



คุมเข้มแบงก์ก็ต้องเป็นธรรม

ปรากฏการณ์ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้มีคำสั่งเปรียบเทียบปรับธนาคารกรุงไทย 3.54 ล้านบาท และธนาคารไทยพาณิชย์ 3.21 ล้านบาท เนื่องจากมีประชาชนร้องเรียนและการสุ่มตรวจสอบของ ธปท. พบว่า มีการบังคับให้ลูกค้าทำประกันอัคคีภัย สำหรับหลักประกันของสินเชื่อที่อยู่อาศัยกับบริษัทประกันภัยบริษัทใดบริษัทหนึ่งเป็นการเฉพาะเจาะจง โดยลูกค้าไม่มีสิทธิที่จะเลือกทำประกันภัยกับบริษัทอื่นตามความสมัครใจ การปรับทั้งสองธนาคารนั้น เนื่องจากไม่ปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สนส. 17/2551 ลงวันที่ 3 ส.ค. 2551 ถือว่าฝ่าฝืนมาตรา 36 ต้องระวางโทษตามมาตรา 128 แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551

เรื่องนี้อาจจะเป็นเรื่องที่ดูเล็กน้อย แต่เป็นครั้งแรกที่ ธปท.ประกาศรายชื่อธนาคารที่ถูกปรับต่อสาธารณชน เพื่อเป็นการป้องปรามและให้ธนาคารตระหนักถึงการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) ที่ ธปท.ให้ความสำคัญและเร่งให้ธนาคารปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง ยกระดับการให้บริการ จากเดิมที่ ธปท.สั่งปรับธนาคารที่ไม่ดำเนินการตามคำสั่งเป็นระยะ หลังจากสอบสวนกรณีที่มีลูกค้าร้องเรียนแล้วเสร็จ แต่มักจะไม่เปิดเผยรายชื่อธนาคารที่ถูกสั่งปรับเพราะไม่ต้องการให้กระทบภาพลักษณ์

เรื่องนี้นับว่าเป็นมิติใหม่ ที่ทำให้ธนาคารที่ถูกสั่งปรับจะต้องเร่งแก้ไขระบบงานให้เป็นไปตามที่ ธปท.กำหนดอย่างรวดเร็ว เพราะค่าปรับนั้นหากคิดเป็นเงินก็ไม่มากนัก แต่การกระทบต่อภาพลักษณ์ธนาคารนั้นมีมูลค่าสูงกว่ามาก เพราะธนาคารแต่ละแห่งลงทุนในการสร้างแบรนด์ และภาพลักษณ์องค์กรเป็นเงินมูลค่าสูงลิ่ว แต่มูลค่าอาจจะลดลงไปเรื่อยๆ หากมีแต่เรื่องไม่ดีเกิดขึ้นในธนาคาร

ก่อนหน้านี้ ธนาคารพาณิชย์พยายามสร้างได้จากค่าธรรมเนียม ด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์การเงินให้กับลูกค้าแบบครบวงจร เช่น กู้เงินซื้อบ้านก็จะต้องซื้อประกันอัคคีภัยและประกันชีวิตกับบริษัทในเครือของธนาคารด้วย โดยใช้พนักงานที่สาขาแนะนำ หรือฝากเงินก็จะมีการแนะนำขายยึดยึดให้ซื้อกองทุนรวม หรือประกันของบริษัทในเครือธนาคาร จนทำให้ลูกค้าและประชาชนส่วนใหญ่เมื่อหน่วยพฤติกรรม และร้องเรียนมายัง ธปท.

หลายธนาคารได้เลิกขายประกันในธนาคารไปเลย หลังจาก ธปท.ประกาศใช้เกณฑ์ Market Conduct เพราะเห็นว่าไม่ได้คุ้มเสีย แต่ก็ยังมีกรร้องเรียนในด้านการให้บริการ หรือข้อขัดข้องด้านอื่นไปที่ศูนย์รับเรื่องราวร้องเรียนของ ธปท.อยู่เรื่อยๆ ซึ่งทุกกรณี ธปท.จะต้องมีคำตอบให้กับผู้ร้องเรียนไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่ก็ตาม

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันได้มีข้อเสียสลับเกิดขึ้น ซึ่งลูกค้าก็ใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการต่อว่าธนาคาร ที่ให้บริการได้ไม่ตรงกับโฆษณาในหลายๆ เรื่อง โดยที่ธนาคารไม่มีโอกาสตอบโต้

