



# SMEs Knowledge

## ประกันการส่งออก..เครื่องมือบุกตลาดของ SMEs

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ  
กุมภาพันธ์ 2555

ปี 2555 ถือเป็นปีแห่งความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการไทย ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่เปราะบางและมีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจลุกลามไปทั่วโลก โดยเฉพาะจากปัญหาวิกฤตหนี้ของประเทศพัฒนาแล้วอย่างสหรัฐฯ และยุโรป ที่ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศดังกล่าว รวมถึงในอีกหลายประเทศ ลดลงจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา นอกจากนี้ หลายฝ่ายเริ่มกังวลว่า ผลกระทบดังกล่าวจะรุนแรงจนถึงขั้นทำให้ผู้นำเข้าสินค้าผิคนัดชำระหนี้หรือไม่ และถือเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ส่งออก โดยเฉพาะ SMEs ของไทย เนื่องจากตลาดส่งออกหลักอย่างสหรัฐฯ และยุโรป กลับกลายเป็นตลาดที่วางใจไม่ได้ ขณะที่การหันไปพึ่งพาการส่งออกไปยังตลาดใหม่ก็มีความเสี่ยงอยู่ไม่น้อย ในภาวะการณ์เช่นนี้ การประกันการส่งออกจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถฟันฝ่าอุปสรรคที่รุมเร้าเข้ามาในปีนี้ เพื่อให้มีความมั่นใจในการส่งออก

### ทำความรู้จักกับการประกันการส่งออก

การประกันการส่งออกเป็นการประกันความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระเงินค่าสินค้าจากผู้ซื้อหรือธนาคารผู้ซื้อในต่างประเทศตามกำหนดเวลาการชำระเงิน โดยผู้รับประกัน (อาทิ EXIM Bank) จะจ่ายค่าสินไหมทดแทนในอัตราความคุ้มครองที่ได้ตกลงกันไว้ หากผู้ส่งออก (ผู้เอาประกัน) ส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อในต่างประเทศแล้ว แต่ผู้ซื้อไม่ชำระค่าสินค้าส่งออกภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการทำประกันดังกล่าวหรือเบี้ยประกันจะคำนวณจากเครดิตของผู้ซื้อสินค้าในต่างประเทศและความเสี่ยงของประเทศที่ส่งออก



### ประเภทของประกันการส่งออกตามระยะเวลา

ประกันการส่งออก หรือ Export Credit Insurance สามารถแบ่งตามระยะเวลาของเทอมการชำระเงินได้ 2 ประเภท ได้แก่

- ประกันการส่งออกระยะสั้น เป็นการประกันการส่งออกทั่วไปที่มีเทอมการชำระเงินไม่เกิน 1 ปี
- ประกันการส่งออกระยะกลางและยาว เป็นการประกันสัญญาซื้อขายสินค้าและบริการที่มีเทอมการชำระเงินนานกว่า 1 ปี เช่น การสั่งซื้อเรือ และการรับเหมาก่อสร้างในต่างประเทศ เป็นต้น

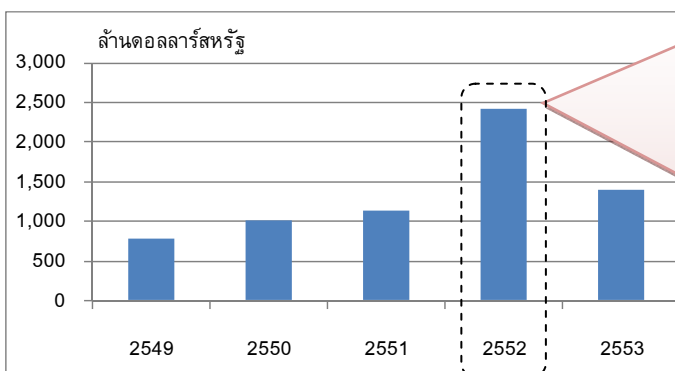
### การประกันภัยสินค้า vs การประกันการส่งออก

การประกันภัยสินค้าเป็นการประกันความเสียหายที่อาจเกิดกับสินค้าระหว่างการขนส่งสินค้าจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง อาทิ การประกันภัยสินค้าขนส่งทางเรือก็จะครอบคลุมความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสินค้ากรณีเกิดอุบัติเหตุทางทะเล เช่น พายุ เรือจม เรือชนกัน และเรือเกยตื้น ซึ่งอาจรวมถึงความเสียหายจากการโจรกรรม และโจรสลัด ขณะที่การประกันการส่งออกเป็นการคุ้มครองความเสี่ยงที่เกิดจากผู้ซื้อหรือธนาคารผู้ซื้อปลายทางไม่ชำระเงินค่าสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด

### เกราะป้องกัน ยามตลาดหลักไม่มั่นคง

ท่ามกลางความเสี่ยงต่างๆ ที่รายล้อมอยู่ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเศรษฐกิจของ EU ที่คาดว่าจะทำให้ผู้ส่งออกเผชิญความไม่แน่นอนไปอีกหลายเดือน รวมถึงเศรษฐกิจสหรัฐฯ และญี่ปุ่น ที่ยังไม่ฟื้นตัวดี ตลอดจนปัญหาความวุ่นวายทางการเมืองในหลายประเทศแถบตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ซึ่งมักส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจในประเทศเหล่านั้นอย่างรุนแรง ล้วนเป็นปัจจัยที่สร้างความกังวลถึงภาวะธุรกิจของผู้นำเข้าปลายทาง รวมถึงความมั่นคงของธนาคารผู้ซื้อสินค้า แต่ด้วยตลาดดังกล่าวเป็นตลาดส่งออกหลักที่ผู้ส่งออกมีโอกาสจะเลยได้ ดังนั้น การทำประกันการส่งออกจึงเป็นเกราะชั้นดีที่ช่วยให้ผู้ส่งออกคลายความกังวลลง และมีความมั่นใจมากขึ้นที่จะรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าในกลุ่มประเทศที่มีความเสี่ยง ซึ่งนอกเหนือจากการประกันการส่งออกจะคุ้มครองความเสี่ยงทางการค้าแล้ว การประกันยังครอบคลุมถึงความเสี่ยงทางการเมืองในประเทศนั้นๆ ด้วย

มูลค่าการจ่ายสินไหมทดแทนประกันการส่งออกระยะสั้น  
ของสมาชิก Berne Union



หมายเหตุ : Berne Union เป็นสมาคมสากลขององค์กรรับประกันการส่งออกและลงทุน ทั้งเอกชนและภาครัฐ ซึ่งมีสมาชิกครอบคลุมองค์กรรับประกันรายสำคัญทั่วโลก

ที่มา : Berne Union

จากวิกฤตการเงินของสหรัฐฯ ที่เริ่มขึ้นในช่วงปลายปี 2551 พบว่าผู้ซื้อสินค้าและธนาคารในตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ ประสบปัญหาทางการเงินจนเกิดการผัดนัดชำระค่าสินค้าเพิ่มขึ้นมาก เห็นได้จากมูลค่าการจ่ายค่าสินไหมทดแทนประกันการส่งออกขององค์กรรับประกันทั่วโลก (เฉพาะประกันระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี) ในปี 2552 ที่ปรับขึ้นเป็น 2,417 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวจากปี 2551 ทั้งนี้ ประสบการณ์จากวิกฤตการเงินครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าการประกันการส่งออกเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้นในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว และยังคงกลายเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยพยุงการค้าระหว่างประเทศ ให้ยังคงดำเนินต่อไปได้

### Tips

หากต้องการทราบอันดับความเสี่ยงประเทศ เข้าไปดูการจัดอันดับที่ OECD ทำไว้ได้ที่ [http://www.oecd.org/document/49/0,2340,en\\_2649\\_34171\\_1901105\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/document/49/0,2340,en_2649_34171_1901105_1_1_1_1,00.html)

### Tips

หากยังไม่มั่นใจในตัวลูกค้า ผู้ประกอบการอาจเลือกใช้ใช้บริการตรวจสอบข้อมูลลูกค้าก่อนในเบื้องต้น ซึ่งจะช่วยให้ทราบข้อมูลทางการเงินและความน่าเชื่อถือของลูกค้ารายดังกล่าว เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้ว่าควรตกลงทำธุรกิจกับลูกค้ารายนี้หรือไม่

## เครื่องมือในการบุกตลาดใหม่

เมื่อเศรษฐกิจตลาดหลักอย่าง EU และสหรัฐฯ ยังคงอ่อนแอ การบุกตลาดใหม่ถือเป็นกลยุทธ์จำเป็นของผู้ประกอบการในปัจจุบัน เนื่องจากตลาดใหม่หลายประเทศเพิ่งเริ่มกระบวนการพัฒนาประเทศ ทำให้มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นรวดเร็วและต้องการบริโภคสินค้าเพิ่มขึ้นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม โจทย์ในการบุกตลาดใหม่ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องประสบ คือ ทำอย่างไรถึงจะลดความเสี่ยงในการทำการค้ากับคู่ค้ารายใหม่หรือตลาดใหม่ เนื่องจากตลาดใหม่บางประเทศนั้น ผู้ส่งออกอาจไม่เคยได้ยื่นซื้อเลยด้วยซ้ำ การทำธุรกิจกับลูกค้าที่มาจากประเทศดังกล่าวจึงดูเป็นเรื่องไกลตัวสำหรับผู้ประกอบการอยู่พอสมควร ดังนั้น การทำประกันการส่งออกจึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยลดความเสี่ยงของผู้ประกอบการที่คิดจะบุกตลาดใหม่ และทำให้ตลาดใหม่ไม่น่ากลัวอย่างที่คิด

