

ระดับ ความเสี่ยง

สัญญาณเตือนภัยทางธุรกิจ ในรูปแบบตรางู FS Score



Time spent brooding over figures is never wasted. --- J.H. Clemens
“การทุ่มเวลาไปกับตัวเลข: ไม่เป็นการสูญเปล่า”

เป้าหมายของการทำธุรกิจที่เหมือนกัน คือทำอย่างไรให้มีกำไรมากที่สุด มีลูกค้ามากที่สุด และเกิดความเสี่ยงน้อยที่สุด ซึ่งการที่จะบรรลุเป้าหมาย ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีกระบวนการในการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา ทั้งจากการศึกษาข้อมูลที่เป็นปัจจัยภายนอก เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี กฎหมาย และสิ่งแวดล้อม และจากปัจจัยภายใน เช่น การเฝ้าระวังและบริหารความเสี่ยงธุรกิจตนเองและคู่ค้าอย่างใกล้ชิด ซึ่งแต่ละธุรกิจก็จะมีวิธีที่แตกต่างกันโดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเป็นพื้นฐานสำคัญ ซึ่งมีหลายวิธีตามความถนัดของแต่ละองค์กร ตัวอย่างเช่น

Traditional Analysis: Balance Sheet and PL

การวิเคราะห์แบบเดิม: งบดุลและงบกำไรขาดทุน
1) งบกำไรขาดทุน (PL) ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงประกอบไปด้วยข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ รายได้ ต้นทุน กำไรและค่าใช้จ่าย ซึ่งนักวิเคราะห์จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปหาอัตราส่วนการทำกำไรได้ (Net profit margin) โดยการนำจำนวนกำไรสุทธิ มาหารด้วยรายได้รวม [(Net profit / total revenue) x 100%] ซึ่งถ้าเปอร์เซ็นต์ของ Net profit margin ยิ่งสูงเท่าไรนั้น หมายความว่าบริษัทนั้นควบคุมราคาต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้ดี

2) งบดุล (Balance Sheet) เป็นการดูข้อมูลสินทรัพย์ (Asset) หนี้สินต่างๆ (Liabilities) และส่วนของผู้ถือหุ้น (Shareholders' equity) ซึ่งจากข้อมูลนี้เมื่อรวมกับข้อมูลจากงบ Profit and loss statement จะสามารถใช้สูตรคำนวณทางการเงินอื่นๆ ได้อีก เช่น การหาผลตอบแทนจากการลงทุน (ROA) ซึ่งถ้าอัตราส่วนสูงขึ้นหมายความว่ามีการจัดการสินทรัพย์ที่ดี การหาอัตราส่วนของหนี้ต่อทุนที่มีอยู่ (DE) ซึ่งถ้าอัตราส่วนนั้นสูงแสดงว่าบริษัทนั้นๆ มีความเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงของดอกเบี้ยที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ยังมีอัตราส่วนอื่นๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยง ซึ่งการคำนวณค่าต่างๆ นั้นจำเป็นต้องพึ่งนักบัญชีที่มีความแม่นยำพอสมควรเพราะมีโอกาสที่จะคำนวณผิดพลาดสูง

บัญชีรายจ่าย/รายรับ	หน่วย	ปีงบประมาณ				
		31 ธันวาคม 2552	31 ธันวาคม 2551	31 ธันวาคม 2550	31 ธันวาคม 2549	31 ธันวาคม 2548
สินทรัพย์รวม						
สินทรัพย์ถาวร	บาท	2.45	2.35	2.41	2.28	2.13
สินทรัพย์หมุนเวียน	บาท	2.45	2.35	2.41	2.28	2.13
หนี้สินรวม						
หนี้สินระยะยาว	บาท	0.85	0.87	0.79	0.79	0.71
หนี้สินระยะสั้น	บาท	17.59	12.21	13.97	11.95	6.48
รวมหนี้สิน	%	83.78	78.10	87.06	83.53	129.87
สินทรัพย์สุทธิ	บาท	4.36	4.67	5.44	4.37	2.81
รวมหนี้สิน	%	164	164	164	0.07	0.08
สินทรัพย์สุทธิ	บาท	-	-	-	5,209.40	4,186.03
รวมหนี้สิน	%	23.11	22.88	54.07	48.77	45.94
สินทรัพย์สุทธิ	บาท	15.80	15.95	6.75	7.48	7.95
กำไรสุทธิ						
กำไรสุทธิ	ล้านบาท	57.00	55.13	50.15	49.45	47.82
กำไรสุทธิ	ล้านบาท	35.95	32.11	24.43	19.37	15.92
กำไรสุทธิ	ล้านบาท	27.19	28.75	23.78	17.75	9.74
กำไรสุทธิ	ล้านบาท	23.20	24.98	18.79	14.01	5.94

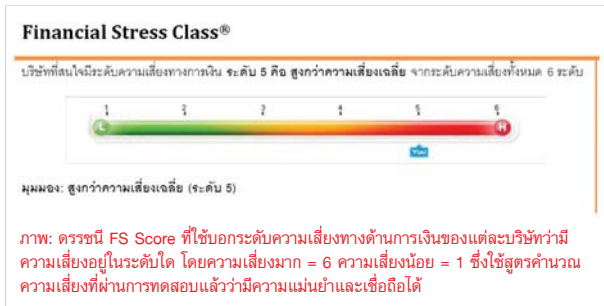
ภาพ: เป็นการดูข้อมูลทางการเงิน (Financial Information) ผ่านระบบคอร์ปัส (Corpus) ที่ผู้ใช้งานสามารถดูอัตราส่วนต่างๆ ได้ทันที โดยสามารถดูในรูปแบบรายปีเทียบกับปีย้อนหลังได้สูงสุด 5 ปี เพื่อการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงได้อย่างแม่นยำและรวดเร็วมากขึ้น

Latest Technology: FS Score Analysis

เทคโนโลยีล่าสุด: วิเคราะห์ด้วย FS Score



Financial Stress Score หรือ FS Score ซึ่งเป็นแบบจำลองการวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk Model) ที่พัฒนามาจากการนำฐานข้อมูลนิติบุคคลของ BOL ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ ร่วมกับเทคโนโลยีและประสบการณ์ของ Dun & Bradstreet หรือ D&B ซึ่งเป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจทั่วโลก เพื่อทำนายแนวโน้มในการเกิดวิกฤตทางการเงินของบริษัทใดบริษัทหนึ่งในอนาคตว่ามีมากน้อยเพียงใด โดยการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางธุรกิจ เช่น ขนาด ประเภทธุรกิจ ที่ตั้ง จำนวนพนักงาน คุณลักษณะทางการเงิน เช่น อัตราส่วนทางการเงินต่างๆ พฤติกรรมการชำระหนี้ทางการค้า สถานะกิจการ การเลิกกิจการ การพิทักษ์ทรัพย์เด็ดขาด หรือการล้มละลายของบริษัท เพื่อกำหนดเป็นแบบจำลองเพื่อวัดระดับความเสี่ยงทางธุรกิจได้โดยจำแนกออกเป็น 6 ระดับความเสี่ยง (Financial Stress Class)



การนำครรชน FS Score ไปใช้

ในการเริ่มต้นสร้างฐานข้อมูลลูกค้าที่ดี

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า หากเรามีฐานข้อมูลลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่ำมากเท่าไร โอกาสที่บริษัทจะสร้างรายได้ก็จะมีมากขึ้น ยิ่งในสภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวนดังเช่นทุกวันนี้แล้วละก็ การมีฐานลูกค้าเยอะ อาจจะไม่ใช่ว่าคำตอบที่ดีเสมอไป ธุรกิจควรหาวิธีในการกรองลูกค้าเฉพาะ ที่มีประวัติดี ๆ เอาไว้ เพราะถ้ามีลูกค้าเยอะแต่เก็บเงินไม่ได้ นอกจากธุรกิจจะต้องขาดทุนแล้วอาจจะต้องเปลืองค่าใช้จ่ายไปกับการดำเนินการตามหนี้การค้า เช่น อาจจะต้องจ้างทนายหรือผู้รู้กฎหมายมาช่วย ด้วยเหตุนี้หลายธุรกิจจึงเริ่มนำ FS Score มาใช้ในการประเมินความเสี่ยงของลูกค้า เพราะมีความแม่นยำและช่วยลดเวลาในการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี

จัดกลุ่มความเสี่ยงลูกค้าที่มีอยู่ก่อนโดยใช้ FS Score

เพื่อใช้ในการหาลูกค้าใหม่ที่มีคุณภาพ

การใช้ FS Score และ FS Class มาช่วยในการจัดกลุ่มความเสี่ยงลูกค้าเทียบกับผลตอบแทนหรือรายได้ที่บริษัทได้รับ (Risk Vs. Return) สมมติว่าบริษัทท่านมีลูกค้าปัจจุบัน (Existing Customer) และลูกค้าที่ท่านคาดหวังไว้ในอนาคต (Prospect Customer) อยู่ 50 ราย ท่านสามารถนำลูกค้าทั้ง 50 รายมาจัดกลุ่มความเสี่ยงลูกค้าดังนี้:

แบ่งกลุ่มลูกค้า ตามการสร้าง รายได้ให้บริษัท	ความเสี่ยงจากรายงาน FS Score					
	ระดับ 1 ค่าเสี่ยงต่ำ	ระดับ 2 ค่อนไปทาง ค่าเสี่ยงต่ำ	ระดับ 3 ต่ำกว่าค่า เสี่ยงเฉลี่ย	ระดับ 4 ค่าเสี่ยง เฉลี่ย	ระดับ 5 สูงกว่าค่า เสี่ยงเฉลี่ย	ระดับ 6 เสี่ยงสูง
รายได้สูง	5	3	1	5	2	4
รายได้กลาง	3	3	1	1	5	0
รายได้ต่ำ	2	4	2	2	4	3

