

การเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วม

ไตรมาสที่ 1 ปี 2567

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.)

EXIM BANK จัดกิจกรรมเพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ปี 2567

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) ได้จัดกิจกรรมเพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย ปี 2567 สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 4 ผลิตภัณฑ์ โดยการหารือกับผู้แทนจากหน่วยงานด้านการตลาด ผู้ใกล้ชิดกับลูกค้า (VOS) และมีการส่งแบบสำรวจไปยังลูกค้า โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. วันที่ 8 มีนาคม 2567 ฝ่าย พท. ได้มีการนัดหารือกับผู้แทนจากหน่วยงานด้านการตลาด เพื่อสอบถามถึงความเห็นของลูกค้า รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า สำหรับนำมาใช้ประกอบการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และ
2. วันที่ 13 มีนาคม 2567 ฝ่าย พท. ได้ขอความร่วมมือไปยังเจ้าหน้าที่การตลาดเพิ่มเติม โดยการจัดส่งแบบสำรวจความเห็นของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ที่จะปรับปรุง ซึ่งมีลูกค้าตอบแบบสำรวจทั้งสิ้นรวม 16 ราย แบ่งเป็น SMEs 11 ราย size L 5 ราย สำหรับ 4 ผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรม

- ค้นหาความต้องการ และความคาดหวังของกลุ่มลูกค้า ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในแต่ละผลิตภัณฑ์ และนำมาพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถได้รับผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ เหมาะสม สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ

สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม

- ลูกค้ามีอุปสรรคด้านหลักประกันที่ไม่เพียงพอต่อการขออนุมัติวงเงินสินเชื่อ ปัญหาด้านหลักประกัน และอัตราดอกเบี้ย เพื่อช่วยลดต้นทุนดอกเบี้ยจ่าย รวมถึงสิทธิประโยชน์เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด
- ลูกค้าต้องการได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ค่อนข้างต่ำ เพื่อช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน และช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้
- ลูกค้าต้องการพัฒนาองค์ความรู้ด้าน ESG เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลจากการมีส่วนร่วม

- ธนาคารเข้าใจความต้องการและปัญหาของลูกค้าและสามารถนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้เครื่องมือ Value Proposition Canvas เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการได้ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าโดยเฉพาะ SMEs เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น อีกทั้ง ธสน. จะสามารถบรรลุเป้าหมายด้านธุรกิจ ด้านยอดคงค้าง และจำนวนราย

การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน

- ได้นำความเห็นดังกล่าวไปมาประกอบการวิเคราะห์ และปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคารให้มีจุดเด่นที่แตกต่างกันอย่าง ชัดเจนในแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคารได้ดียิ่งขึ้น และผลิตภัณฑ์ไม่ทับซ้อนกัน พร้อมให้การสนับสนุนเงินทุนเพื่อใช้หมุนเวียนในธุรกิจ สอดคล้องกับธุรกิจของลูกค้า