

## บทที่ 12

### การจัดรูปองค์การของแผนกเครดิตในทางการค้า

	หน้า
I. แผนกเครดิตควรอยู่ในส่วนงานใดขององค์การ	284
II. การดำเนินงานของแผนกเครดิต	287
II.1 การอนุมัติเครดิตแก่ลูกค้าใหม่	288
II.2 การอนุมัติเครดิตแก่ลูกค้าเก่า	295
III. องค์การของแผนกเครดิต	296

การดำเนินงานการให้เครดิตของธุรกิจการค้า ประกอบไปด้วยงานหลายอย่างแตกต่างกันไป งานบางลักษณะเป็นงานประจำวันที่มีปริมาณงานสูง จึงควรมีการกำหนดตำแหน่งงานนโยบาย และการบริหารเครดิตให้เหมาะสม ในรูปของการจัดการองค์การของแผนกเครดิต แผนกเครดิตควรจะรวมอยู่กับแผนกงานอื่น ๆ ที่มีอยู่ หรือจะแยกออกมามีฐานะที่เทียบเท่ากับแผนกอื่น ๆ เหล่านี้คือ การจัดการองค์การภายในแผนกเครดิตเอง มีเป้าหมายหลัก คือ

1. เพื่อกำหนดสายงานในตำแหน่งต่าง ๆ รวมทั้งการกำหนดอำนาจหน้าที่และความสัมพันธ์ภายในแผนกเครดิตเอง และความสัมพันธ์กับแผนกอื่น
2. เพื่อกำหนดเครื่องอำนวยความสะดวกอื่นจะนำไปใช้กับการเก็บรวบรวมเอกสาร ประเมินผลข้อมูล และเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญแก่การอนุมัติเครดิต
3. กำหนดขอบเขตงานให้แก่บุคคลในตำแหน่งหน้าที่หนึ่ง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

#### I. แผนกเครดิตควรอยู่ในส่วนงานใดขององค์กร

แผนกเครดิตของแต่ละธุรกิจจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ แยกต่างกันไปในแต่ละธุรกิจ ซึ่งเป็นผลมาจาก ขนาดของธุรกิจ ขนาดและจำนวนบัญชีลูกค้าที่ทำการติดต่อกับในแผนกเครดิตประเภทการค้า และนโยบายของธุรกิจในอันที่จะรวมหรือแยกแผนกเครดิตจากแผนกอื่น ๆ ในกิจการ งานของแผนกเครดิตจะเกี่ยวข้องกับกำรับคำสั่งซื้อ การอนุมัติเครดิต และเรียกเก็บเงิน เป็นต้น และแผนกเครดิตก็มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับแผนกงานอื่น ๆ ที่เห็นได้ชัดเจน คือ แผนกขาย แผนกการเงิน และแผนกบัญชี

จากขนาดของแผนกเครดิตเล็กหรือใหญ่ และควรกำหนดเป็นแผนกหนึ่ง โดยอิสระ หรือจะกำหนดแผนกเครดิตไว้ร่วมกับแผนกขาย แผนกการเงิน หรือ แผนกบัญชี

### 1.1 กำหนดค่าใช้จ่ายเครดิตอยู่ร่วมกับแผนกขาย

งานทางเครดิตจะอยู่ภายใต้การควบคุมบังคับบัญชาของผู้จัดการแผนกขาย ด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ

- ห้างลักษณะงานขายและงานเครดิต มีจุดหมายเดียวกัน คือ ทำให้ยอดขายสูงสุด
- พนักงานชุดเดียวกัน สามารถที่จะทำงานทั้ง 2 ลักษณะนี้ได้ คือ พนักงานขายจะทำหน้าที่นอกเหนือไปจากการขาย โดยการให้ข้อมูลทางเครดิต กิจการลูกค้า และเรียกเก็บเงินจากลูกค้า ได้โดยง่ายและสะดวก