ดังนั้น เรื่องนี้จะสร้างต้นทุนให้กับธนาคารพาณิชย์ หรือมีข้อขัดข้องกับภาคธุรกิจด้วยกัน ธปท.ควรจะมีการหารือกับธนาคารพาณิชย์ สมาคมธนาคารไทย เพื่อที่จะปรับปรุงเรื่อง Market Conduct เป็นระยะให้ทันสมัย เพราะหลายกรณีที่ธนาคารพาณิชย์ถูกร้องเรียน ลูกค้าก็เป็นฝ่ายผิด แต่ พ.ร.บ.ธนาคารพาณิชย์ระบุว่า ห้ามธนาคารเปิดเผยข้อมูลของลูกค้า ทำให้ธนาคารไม่อาจชี้แจงข้อเท็จจริงได้ หรือกว่าจะชี้แจงข้อเสียภาพลักษณ์ธนาคารก็เสียหายไปมากแล้ว ควรจะคุยกันเพื่อให้เกิดแนวทางที่ดีที่สุดสำหรับทุกฝ่าย ■

หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์
ถือกำเนิดเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2546 โดยมี บริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าของ ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา สำนักเลขที่ 136 ถนน ณ ระนอง แขวงสุรินทร์โยธา คลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 02-616-4000 โทรสาร. 02-616-4201, 02-616-4202

บรรณาธิการ	: วุฒิ นนทฤทธิ
Ext. 4224	e-mail : wut@posttoday.com
รองบรรณาธิการ	: พิเชษฐ์ ชูรักษ์
Ext. 4230	e-mail : pichet@posttoday.com
รองบรรณาธิการ	: ชลลดา อิงศรีสว่าง
Ext. 4236	e-mail : choladai@posttoday.com
ผู้ช่วยบรรณาธิการ	
ฝ่ายข่าวธุรกิจตลาด	: พรพจน์ ชัยศรีบุญเรือง
Ext. 4251	e-mail : pomprot@posttoday.com
ฝ่ายข่าวการเมือง	: วิษณุ นุ่นทอง
Ext. 4229	e-mail : wissanun@posttoday.com
ฝ่ายข่าวแมกกาซีน	: ปณิฎา สุวรรณปาล
Ext. 4256	e-mail : panita@posttoday.com
ฝ่ายข่าวนโยบายเศรษฐกิจ	: เบบ็ญจวรรณ รัตนวิจิตร
Ext. 4247	e-mail : benchawan@posttoday.com
ฝ่ายออกแบบ	: สุไลมาน ตือราแม
Ext. 4267	e-mail : sulaimand@posttoday.com
หัวหน้าข่าว	
ฝ่ายข่าวการเงิน	: ชิวรัตน์ กิจนภานพวงศ์
Ext. 4239	e-mail : shewaratk@posttoday.com
ฝ่ายข่าวหุ้น-ตลาดทุน	: เจียรนัย อุตะม
Ext. 4242	e-mail : jiaranai@posttoday.com
ฝ่ายข่าวต่างประเทศ	: นันติยา เวชระยาบุตร
Ext. 4263	e-mail : nantiyaw@posttoday.com
ฝ่ายข่าวกีฬา	: เปรมาณี ปานทอง
Ext. 4264	e-mail : premvadeep@posttoday.com
ที่ปรึกษาของบรรณาธิการ	: วิมลพรรณ ปิณฑวิชัย
Ext. 4226	e-mail : vimolphunp@posttoday.com
ที่ปรึกษาของบรรณาธิการ	: สมาน สุดโต
Ext. 4225	e-mail : samans@posttoday.com
ฝ่ายโฆษณาพิเศษ	: โทร 02-616-4441
	e-mail : display@bangkokpost.co.th
ฝ่ายโฆษณาแยกประเภท	: โทร 02-616-4388
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	: โทร 02-616-4444

Market Conduct

ปฏิวัติรูปแบบบริการธนาคาร

โดย นอร์...

