

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

**โมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
ที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย**

**A RELATIONSHIP MODEL OF LEADERSHIP, LOCATIONS, COSTS
AND ECONOMIC FACTORS THAT INFLUENCE THE THAI
COMMERCIAL BANK'S BRANCH EXPANSION**



**ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2558**

KMITL-2015-AMC-D-011-030

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**A RELATIONSHIP MODEL OF LEADERSHIP, LOCATIONS,
COSTS AND ECONOMIC FACTORS THAT INFLUENCE
THE THAI COMMERCIAL BANK'S BRANCH EXPANSION**



**A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
DOCTOR OF PHILOSOPHY IN INDUSTRIAL BUSINESS ADMINISTRATION
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2015

KMITL-2015-AMC-D-011-030

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2015

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองคุณวุฒิพนธ์

หัวข้อคุณวุฒิพนธ์

โมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุนและปัจจัยด้าน
เศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย
A RELATIONSHIP MODEL OF LEADERSHIP, LOCATION, COST
AND ECONOMIC FACTORS THAT INFLUENCE THE THAI
COMMERCIAL BANK'S BRANCH EXPANSION

นักศึกษา

นายสิทธิชัย มีศรีจันทร์

รหัสประจำตัว

54671154

ปริญญา

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาคุณวุฒิพนธ์

ดร.วรรณโณ พงศ์สุวรรณ

คณะกรรมการสอบคุณวุฒิพนธ์	ลายมือชื่อ
ดร.วินัย ปัญจขจรศักดิ์	
ดร.วรรณโณ พงศ์สุวรรณ	
รศ.ดร.อำนาจ แสงโนรี	
ผศ.ดร.อุรสา บัวตะมะ	
ดร.อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์	

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 9 มิถุนายน 2558 เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้องประชุม 2 ชั้น 4 อาคารสำนักบริการคอมพิวเตอร์

วิทยาลัยรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี)

คณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น
วันที่ 28 เดือน กรกฎาคม ปี 2558
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อคุณฐิติพนธ์	โมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย
นักศึกษา	นายสิทธิชัย มีศรีจันทร์
รหัสประจำตัว	54671154
ปริญญา	ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
พ.ศ.	2558
อาจารย์ที่ปรึกษาคุณฐิติพนธ์	ดร.วรรณ โฉม พงสุวรรณ

บทคัดย่อ

ธนาคารพาณิชย์ เป็นส่วนหนึ่งของระบบการเงิน ที่มีความจำเป็นต้องมีการขยายสาขา เพื่อให้มีการบริการได้อย่างทั่วถึง เพียงพอกับการขยายตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งรูปแบบการดำเนินงาน รูปแบบของสาขาธนาคาร ขนาดของสาขาแต่ละแห่งได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม แต่ยังคงพบปัญหาว่า ธนาคารบางแห่งไม่สามารถเปิดสาขาได้ครบตามที่ได้ยื่นขอเปิดสาขาธนาคารไว้กับธนาคารแห่งประเทศไทย และแนวโน้มการเปิดสาขาลดลง เป็นลำดับ การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษา โมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ มีขอบเขตของการศึกษาจากประชากรซึ่งเป็นพนักงานระดับบริหารของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีขนาดตัวอย่าง จำนวนรวม 220 ราย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการใช้แบบสอบถาม และดำเนินการวิเคราะห์เส้นทาง ด้วยวิธี Partial Least Square (โปรแกรม PLS-Graph) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้บริหารระดับสูงของธนาคารที่มีส่วนในการกำหนดนโยบายขององค์กร จำนวนรวม 10 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยเชิงปริมาณเป็นจริงและยอมรับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญ $p \leq 0.05$ มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยรวม (ทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม) เชิงบวกสูงสุด ได้แก่ ผู้นำองค์กร โดยมีตัวชี้วัด ได้แก่ การกำหนดกลยุทธ์ การวางแผนงาน และการกำหนดทีมงาน

จากการค้นพบของงานวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและ ต้นทุนสาขา ไม่ได้มีอิทธิพลทางตรงต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย แต่จะเป็นปัจจัยที่ได้รับอิทธิพลจากผู้นำองค์กร และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยผู้นำองค์กรที่มีวิสัยทัศน์จะเป็นผู้กำหนดทำเลที่ตั้ง และต้นทุน

สาขา ให้เหมาะสมกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกองค์กร เพราะเมื่อภาวะเศรษฐกิจดี และผลการดำเนินการขององค์กรดี ย่อมส่งผลต่อปริมาณการใช้บริการของธนาคารเพิ่มมากขึ้น ซึ่งหมายถึง ธนาคารต้องเพิ่มจุดให้บริการมากขึ้น ซึ่งได้แก่ การขยายสาขา ธนาคารให้เพิ่มมากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Dissertation Title	A Relationship Model of Leadership, Locations, Costs and Economic Factors That Influence The Thai Commercial Bank's Branch Expansion
Student	Sitthichai Meesrichan
Student ID	54671154
Degree	Doctor of Philosophy
Major	Industrial Business Administration
Year	2015
Dissertation Advisor	Dr. Wannoo Fongsuwan