### 1.2 กำหนดให้แผนกเครดิตอยู่ร่วมกับแผนกการเงิน

การที่กำหนดงานทางเครดิตให้อยู่ในแผนกการเงิน ก็เพราะ งานทั้งสองแผนกนี้เกี่ยวข้องกับการเงินของกิจการ ทั้งนี้เพราะการอนุมัติเครดิตให้ก็ถูกควบคุมด้วยอัตราดอกเบี้ย ความต้องการเงินทุน ฝ่ายเครดิตและการเงินจะกองรวมมือกันใน การคาดคะเนการดำเนินงาน และกำหนดนโยบาย การเรียกเก็บเงินในอนาคต นอกจากนี้ยังสามารถใช้พนักงานการเงินมาช่วยงานในการเรียกเก็บหนี้ ในบางครั้งซึ่งมีงานมาก หากการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ทางการเงิน และเร่งรัดเรียกเก็บหนี้เมื่อกิจการเกิดความต้องการเงินสดเป็นการด่วนได้ ดังนั้นนโยบายในการให้เครดิตและเรียกเก็บเงิน จะมีผลต่อการวาง

**I.3 กำหนดไ้แผนกเครดิตอยู่ร่วมกับแผนกการเงิน**

การที่กำหนดงานทางเครดิตให้อยู่ในแผนกบัญชี ก็ด้วยเหตุผลของลักษณะการใช้ข้อมูลของทั้ง 2 แผนกนี้ ใช้ร่วมกันได้ จึงทำให้ไม่จำเป็นต้องมีสำเนา รวมทั้งตัวบุคคลากรด้วย

จากเหตุผลที่จะกำหนดให้งานเครดิตอยู่ร่วมกับแผนกใดก็จาก 3 แผนกข้างต้น ทั้งนี้แผนกที่สำคัญได้แก่แผนกขาย และแผนกการเงิน ซึ่งแต่ละแผนกก็มีจุดหมายที่ต่างกัน กล่าวคือแผนกขายก็ต้องการสร้างยอดขาย แผนกการเงินก็ต้องการให้มีการลงทุนในธุรกิจที่รัดกุมพอควร เพื่อมิให้มีการสูญเสียเกิดขึ้นมากหรือ เพื่อให้เรียกเก็บเงินมาได้ปริมาณพอควร แต่ละแผนกก็ดำเนินไปด้วยเหตุผลของตน ซึ่งจะเห็นว่า ถ้าเข้มงวดในการให้เครดิตและเรียกเก็บหนี้ ก็ย่อมมีผลทำให้ยอดขายลดลง ดังนั้นจึงควรพิจารณาเสียก่อนว่า กิจการจะให้ความสำคัญแก่จุดหมายใดมากกว่ากัน ก็จะทำงานเครดิตไปไว้ในแผนกนั้น ๆ นอกจากนี้ ยังต้องพิจารณาถึงความซับซ้อนในการเก็บรวบรวมตัวเลขและรายงานเกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งจะสามารถลดความซับซ้อนนี้ได้ ถ้าได้รวบรวมงานข้อมูลเกี่ยวกับเครดิตเข้ากับแผนกบัญชี

**I.4 การกำหนดแผนกเครดิตเป็นแผนกอิสระจากแผนกต่าง ๆ ด้วยเหตุผล**

- ลักษณะงานทางเครดิตมีความซับซ้อนและลึกซึ้ง จึงต้องการผู้บริหารที่ได้รับการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ ในงานเครดิตและเรียกเก็บหนี้ และสามารถตัดสินใจได้โดยเที่ยงธรรม ปราศจากความลำเอียงหลังจากที่ได้พิจารณาหลักฐาน และข้อขัดข้อง ๆ ที่มีอยู่ในมืออย่างเพียงพอ และไม่คงกังวลว่าจะทำให้ผู้บริหารในแผนกอื่น ๆ ซึ่งอยู่

ในระดัสูงกว่าคนไม่พอใจ ตัวอย่างเช่น ฝ่ายชายและฝ่ายเกรคิก  
ย่อมมีความเห็นที่ต่างกัน พนักงานชายมักจะมองลูกค้าในแง่ดี และ  
คิดว่าลูกค้าจะมีความสามารถในการชำระหนี้อยู่เสมอ ในขณะที่ผู้จัด  
การแผนกเกรคิก จะพิจารณาและอนุมัติเกรคิกด้วยความระมัดระวัง  
เพื่อควบคุมให้เกิดหนี้สูญและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดั  
ต่ำเท่าที่จะทำได้ ทั้งนี้จึงอาจเกิดการขัดแย้งกันในระหว่างฝ่ายชาย  
และฝ่ายเกรคิก