จากภาพด้านบน: เราสามารถระบุได้ว่าลูกค้ากลุ่มหรือรายไหนบ้างที่มีความเสี่ยงต่ำไปจนถึงสูง และในแต่ละระดับความเสี่ยงนั้นสร้างรายได้หรือผลตอบแทนให้กับบริษัท มากหรือน้อย การสามารถมองเห็นและเข้าใจลูกค้าถึงสถานะที่เป็นอยู่จะช่วยให้เราสามารถใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมของลูกค้าได้ เช่น

- **Marketing** - ช่วยระบุได้ว่าเราควรจะนำเสนอสินค้าให้กับกลุ่มใดบ้าง เพื่อลดความสูญเสียในการเข้าหาลูกค้าที่ไม่ตรงเป้าหมาย ซึ่งการจะเสนอสินค้าใหม่ (Cross-sell) ให้กับลูกค้าปัจจุบันก็ควรเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้สูงและมีความเสี่ยงต่ำ เช่น กลุ่มลูกค้าในกลุ่มพื้นที่สีเขียว ในขณะที่เดียวกันหากต้องการเพิ่มยอดขาย (Up-sell) ก็ควรเป็นกลุ่มลูกค้าที่สร้างรายได้ให้บริษัทน้อยอยู่และมีความเสี่ยงต่ำ เช่น กลุ่มลูกค้าในกลุ่มพื้นที่สีฟ้า หรือแม้ว่าบางครั้งเรามีสินค้าจำกัด เราสามารถพิจารณาได้ว่าลูกค้ากลุ่มใดที่มีความเสี่ยงสูง เช่น กลุ่มลูกค้าในพื้นที่สีแดง เพื่อลดยอดขาย (Down-sell) แล้วนำสินค้าไปขายให้กลุ่มที่มีความเสี่ยงที่ต่ำกว่าได้

- **Application Process** - การเสนองานเงินเครดิตที่มากหรือระยะเวลาสำหรับลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่ำ ก็ถือเป็นการเพิ่มความสามารถการแข่งขันของบริษัทได้ เช่น หากเรารู้ว่าเรามีลูกค้าในกลุ่มพื้นที่สีเขียวที่สามารถสร้างรายได้สูงและมีความเสี่ยงต่ำ เราควรรักษารฐานลูกค้ากลุ่มนี้ไว้โดยการให้เครดิตที่มากขึ้น นอกจากนี้ เรายังสามารถหลีกเลี่ยงการรับลูกค้าใหม่กับกลุ่มพื้นที่สีส้มที่สร้างรายได้ต่ำและมีความเสี่ยงสูง ในขณะที่เลือกทำการซื้อขายเงินสดกับกลุ่มพื้นที่สีแดงที่มีผลตอบแทนสูงแต่มีความเสี่ยงสูง

- **Account Management** - การทราบความเสี่ยงโดยเปรียบเทียบกับการสร้างรายได้ จากลูกค้า ช่วยให้เราสามารถบริหารจัดการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากลูกค้ากลุ่มที่สร้างรายได้สูงและมีความเสี่ยงต่ำ เช่น กลุ่มพื้นที่สีเขียว หรือกลุ่มสีฟ้าที่ยังคงสร้างรายได้ต่ำอยู่และมีความเสี่ยงต่ำ เราอาจเสนอเพิ่มวงเงินเครดิตเพื่อดึงดูดลูกค้าได้ หรือกับกลุ่มพื้นที่สีแดงที่สร้างรายได้สูงแต่มีความเสี่ยงสูง เราสามารถกำหนดแผนการให้วงเงินเครดิตและระยะเวลาชำระหนี้ให้รัดกุมขึ้น

- **Collection & Recoveries** - การลดความเสียหายจากการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้า ให้ได้มากที่สุดโดยมองที่ความเสี่ยงที่จะสูญเสียและขนาดการสูญเสียที่จะเกิดขึ้น หากลูกค้ารายใดที่สร้างรายได้สูงและมีความเสี่ยงสูง เช่น กลุ่มพื้นที่สีแดง เราคงต้องให้ความสนใจอย่างใกล้ชิดทั้งในการติดตามการชำระหนี้และสถานะการดำเนินงานของเขามากที่สุด เพราะมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดปัญหาหากมากที่สุด และเกิดความสูญเสียจากปัญหาหากมากที่สุดเช่นกัน แล้วจึงเรียงลำดับความสำคัญตามความเสี่ยงลดหลั่นลงไป

สนับสนุนข้อมูลโดย บริษัท บีซีเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน)
สนใจทดลองใช้ FS Score ในการประเมินความเสี่ยงของธุรกิจลูกค้า
โทร. 02 657 3999 หรือ www.BOL.co.th