เรียกเสียงปรบมือไปทั่ว สำหรับการที่ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ลงโทษเปรียบเทียบปรับธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ 2 แห่ง คือ ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงไทย ที่บังคับให้ลูกค้าทำประกันภัยกับบริษัทใดบริษัทหนึ่งเป็นการเฉพาะเจาะจง

ถือเป็นความผิดการไม่ปฏิบัติตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย และเป็นที่มาทำให้คณะกรรมการมีคำสั่งเปรียบเทียบปรับธนาคารกรุงไทย เป็นจำนวนเงิน 3.54 ล้านบาท และธนาคารไทยพาณิชย์ 3.21 ล้านบาท นับได้ว่าค่าเบี้ยที่ได้รับมาก่อนหน้านี้ไม่คุ้มจริงๆ กับค่าปรับที่ต้องเสียไป และภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นกับธนาคารทั้งสองแห่งที่ต้องฉวยหอมลงไปด้วย นโยบายหนึ่งที่ ธปท.ให้ความสำคัญ ที่กำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด คือ “การกำกับดูแลการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) การได้รับบริการทางการเงินอย่างเป็นธรรม เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนผู้ใช้บริการทางการเงิน รวมถึงให้สถาบันการเงินให้บริการอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม”

ขณะเดียวกัน ประชาชนผู้ใช้บริการก็เข้าใจสิทธิและได้รับความคุ้มครอง รวมทั้งสามารถเลือกใช้บริการได้ตรงกับความต้องการของตัวเอง โดยไม่ต้องถูกบังคับแต่อย่างใด สิ่งสำคัญที่จะทำให้เรื่องนี้ประสบความสำเร็จ นอกจากอาศัยการกำกับดูแลที่เข้มแข็งแล้ว ประชาชนก็ต้องมีข้อมูลที่เพียงพอประกอบการตัดสินใจ และสถาบันการเงินต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงบริการอย่างจริงจัง โดยได้ออกกฎเกณฑ์มาบังคับอย่างจริงจังเมื่อต้นปี 2561

ทั้งนี้ ธปท.จะมีการสุ่มตรวจสอบซึ่งหากสถาบันการเงินไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์ จะมีการเปรียบเทียบปรับ



ที่สำคัญจะมีการเผยแพร่การลงโทษในเว็บไซต์เพื่อให้สาธารณชนรับทราบ ซึ่งโทษการเปรียบเทียบปรับนั้นไม่เท่าไรที่ร้ายแรง คือ การถูกลงโทษทางสังคม

ที่ผ่านมาประเด็นปัญหาที่พบลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นขอสินเชื่อหรือบัตรเครดิต มักจะถูกบังคับขายพ่วงประกัน หรือพูดให้เข้าใจคือการขายตอบแทนสูง โดยไม่บอกข้อมูลทั้งหมด หากยกเลิกกรมธรรม์ก่อนกำหนดจะได้รับเงินไม่เต็มมูลค่า รวมถึงการเสนอขายประกันทางโทรศัพท์ที่รบกวนความเป็นส่วนตัว เป็นต้น ดังนั้นจะต้องมีการออกกฎกติกาการขายการเสนอขายผลิตภัณฑ์การเงินออกมา

ธปท.ได้มีการออกแนวปฏิบัติสำหรับกรยกระดับมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม โดยเริ่มตั้งแต่ระดับคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม กำหนดเป็นวัฒนธรรมองค์กรและมีผู้รับผิดชอบชัดเจน

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับลูกค้า ความสามารถของพนักงานขาย ช่องทางการขายระบบงานและการควบคุม เช่น ไม่ขายผลิตภัณฑ์ซับซ้อนแก่ลูกค้ากลุ่มเปราะบาง (กลุ่มผู้อาวุโส หรือที่ไม่มี

ความรู้ความเข้าใจเพียงพอ) ไม่ขายผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายยังไม่สามารถอธิบายได้ถูกต้องชัดเจน

ด้านการจ่ายค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษไม่ผลักดันให้เกิดการขายที่ไม่เหมาะสม เช่น ให้คุณภาพการขายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของค่าตอบแทน มาตรการลงโทษเหมาะสมบังคับใช้จริง และกระบวนการขายให้ข้อมูลครบถ้วน ชัดเจน ไม่บิดเบือน และไม่รบกวนลูกค้า เช่น มี เซลล์ชิตช่วยอธิบายข้อมูลผลิตภัณฑ์ ห้ามซื้อข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมาขายผ่านโทรศัพท์ หากลูกค้าสอบถามที่มาของข้อมูลต้องตอบได้อย่างไม่ชักช้า มีรายชื่อ “ห้ามโทร..”

นอกจากนี้ จะต้องมีการสื่อสารและให้ความรู้พนักงานด้าน Market Conduct ทั่วถึง เช่น สื่อสารแนวทางการให้บริการอย่างเป็นธรรมแก่พนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้อง แต่ก็เห็นชัดว่าพนักงานเองถูกบังคับให้ขายประกัน หรือผลิตภัณฑ์เพื่อหารายได้ค่าธรรมเนียมชดเชย โดยกำหนดเป็น “เคพีโอ” เพื่อประเมินผลงานของพนักงานเองด้วย ยังเป็นแรงกดดันที่พนักงานต้องทำทุกวิถีทางที่จะขายให้ได้มากที่สุด

สุ่มตรวจ รวมถึงได้รับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าทำให้ติดตามตรวจสอบข้อเท็จจริงหาพบการกระทำผิดจริงจะมีคณะกรรมการเปรียบเทียบปรับและจะมีการประกาศทางเว็บไซต์เป็นตัวอย่างไม่ให้เกิดการเงินอื่นกระทำ ความผิดซ้ำเพราะแค่โทษ “ค่าปรับ” แล้วเงียบไปไม่มีใครรู้นั้น ก็ไม่ก่อประโยชน์อะไร แต่สิ่งที่สำคัญที่สุด การกระทบกับภาพลักษณ์ของการเป็นสถาบันการเงินจะต้องได้รับความน่าเชื่อถืออย่างสูงสุด

สิ่งที่เกิดการเปลี่ยนแปลงหลังจากที่ ธปท.ประกาศลงโทษเปรียบเทียบปรับ 2 ธนาคารที่ไม่ปฏิบัติตาม Market Conduct ทำให้ธนาคารทั้งสองแห่งต้องรีบออกมาตรการและปรับปรุงอย่างเร่งด่วน เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำรอยขึ้นมาอีก

มาตรการของ ธปท.ที่ออกมาจึงเป็นการยกระดับอีกชั้นในเรื่องการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ที่ไม่ได้ยึดแค่ตัวเลขยอดขายเพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับการดูแลอย่างเป็นธรรม

และเชื่อว่า หลังจากนี้ ธปท.คงมีมาตรการดูแลในส่วนของผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งล่าสุดก็มีมาตรการควบคุมสินเชื่อจำนำทะเบียนรถออกมาอีก เป็นการเดินหน้าตามนโยบาย Market Conduct อย่างจริงจัง จึงเป็นเรื่องที่ถูกต้องที่ทุกฝ่ายควรสนับสนุนให้ ธปท.ดำเนินการเรื่องนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง แม้ที่ผ่านมาเสียงของผู้บริโภคมักจะดังไม่ค่อยถึงหู นายแบงก์ทั้งหลายก็ตาม

ผลการประเมินผลรายชื่อแบงก์ที่ทำผิด เชื่อว่าจะนำมาสู่การปฏิวัติระบบการให้บริการลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ในอนาคต เพราะฟันไปก็ไม่ได้คุ้มเสีย เนื่องจากค่าปรับนั้นเป็นเงินเล็กน้อยมาก เมื่อเทียบกับค่าแบรนด์ อิมเมจที่แต่ละธนาคารใช้เงินเป็นร้อยเป็นพันล้านบาท เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เงินธนาคารในใจของลูกค้า ■

สถานการณ์การลงทุนของญี่ปุ่นในไทย

คลังปัญญาโลก
Panit Nonwong
ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์การลงทุน
ด้านยุทธศาสตร์ระดับ
วิสัยทัศน์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

ในบทความเรื่อง Catching up or staying ahead : Japanese Investment in the Mekong Region and the China Factor เขียนโดย Françoise Niclas ผู้อำนวยการศูนย์เอเชียศึกษา ณ French Institute of International Relations (Ifri) สถาบันคลังปัญญาของฝรั่งเศส ได้กล่าวถึงภาพรวมการลงทุนของญี่ปุ่นและจีน ในภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ในที่นี้จะกล่าวถึงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย ในภูมิภาคลุ่มน้ำโขงหรืออาเซียนภาคพื้นทวีป ที่ประกอบด้วย เมียนมา ไทย ลาว กัมพูชา และเวียดนาม การลงทุนจากญี่ปุ่นที่มากที่สุดในอยู่ **ที่ ประเทศไทย** ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ในระหว่างปี 1985-2016 การลงทุนของญี่ปุ่นในประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 43 ของการลงทุนต่างชาติ

ทั้งหมดที่เข้าสู่ประเทศไทย มากกว่าสหรัฐอเมริกา ผู้ลงทุนอันดับ 2 เกือบครึ่ง การลงทุนของญี่ปุ่นในไทยค่อนข้างเสถียร การลงทุนของญี่ปุ่นในไทยนั้นอยู่ใน 2 ภาคส่วนหลัก ได้แก่ การผลิตโลหะภัณฑ์และเครื่องจักรต่างๆ ซึ่งรวมถึงยานยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการลงทุนในการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ ญี่ปุ่นมาหลายทศวรรษ หลังจากนั้นก็มี การลงทุนในอุตสาหกรรมภาคส่วนอื่นๆ เช่น เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตเสื้อผ้า และการแปรรูปอาหาร ไทยเองเคยเป็นผู้ได้รับความช่วยเหลือทางการเงินในรูปแบบเงินให้เปล่าจากญี่ปุ่นจนถึงปี 1993 อย่างไรก็ตาม ญี่ปุ่นก็ยังให้ความช่วยเหลือทางการเงินผ่านรูปแบบเงินกู้และทางเทคนิคผ่านองค์กรไจก้า (JICA) เช่น การก่อสร้างรถไฟฟ้ามหานครในกรุงเทพฯ

อย่างไรก็ดี สถานะผู้ลงทุนอันดับ 1 ของญี่ปุ่นในประเทศไทยถูกท้าทายมากขึ้นเรื่อยๆ จาก “จีน” ในระยะหลังมา การลงทุนจากจีนในไทยเพิ่มมากขึ้น ขณะที่การลงทุนจากญี่ปุ่นเพิ่มช้าลง เหตุผลหนึ่งของการลงทุนของญี่ปุ่นในประเทศไทยชะลอตัวลงอาจเป็นผลมาจาก **ยุทธศาสตร์ Thailand+1** ของบริษัทญี่ปุ่น ที่เปลี่ยนกลยุทธ์การลงทุนในประเทศไทยให้สอดคล้องกับค่าแรงที่เพิ่มขึ้นในไทย โดยย้ายฐานการผลิตส่วนที่ต้องใช้แรงงานมากที่สุดในห่วงโซ่การผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านของไทย ได้แก่ ลาว กัมพูชา เป็นหลัก (ส่วนเมียนมา ยังไม่เป็นที่หมายในกรณีนี้ เพราะระหว่างไทยกับเมียนมาซึ่งขาดการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกต่อการคมนาคมขนส่ง) นั่นทำให้การลงทุนในอุตสาหกรรมภาคส่วนอื่นๆ เช่น ชิ้นส่วนรถยนต์ของบริษัทญี่ปุ่นต่อจากนี้ อาจผลิตบางส่วนในนิคมอุตสาหกรรมในลาว โดยนำเข้าวัตถุดิบจากไทย เมื่อเสร็จแล้วก็ส่งกลับมายังประเทศไทย ในประเทศไทย การกระจายการผลิตนี้ส่งผลให้การลงทุนของญี่ปุ่นในไทยลดลง และกระจายไปยังประเทศเพื่อนบ้านแทน

นอกจากนี้ โครงการใหญ่ทางเศรษฐกิจของจีนในไทยในระยะที่ผ่านมาที่กินพื้นที่สื่อไทยอย่างมาก นั่นคือโครงการร่วมก่อสร้างรถไฟความเร็วสูง โดยนำเข้าวัตถุดิบจากจีนตอนใต้มาสร้างในไทย ซึ่งเป็นการยกระดับของประเทศไทยให้ก้าวสู่อุตสาหกรรมไฮเทคและนวัตกรรม รวมทั้งพัฒนาความเชื่อมโยงด้านการคมนาคมขนส่งระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านนั้นสอดคล้องกับการดำเนินยุทธศาสตร์ Thailand +1 ของเหล่าธุรกิจญี่ปุ่น นอกจากการเข้าร่วมในอีอีซี ความพยายามสำคัญของญี่ปุ่นในการตอบสนองบทบาททางเศรษฐกิจของจีนก็คือ การเข้าไปรับผิดชอบการศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างรถไฟความเร็วสูงจากเชียงใหม่สู่กรุงเทพมหานครอีกด้วย ■