ก่อให้เกิดความร่วมมือ และประสานงานกันจากทุก ๆ แผนกในองค์กร  
ทุกแผนกยอมรับจุดหมายในการพยายามเพิ่มความสามารถในการหา  
กำไรของกิจการโดยส่วนรวม โดยแผนกต่าง ๆ จะต้องทำงานให้สอดคล้องกัน  
ช่วยเหลือร่วมมือกันในการแลกเปลี่ยนข่าวสารต่าง ๆ และ  
ปรึกษาหารือกันเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระดัผู้บริหารระดั  
เดียวกัน ก่อให้เกิดความสามัคคียิ่งขึ้น

## II. การดำเนินงานของแผนกเกรคิกในทางการค้า

ขอบเขตการดำเนินงานของแผนกเกรคิก ประกอบไปด้วยหน้าที่งานต่าง ๆ  
รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การกำหนดวิธีการและนโยบายเกี่ยวกับเกรคิก และ  
บุคคลากร ทั้งหมดนี้รวมกันเป็นระบบงานเกี่ยวกับเกรคิก ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และ  
ความร่วมมือในการดำเนินงานของแผนก ถึงแม้ว่างานในแผนกเกรคิกจะแบ่งออกได้เป็น  
2 ส่วน คือ การอนุมัติเกรคิก และการเรียกเก็บหนี้ โดยในที่นี้จะเน้นศึกษาเฉพาะการ  
อนุมัติเกรคิก ซึ่งจะแบ่งเป็น การอนุมัติเกรคิกให้แก่ลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ ในลักษณะ  
การดำเนินงานทั้ง 2 ประเภทลูกค้านี้อาจจะมีข้อแตกต่างกันอยู่บ้าง กล่าวคือ

## II.1 การอนุมัติเครดิตให้แก่ลูกค้าใหม่

เมื่อแผนกเครดิตได้รับคำสั่งซื้อสินค้า จะประทับตราลงวันที่ที่รับเข้ามา และส่งต่อไปพนักงานทำการตรวจสอบเครดิต โดยจะแยกออกมาว่า เป็นคำสั่งซื้อจากลูกค้าเก่าหรือลูกค้าใหม่ ถ้าเป็นลูกค้าใหม่จะมีขั้นตอนในการดำเนินงานต่อไปนี้

### 1. เพิ่มติดตามเครดิต (follow - up credit file)

เจ้าหน้าที่ที่ได้รับคำสั่งซื้อใหม่ จะจัดทำบัตรลูกค้า พร้อมทั้งเตรียมเพิ่มสำเนาการตรวจสอบเครดิตและฐานะการเงินของลูกค้ารายนี้ต่อไป

### 2. ขอบเขตของการตรวจสอบ (scope of investigation)

ปริมาณของข้อมูลที่จะทำการตรวจสอบก่อนจะมีการอนุมัติเครดิตส่งสินค้าไปให้ลูกค้านั้นขึ้นอยู่กับ ประเภทธุรกิจการค้าซึ่งทั้งผู้ซื้อและผู้ขายดำเนินการ ความรีบด่วนในการขนส่งมีมากน้อยเพียงใด ยอดเงินของคำสั่งซื้อมีจำนวนมากหรือน้อย รวมทั้งการพิจารณาถึงสถานที่ตั้งของร้านค้า และสภาพการทางธุรกิจของลูกค้าโดยทั่วไป ซึ่งอาจจะได้ข้อมูลมาจากความเห็นของพนักงานขาย

ถ้าคำสั่งซื้อมียอดเงินต่ำ จากข้อมูลที่ได้จากสถานนั้นซึ่งรวบรวมไว้แล้วหากสอดคล้องกับรายงานของพนักงานขาย ก็อาจจะส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อ ครั้งแรกนี้ไปให้ก่อนเลย แล้วค่อย ๆ รวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมโดยละเอียดในเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อนำมากำหนดวงเงินเครดิตต่อไป

ในทางตรงข้าม ถ้าคำสั่งซื้อมียอดเงินสูง หรือข้อมูลที่ได้จากสถานนั้นรวบรวมข้อมูลขัดแย้งกับรายงานของพนักงานขาย ก็จำเป็นต้องจัดหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนที่จะส่งสินค้าไปให้ ซึ่งปริมาณข้อมูลที่เพิ่มเติมนี้จะมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับความรุนแรงของการขัดแย้งของข้อมูล

นอกจากนี้ผู้จัดการเครดิต จะต้องกำหนดว่าข้อมูลเครดิตกลุ่มใด หรือ 6 C's ทั่วไ  
ที่กองการเน้นให้ความสำคัญมากน้อยกว่ากันเพียงใด จะได้นำไปกำหนดการรวบรวมปริมาณ  
ข้อมูลให้เหมาะสม และจะสามารถรวบรวมได้จากแหล่งใดบ้าง จากข้อมูลเรื่องหนึ่ง ๆ  
ที่รวบรวมเข้ามา บางครั้งอาจไม่เหมือนกันหมด ผู้จัดการเครดิตจะต้องใช้วิจารณญาณว่า  
ข้อมูลใดน่าเชื่อถือมากกว่ากัน จะได้นำไปตัดสินใจได้ถูกต้อง

แหล่งข้อมูล อาทิเช่น รายงานของพนักงานขาย รายงานของสถานที่รวบรวมข้อมูลเครดิต  
ไว้ รายงานจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกิจการ รายงานจากหอการค้า หรือ  
สมาคมพาณิชย์ แบบฟอร์มขอเครดิตและงบการเงินที่ได้จากลูกค้าโดยตรง รายงานของ  
ธนาคาร การสัมภาษณ์ และเขียนเขียนกิจการของลูกค้า รายงานของศาล การจดทะเบียน  
เป็นน วารสารการค้า การสอบถามจากกิจการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือประ  
กอบการค้าในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน เป็นต้น

### 3. แบบฟอร์มขอเครดิต (credit application)

เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าใหม่ ปกติกิจการจะให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์ม  
เครดิต เพื่อประกอบการพิจารณาความเสี่ยงทางเครดิตของลูกค้า หรืออาจให้ลูกค้าเขียน  
จดหมาย อธิบายถึงความต้องการ เครดิตและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตัวเองและเกี่ยวกับ  
ธุรกิจของตน โดยอาจแนบงบการเงินประกอบมาด้วยก็ได้ แบบฟอร์มของเครดิตทาง  
การค้า มีข้อแตกต่างจากแบบฟอร์มขอเครดิตของผู้บริโภคบางประการ





ตัวอย่างเช่น กิจกรรมอาจขอให้ลูกค้าเป็นผู้เสนอว่า เขาคงถนัดเครดิตภายในวงเงินเท่าไร ขอให้แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสภาพของการลงทุน และภาระที่ต่างกันต่าง ๆ ที่อาจมีอยู่ นอกจากนี้ยังอาจต้องการทราบสภาพความเป็นหนี้สินของกิจการ และการสำรองหรือการประกันภัยต่าง ๆ อีกด้วย แบบฟอร์มนี้ส่วนใหญ่จะต้องการทราบเกี่ยวกับบุคคล หรือสถาบันที่สามารถสอบถาม ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสามารถในการชำระหนี้และเงินทุนของลูกค้ามากกว่าจะดูถึงคุณสมบัติของลูกค้าเป็นการส่วนตัว