## อาวุธจำเป็นในการต่อสู้กับคู่แข่ง

ท่ามกลางสมรภูมิการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงขึ้นในปัจจุบัน ผู้นำเข้ามีทางเลือกมากมายในการเลือกที่จะสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายใด นอกจากคุณภาพและราคาสินค้าที่ผู้นำเข้านำมาพิจารณาแล้ว เงื่อนไขการชำระเงินที่ผ่อนปรนก็เป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน หากผู้ส่งออกเสนอเงื่อนไขการชำระเงินที่ผ่อนปรนกว่า เช่น เสนอเทอมการชำระเงินแบบ Open Account (O/A) แทนเทอมการชำระเงินแบบ Letter of Credit (L/C) ก็ย่อมเป็นที่น่าสนใจ แต่อย่างไรก็ตามการที่ผ่อนปรนดังกล่าวมาพร้อมกับความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การทำประกันการส่งออกควบคู่ไปกับการจำหน่ายสินค้าในเงื่อนไขที่ผ่อนปรน จะช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในตลาดโลกให้กับผู้ประกอบการ

## ความเสี่ยงของเทอมการชำระเงินประเภทต่างๆ

- **Advance Payment** ความเสี่ยงแทบไม่มี เพราะลูกค้าต้องจ่ายเงินค่าสินค้าก่อน ผู้ส่งออกจึงจะจัดส่งสินค้าไปให้ลูกค้าปลายทาง
- **Letter of Credit (L/C)** แม้จะมีธนาคารเป็นตัวกลาง ทำให้ค่อนข้างมั่นใจได้ว่าจะได้รับเงินค่าสินค้าแน่นอน อย่างไรก็ตาม ธนาคารผู้ซื้อเองยังถือว่ามีความเสี่ยง โดยเฉพาะในบางประเทศที่สภาพเศรษฐกิจและการเมืองยังไม่มั่นคง
- **Document against Payment (D/P)** ดูเหมือนจะมีความเสี่ยงไม่มาก เพราะลูกค้าปลายทางต้องจ่ายเงิน ถึงจะออกสินค้าจากโกดังหรือท่าเรือได้ แต่บางครั้งลูกค้าที่ประสบปัญหาทางการเงินเลือกที่จะปฏิเสธการรับสินค้าปล่อยให้ผู้ส่งออกต้องแบกรับต้นทุนจัดเก็บสินค้า และค่าใช้จ่ายในการหาผู้ซื้อรายใหม่ ซึ่งหากเป็นสินค้าเน่าเสียได้ง่าย ก็เท่ากับผู้ส่งออกสูญเสียสินค้าล็อตดังกล่าวไปโดยปริยาย
- **Document against Acceptance (D/A)** ผู้ขายยังแบกรับความเสี่ยงพอสมควร ทั้งถูกปฏิเสธการรับสินค้า หรือปฏิเสธการชำระเงิน เพราะเป็นการขายสินค้าโดยให้เครดิตกับผู้ซื้อ
- **Open Account (O/A)** ความเสี่ยงมีมาก เพราะผู้ขายยินยอมให้ผู้ซื้อชำระเงินภายหลังจากได้รับสินค้าแล้ว โดยไม่มีหลักประกันว่าจะได้รับค่าสินค้าตามเวลาที่ได้ตกลงกันไว้หรือไม่



### ตัวช่วยในการขอรับสนับสนุนทางการเงิน

อุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการ SMEs คือ การไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพราะในหลายครั้งพบว่า แม้ผู้ประกอบการ SMEs จะได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าต่างประเทศมาแล้ว แต่หากลูกค้าดังกล่าวยังไม่เป็นที่รู้จักหรืออยู่ในประเทศที่ไม่คุ้นเคย สถาบันการเงินก็มักไม่มั่นใจในการปล่อยสินเชื่อ ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายดังกล่าวขาดโอกาสในการรับคำสั่งซื้อ เพราะขาดเงินทุนหมุนเวียนเพื่อนำมาผลิตสินค้า การทำประกันการส่งออกควบคู่กับการรับคำสั่งซื้อจึงช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อ และถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยขยายกิจการ SMEs ส่งออกของไทย

*Disclaimer :* ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด