่ธนาคารก็พยายามรักษาฐานลูกค้าเดิม พร้อมเพิ่มลูกค้าใหม่ที่มีศักยภาพให้มาเป็นลูกค้าของธนาคาร เพื่อสนองตอบตามนโยบายปัจจุบัน

5 Action: บันได 5 ขั้นสู่ความสำเร็จ หลักการง่าย ๆ 5 ขั้นที่เป็นคัมภีร์ของผู้ประกอบการมืออาชีพ

1. Determination: ความตั้งใจจริง ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จเป็นแรงกระตุ้น (Passion) ที่จะทำให้คุณ “สู้” ไม่ถอย เนื่องจากในตอนแรก ๆ ที่เริ่มก่อตั้งกิจการ ทุกอย่างจะมั่ว ๆ ทั้งมีอุปสรรคขัดขวางประเดี๋ยวมามากมาย ระบบอะไรก็ยังไม่เรียบร้อย ดังนั้น ความตั้งใจจริงในการทำธุรกิจ คิดว่าสิ่งที่ทำอยู่ เป็น Mission Possible ที่จะต้องทำให้สำเร็จ จะเป็นจุดเริ่มแรกที่สำคัญ

2. Education: การเรียนรู้ การเป็นผู้ประกอบการคือการเริ่มต้นทำสิ่งใหม่ ๆ ดังนั้นแน่นอนว่าข้อผิดพลาดต่าง ๆ ย่อมเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ผู้ประกอบการมืออาชีพมักจะเรียนรู้สิ่งต่างๆจากข้อผิดพลาดเสมอ มากไปกว่านั้น การเรียนรู้ในที่นี้ไม่ใช่การเรียนบริหารธุรกิจ การตลาดหรือการเงิน หากเป็นการเรียนรู้ทุกอย่างรอบตัวจากทุก ๆ คน

3. Examination: การวิเคราะห์ คุณควรให้การวิเคราะห์ วิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจ สิ่งที่เป็นพื้นฐานมาก ๆ เช่น การวิเคราะห์ถึงข้อดีข้อเสียของสิ่งที่คุณต้องการจะทำ เช่น การใช้ SWOT Analysis ก็ควรทำอย่างสม่ำเสมอตามสภาพทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปและแนวโน้มของตลาด และหากเมื่อไหร่ที่ต้องการคิดนอกกรอบ ก็ต้องลองสำรวจและวิเคราะห์ตลาด เพื่อให้มีความเสี่ยงน้อยที่สุด จริงอยู่คุณอาจจะไม่มีเงินมากพอ สำหรับการทำวิจัยใหญ่ ๆ แต่การลองสังเกตถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น หรือหาอ่านจาก Research ฟรีจากเจ้าใหญ่ ๆ ก็พอจะช่วยให้

4. Connection: เครือข่ายความสัมพันธ์ สิ่งที่น่าจะเป็นสิ่งจำเป็นมาก ๆ สำหรับการทำธุรกิจในประเทศไทยและในเอเชีย ผู้ประกอบการมืออาชีพควรที่จะสานสัมพันธ์และทำตัวเองให้เข้ากับใครก็ได้ ไม่ใช่แค่เฉพาะกับคนใหญ่คนโต แต่กับทุกคนไม่ว่าเขาเหล่านั้นจะเป็นใคร พยายามไม่มีศัตรูเพราะคุณไม่มีทางรู้ว่าต่อไปในอนาคตจะเป็นอย่างไร ในขณะที่เดียวกัน เรื่องของพันธมิตรทางธุรกิจก็เป็นสิ่งสำคัญ หมดยุคแล้วที่คู่แข่งจะต้องตั้งหน้าตั้งตาแข่งขันกัน หากมีทางใดที่เราสามารถทำงานร่วมกันและช่วยกันได้ ก็จะลองดู

5. Implementation: การลงมือทำ “จอมยุทธ์ย่อมมีบาดแผล” แน่แน่นอน การเริ่มต้นทำอะไรใหม่ ๆ ถึงแม้บางครั้งอาจล้มเหลวและไม่เป็นอย่างที่หวังไว้ แต่ขอให้ลองทำดู สิ่งที่ได้กลับมาจะเป็นประสบการณ์ชั้นยอด มันคือการเรียนรู้ แล้วจะรู้สึกสนุกเมื่อได้แก้ปัญหา เมื่อมีคู่แข่งกดดันให้เดินหน้าหรือให้คุณต้องพัฒนาต่อ นี่แหละคือเสน่ห์ของการทำธุรกิจ หรือการดูแลลูกน้อง การมอบหมายงานให้ทำ บางทีเจ้านายก็ต้องแกล้ง “รู้น้อย” เพื่อให้ลูกน้อง ได้แสดงออกอย่างเต็มความสามารถ

เขียนและนำเสนอแผนธุรกิจอย่างไรให้แบ่งกัฟไฟเขียว

เมื่อคุณกำลังจะเริ่มทำธุรกิจ คุณย่อมมีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่คุณทำมากมาย ในขั้นแรกของการทำธุรกิจ คุณควรเริ่มจากการแบ่งข้อมูลที่มีออกเป็น 3 จำพวกใหญ่ คือ

1. **ข้อมูลที่สำคัญมาก ๆ** หากไม่มีจุดนี้ ผู้ฟังก็จะไม่รู้ว่าคุณทำอะไร และมีความน่าสนใจอย่างไร ซึ่งตรงนี้คือสิ่งที่ควรจะไปรวมไว้ใน Executive Summary มากที่สุด
2. **สิ่งที่น่ารู้** เนื่องจากจุดนี้จะสนับสนุนข้อมูลที่มีความสำคัญมาก ๆ ในข้อแรก ซึ่งเราจะนำมาใส่ไว้ในส่วนเนื้อหาหลักก็ได้
3. **สิ่งที่รู้ก็ดีเนื่องจากจุดนี้** จะสามารถสร้างความเข้าใจแก่ สภาพการตลาดได้ดียิ่งขึ้น แต่อาจจะไม่เกี่ยวเนื่องกับจุดสำคัญของธุรกิจมากนัก ซึ่งตรงจุดนี้ควรจะไปใส่ไว้ใน ส่วนเพิ่มเติม (Appendix)

ดังนั้นเพื่อกระตุ้นต่อมอยากรู้ให้กับผู้อ่านแผนธุรกิจของคุณ สิ่งที่คุณต้องทำคือดึงความสนใจของผู้อ่านมาให้ได้เร็วที่สุดจาก Executive Summary ซึ่งเป็น 3 แผ่นแรกของแผนธุรกิจ โดยจุดหลัก ๆ 3 จุดที่คุณควรให้ความชัดเจน คือ

- แนวคิดของสินค้าและบริการของคุณ ว่ามันคืออะไร จับกลุ่มลูกค้าแบบไหน
- ทำไมธุรกิจนี้ ถึงน่าจะเป็นไปได้ดี ทำไมถึงมีความต้องการในตลาด และ โอกาสของธุรกิจที่เติบโตขึ้นคืออะไร ขนคของตลาดเป็นเท่าไร

- ทำไม ลูกค้าต้องซื้อสินค้าของคุณ และหากว่ามีตัวเลือกที่คล้ายคลึงกันในตลาด ทำไมลูกค้าจึงเลือกคุณ แทนที่จะเป็นคนอื่น คุณมีดีกว่าคู่แข่งอย่างไร และคุณจะขายในราคาเท่าไร จำนวนเท่าไร

สำหรับสิ่งเพิ่มเติมที่น่าจะกล่าวถึงคือ

- ลูกค้าหรือสิ่งที่อ้างอิงเกี่ยวกับลูกค้าในอนาคตของคุณได้
- แผนการตลาดของคุณ ทำอย่างไรลูกค้าจึงจะรู้จักสินค้า และบริการของคุณ แล้วคุณ จะสื่อสารถึงสรรพคุณของสินค้าของคุณ ได้อย่างไร