#### 4. บัตรบันทึกประวัติลูกค้า

เมื่อฝ่ายเครดิตได้รวบรวมข้อมูลปริมาณมากพอแล้ว ก็จะถึงบัตรลูกค้าออกจากแฟ้มติดตามผล นำมารวมเข้ากับข้อมูลต่าง ๆ แล้วส่งให้ผู้จัดการ หรือผู้ช่วยผู้จัดการเครดิต เพื่อเขียนรายงานเป็นความเห็นโดยสรุปถึงข้อเท็จจริงที่สำคัญ ๆ โดยอาจสรุปในลักษณะของ  $C$  ใน  $6 C's$  เพื่อให้ผู้จัดการตัดสินใจอนุมัติเครดิตเป็นขั้นสุดท้าย ซึ่งจะทำให้ผู้จัดการไม่ต้องมาศึกษาข้อมูลทั้งหมดซ้ำอีกครั้ง เว้นเสียแต่ว่าจะมีข้อข้องใจ ก็จะย้อนดูข้อมูลบางอย่างอีกครั้งหนึ่ง

ถ้าผู้จัดการเครดิตปฏิเสธที่จะให้เครดิตแก่ลูกค้า ก็ควรจัดทำหมายเหตุเหล่านี้เพื่อเสนอให้แผนกขายทราบถึงเหตุผลที่กองปฏิเสธ และอาจร่วมปรึกษาหาวิธีความคิดเห็นเกี่ยวกับลูกค้ารายนี้ด้วยก็ได้ เพื่อจะตัดความขัดแย้งกันในระหว่าง 2 แผนกนี้

หากคำสั่งซื้อได้รับอนุมัติเครดิต แผนกเครดิตก็จะกำหนดวงเงินเครดิตเงื่อนไขการชำระเงิน โดยนำมาบันทึกไว้ในบัตรประวัติลูกค้า ซึ่งบัตรประวัติลูกค้านี้ในที่สุดจะนำไปเก็บรวบรวมไว้ในตู้เก็บเอกสารโดยเรียงลำดับชื่อลูกค้าตามตัวอักษร ซึ่งอาจแยกเป็นเซตการค้าด้วยก็ได้

บัตรประวัติลูกค้า ประกอบไปด้วย ชื่อ ที่อยู่ของลูกค้า ธนาคาร  
 เงินไซ ฐานะเครดิต ข้อสรุปที่ได้จากการแลกเปลี่ยนข้อมูลเครดิต วงเงินเครดิต ค่า  
 สรุปข้อมูลเครดิตจากแหล่งต่าง ๆ

NAME				CARD NO.	
POST OFFICE				DUN & BRADSTREET	
STORE LOCATED				BANK	
SHIP FREIGHT & EXPRESS TO				ATTORNEY	
ROUTE VIA				INTERCHANGE	
BUSINESS				CREDIT LIMIT	
BANKING CONNECTION				SALESMAN	
REFERENCE	SOLD	H. C.	OWE	P. O.	RISK

					CREDIT CARD NO.	
					DATE	
					SALESMAN	
NAME OF FIRM					PHONE NO.	
BUSINESS ADDRESS					LICENSE NO.	
PRINCIPALS					KIND OF CONTRACTOR	
REPORT OF REFERENCES		B M D C A		RECORD OF PURCHASES		
TRADE REFERENCE		YEAR	CODE	1940	AMOUNT	PAID
TRADE REFERENCE				NOV		
TRADE REFERENCE				DEC		
TRADE REFERENCE				1941		
TRADE REFERENCE				JAN		
TRADE REFERENCE				FEB		
TRADE REFERENCE				MAR		
TRADE REFERENCE				APR		
TRADE REFERENCE				MAY		
TRADE REFERENCE				JUN		
TRADE REFERENCE				JUL		
TRADE REFERENCE				AUG		
TRADE REFERENCE				SEP		
TRADE REFERENCE				OCT		
TRADE REFERENCE				NOV		
TRADE REFERENCE				DEC		
BANK REFERENCE						
CREDIT APPROVED						

Credit card records used by manufacturers and wholesalers.

เมื่อได้บันทึกรายการต่าง ๆ เหล่านี้ลงในบัตรประวัติลูกค้าแล้ว แผนก  
เครดิตก็จะส่งคำสั่งซื้อไปให้แผนกรับคำสั่งซื้อ เพื่อทำการลงบันทึกการขายสินค้า พร้อม  
ทั้งกำหนดราคาขาย หรืออาจจะส่งไปให้แผนกจัดส่งสินค้าโดยตรง ก็ได้แต่ลักษณะการ  
จัดส่งรายงานขององค์กรนั้น ๆ

ในบางกรณี อาจออกแบบประวัติลูกค้า ให้มีลักษณะบัญชีลูกค้าที่รวมอยู่ด้วย  
และคิดแถบสีต่าง ๆ เพื่อแสดงสัญลักษณ์ในวิธีการที่จะใช้เรียกเก็บหนี้ไว้ด้วย การตรวจ  
ทานบัตรประวัติลูกค้าทุกสัปดาห์หรือทุกช่วงเวลาหนึ่ง จะทำให้ฝ่ายเครดิตสามารถติดตาม  
การสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน และควบคุมวงเงินเครดิตของลูกค้าได้โดยสม่ำเสมอ

5. แฟ้มเครดิต แฟ้มหรือของนี้ประกอบไปด้วย รายงานเกี่ยวกับเครดิตทั้งหมดของ  
ลูกค้า ซึ่งรวบรวมมาจาก รายงานของธนาคาร สำนักงานกฎหมาย สถาบันรวบรวมข้อมูล  
งบการเงินจากลูกค้า ข้อมูลที่เก็บมาจากหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสารหรือวารสาร รวมทั้ง  
สำเนาข่าวยกเว้นที่กิจการส่งไปให้ และสำเนาใบกำกับสินค้าซึ่งยังไม่ได้ชำระเงินด้วย

การจัดเก็บแฟ้มเครดิตของลูกค้าทั้งหมด จะจัดเรียงตามตัวอักษร ถ้ากิจ  
การมีลูกค้าไม่มากรายเกินไปแล้ว ก็อาจนำเอาบัตรบันทึกประวัติลูกค้ากลัดติดไว้หน้าแฟ้ม  
เครดิตนี้ของลูกค้ารายนั้น ๆ อันถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลโดยมิต้องแยกเก็บต่างหากให้เป็น  
ที่อื่นเปลืองเนื้อที่ก็ได้

NO.		NAME	
Name	Town	No.	
St. Address	State	Led. No.	
Salesman	Business		
Acct. Opened	Method of Payment Check		
Terms	Discounts	Prompt at Maturity	C. O. D.
Credit Limit	10 Days	30 Days	Slow Very Slow
Date of Reports	Rating		
	Dun & Brad.	Special Agency	
REMARKS			

Credit folder which is used also as a source of information for checking credits.

6. บัตรค้ำประกันและแฟ้มลูกค้าที่ธนาคารติดต่อ

บัตรค้ำประกันจะแสดงชื่อ และที่อยู่ของลูกค้า และเลขที่บัญชีของลูกค้า. บัตรค้ำประกันอาจจัดทำได้หลายรูปแบบ เช่น

- บัตรที่แสดงชื่อบัญชีลูกค้า เรียงตามตัวอักษร
- รายชื่อลูกค้า เรียงตามตัวอักษร โดยแยกตามเขตการค้า
- รายชื่อลูกค้า เรียงตามตัวอักษร เฉพาะลูกค้าที่มีปัญหา

ส่วนแฟ้มลูกค้าที่ธนาคารติดต่อ หรืออาจเป็นแฟ้มที่รวบรวมข้อมูลทันสมัยของลูกค้าอันได้มาจากแฟ้มเครดิต หรือไม่ว่ากับสินค้าที่ใดมีการชำระเงินเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้ได้ทำให้แฟ้มเครดิตมีแคชชัวร์ที่ทันสมัย การเก็บข้อมูลไว้ในแฟ้มนี้จะเก็บรักษาไว้ช่วงระยะเวลาหนึ่ง แล้วจึงจะทำลายไปในที่สุด