- พูดยุติทีมงานของคุณว่า พวกเขาเหล่านั้นเป็นใคร มาจากไหน มีพื้นฐานอย่างไร มี ประสบการณ์และเครือข่ายที่จะช่วยสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจของคุณได้อย่างไร แต่หากว่าคุณ ยังไม่มีทีมงานหลัก ๆ ซึ่งคุณรู้ว่าสำคัญ คุณก็จะต้องชี้แจงว่าด้วยวิธีการใด คุณจึงจะสามารถหาคน เหล่านั้นมาทำงานกับคุณได้ จะรับสมัครหรือ Head Hunt ได้อย่างไร

สำหรับการนำเสนอแผนธุรกิจหรือการขายไอเดียต่าง ๆ สิ่งที่คุณประกอบการควรทำ คือ การควบคุมสมอง 2 ซีกของผู้ฟัง ซึ่งก็คือด้านตรรกะ (ด้านซ้าย) และด้านอารมณ์ (ด้านขวา) ให้เขา ตกลงเห็นด้วยกับคุณทั้ง 2 ด้าน สำหรับซีกซ้ายหรือด้านตรรกะนั้น ก็คือ การนำเสนอในสิ่งที่เป็น ตรรกะ น่าเชื่อถือ มีเหตุผลและไม่ขัดแย้งกันเอง ซึ่งหากคุณ ได้เตรียมแผนธุรกิจที่รัดกุมเพียงพอแล้ว ก็ไม่น่ามีปัญหาอะไร ส่วนสมองซีกขวา ซึ่งค่อนข้างจะควบคุมยาก คุณอาจต้องใช้กลยุทธ์ใน การนำเสนอที่ดี เช่น การสบตากับผู้ฟังเป็นระยะ หรือท่าทางที่ดูน่าเชื่อถือ คุณมีความมั่นใจ รวมทั้ง ระดับเสียงที่ชัดเจน ไม่ค่อยไม่ดังจนเกินไป สิ่งเหล่านี้ประสบความสำเร็จมีผลอย่างมากที่จะทำให้ ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และน่าเชื่อถือ นอกจากนี้อย่าลืม เตรียมตัวและเตรียมอุปกรณ์ในการนำเสนอให้พร้อม หากมีแผนภาพที่สามารถทำให้ ผู้ชมเข้าใจ ชัดเจนยิ่งขึ้น ก็ควรจะเตรียมไป เพราะภาพจะสามารถเรียกความสนใจและสร้างความเข้าใจได้ดีกว่า การฟังเพียงอย่างเดียว และก็อย่าลืมดูปฏิริยาตอบสนองจากผู้ฟัง เขาดูเบื่อหรือเปล่า อย่าลืมมีสติใน การนำเสนอ รวมทั้งเตรียมคำถามคำตอบให้พร้อม

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากร ตามวิธีของยามาเน (Taro Yamane, 1973, p. 125) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางภาคผนวก ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความเชื่อมั่น .05

ขนาดของ ประชากร (N)	ขนาดตัวอย่าง (n) สำหรับความคลาดเคลื่อนที่กำหนด (e) คิดเป็นร้อยละ					
	+,- 1%	+,- 2%	+,- 3%	+,- 4%	+,- 5%	+,- 10%
500	-	-	-	-	222	83
1,000	-	-	-	385	286	91
1,500	-	-	638	441	316	94
2,000	-	-	714	476	333	95
2,500	-	1,250	769	500	345	96
3,000	-	1,464	811	517	353	97
3,500	-	1,458	843	53	359	97
4,000	-	1,538	870	541	364	98
4,500	-	1,607	891	549	367	98
5,000	-	1,667	909	556	370	98
6,000	-	1,842	959	574	378	99
8,000	-	1,905	976	580	381	99
9,000	-	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
Alpha	10,000	2,500	1,111	625	400	100

ที่มา: Taro Yamane. Statistics: An Introductory Analysis. 1970: 886