## II.2 การอนุมัติคำสั่งซื้อจากลูกค้าเก่า

ถ้าเป็นลูกค้าเก่า ส่งคำสั่งซื้อมายังแผนกเครดิต ก็จะต้องให้ผู้จัดการเครดิต หรือผู้ช่วยตรวจสอบเครดิตของลูกค้า เพื่อจะได้ทำการอนุมัติเครดิต แต่เพื่อประโยชน์แก่ผู้จัดการเครดิตที่จะได้ใช้เวลาไปกับงานบริหารมากกว่า งานการตรวจสอบนี้ จึงอาจมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้พนักงานเครดิตทำหน้าที่สำหรับขอกเงินคำสั่งซื้อที่ต่ำ ทั้งนี้ เฉพาะขอกเงินคำสั่งซื้อที่สูง ๆ เท่านั้นที่พนักงานจะส่งผ่านไปให้ผู้จัดการ หรือผู้ช่วยทำการตรวจสอบและตัดสินใจเอง

ระบบงานการตรวจสอบเครดิตลูกค้าเก่า เพื่อตัดสินใจอนุมัติเครดิต จะประกอบไปด้วย 2 ขั้นตอน เมื่อได้รับคำสั่งซื้อมา คือ

1. การตรวจสอบขั้นแรก เป็นการตรวจสอบคำสั่งซื้อ กับบัตรบันทึกประวัติลูกค้า เพื่อเปรียบเทียบ ชื่อ ที่อยู่ วงเงินเครดิตที่ใ้ลูกค้าขอกไว้ และค่าเสนอแนะ

ในบางกิจการอาจใช้แถบพลาสติกแข็งสีต่าง ๆ เปรียบเทียบกับบัตรนี้ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ เช่น สีเหลือง เทียนให้ระมัดระวัง สีแดง แสดงถึงฐานะเครดิตที่ไม่ดี สีขาว แสดงถึงฐานะเครดิตที่ดี เป็นต้น

2. การตรวจสอบขั้นที่ 2 เป็นการตรวจสอบกับแฟ้มเครดิตของลูกค้า จากผลการตรวจสอบนี้แล้ว จะตัดสินใจว่าจะให้หรือไม่ให้เครดิต จะได้จัดส่งคำสั่งซื้อไปไปยังแผนกส่งของ หรือให้คำทอมแก่ลูกค้าที่ปฏิเสธเครดิตต่อไป

คำสั่งซื้อของลูกค้าบางรายยังอาจค้างอยู่ เนื่องจากจะต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมให้ทันสมัยต่อการตัดสินใจ ซึ่งก็จะนำคำสั่งซื้อที่ค้างอยู่นี้ไปใส่รวมไว้ในแฟ้มติดตามผล เพื่อทำการติดตามข้อมูล และตรวจสอบ เช่นเดียวกับลูกค้าใหม่ เมื่อได้รับข้อมูลใหม่เพิ่มเติม ฝ่ายเครดิตจะต้องปรับปรุงหรือบันทึกไว้ในบัตรประวัติลูกค้าและแฟ้มเครดิต เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอด้วย

### III. องค์การของแผนกเครดิต

ผู้จัดการ เครดิตจะประสบสำเร็จได้ ส่วนหนึ่งเกิดจากการจัดองค์การ  
และวางระบบของแผนกเครดิต

ผู้จัดการ เครดิตต้องพยายามทำงานเกี่ยวกับการวางแผนและควบคุมงานการ  
บริหารทางเครดิตโดยส่วนรวม มิใช่ทำงานประจำวันจนไม่มีเวลาที่จะวางแผนใด ๆ ให้ดี  
เท่าที่ควรจะเป็น จึงจำเป็นจะต้องมีผู้ช่วยผู้จัดการ และพนักงานคอยช่วยเหลือทำงานประจำ  
วัน โดยจะต้องกำหนดงาน และตำแหน่งหน้าที่ให้ทราบถึงความรับผิดชอบที่แน่นอนลงไป  
ในแต่ละคน

ระบบงานเครดิตที่กำหนดภายในองค์การนั้น จะแตกต่างกันไปตามความแตก  
ต่างของกิจการในรูปแบบของ ขนาด จำนวนลูกค้า สายผลิตภัณฑ์ ความเป็นอิสระของแผนก  
เครดิต หรือขึ้นอยู่กับแผนกใด