ABSTRACT

A bank is a financial institution which deals in debts and credits. It accepts deposits, creates money and lends money in various forms to households and businesses as well as personal loans for such things as housing. Effects of globalization make the movement of funds a requirement for many businesses, which includes foreign investment in Thai commercial banks. Additionally, Thai banks in recent years have seen significant changes in foreign ownership laws which have contributed to operational changes and bank branch expansion. Research however discovered that scheduled bank branch openings have slowed with some commercial bank institutions unable to meet their branch opening schedules. This research therefore was undertaken to study the influence of leadership, location, costs and economic factors that influence Thai commercial bank branch expansion. Data collection was obtained from questionnaires from 220 Kasikornbank PCL managers for quantitative research with path analysis using Partial Least Square (PLS-Graph software). Qualitative research included conducting an in-depth interview with 10 senior banking executives who contributed in establishing corporate policy. The results were recognized by the fact that there was a hypotheses significance of $p \leq 0.05$, with the results of qualitative research being consistent with the results of quantitative research. From the research, factors having the most significant impact, both direct and indirect, included organizational leadership as well as strategic planning and team work. From the findings of this study, it was concluded that cost, location and branch factors do not have a direct influence

on the growth of Thailand's commercial banks. However, growth and expansion is influenced by corporate leaders and economic factors.

Organizational leaders who have vision will determine the location and branch cost that are appropriate to economic factors both internal and external to the organization. If internal and external economic conditions are good, commercial banks need to open new branches and service points to expand their influence on the market and gain new customers.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์เรื่อง “โมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำ ท่าเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ” ฉบับนี้สำเร็จเสร็จลง ได้ด้วยความปรารถนาดีและได้รับการอนุเคราะห์โดยการให้คำชี้แนะให้คำปรึกษา และการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยการให้ความสนับสนุนและเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งจนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้เกิดงานวิจัยที่มีคุณภาพ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.วรรณ โณ พองสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้องค์ความรู้ในเรื่องของงานวิจัย ทั้งเนื้อหา กรอบแนวคิดและทฤษฎี การทบทวนวรรณกรรม ระเบียบงานวิจัย และการลงตีพิมพ์วารสารในต่างประเทศ ที่ทำให้งานวิจัยออกมา มีความสมบูรณ์ ประชานฯ และคณะกรรมการสอบป้องกันคุษฎีนิพนธ์ ได้แก่ ดร.วินัย ปัญจจรศักดิ์, รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ และ ดร.อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะรูปแบบแนวทางการแก้ไข และการปรับปรุงข้อบกพร่อง และเพิ่มเติมและการจัดการเพื่อให้งานวิจัยนี้มีคุณภาพและสมบูรณ์จนทำให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ ธนาคาร

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำ ปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ ของเครื่องมือรวมถึงพนักงานและผู้บริหารธนาคารทุกท่านที่ให้ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้

กำลังใจที่ลึกซึ้งในการดำเนินการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยซึ่งในน้ำใจ ดร.สุนันทา เสถียรมาศ และ ว่าที่ร้อยตรี ดร.เอกชัย ไชยดา ที่ให้คำแนะนำด้านเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ ธนาคาร ที่ช่วยในการจัดพิมพ์คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้

สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากคุษฎีนิพนธ์เล่มนี้ ข้าพเจ้าขอบอบให้กับ พันตรีสังัด มีศรีจันทร์ และ คุณจินดา มีศรีจันทร์ (บิดา-มารดา) ตลอดจนอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ได้มอบความรู้และประสบการณ์ที่ดีแก่ข้าพเจ้าด้วยดีตลอดกาล

สิทธิชัย มีศรีจันทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา แลVต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	IV
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	7
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร.....	7
1.4.2 ขอบเขตเนื้อหา.....	8
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.6 นิยามศัพท์.....	8
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	10
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ.....	10
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	13
2.2.1 ทฤษฎีการตลาด.....	13
2.2.2 ทฤษฎีผู้นำเชิงปฏิรูป.....	16
2.2.3 ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เรื่องทางเลือกที่ตั้ง.....	16
2.2.4 ทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์มหภาค.....	18
2.3 สรุปการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	20
2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	51
2.5 สมมุติฐานการวิจัย.....	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	55
3.1 แนวทางที่ใช้ในการวิจัย.....	55
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	57
3.3 ขั้นตอนในการวิจัย.....	58
3.4 เครื่องมือใช้ในการวิจัย.....	59
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	63
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
4.1 ผลความเชื่อมั่นและความเที่ยงของข้อมูล.....	66
4.2 ผลของข้อมูลเชิงพรรณนา.....	72
4.3 การวิเคราะห์และผลจากศึกษา.....	80
4.4 ผลการทดสอบ โมเดลสมการ โครงสร้าง.....	83
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	85
4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	89
4.7 บทสรุป.....	100
บทที่ 5 การวิเคราะห์ อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	102
5.1 การวิเคราะห์และอภิปรายผลตามคำถามวิจัย.....	103
5.2 การนำผลวิจัยและ/หรือ โมเดลที่ได้ไปประยุกต์ใช้.....	104
5.3 ข้อค้นพบความสัมพันธ์ใหม่ของตัวแปร.....	104
5.4 การวิเคราะห์และอภิปรายผลตามงานวิจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง.....	105
5.5 ข้อเสนอแนะ.....	108
บรรณานุกรม.....	111
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	120
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เชิงลึก.....	126
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์สมการ โครงสร้างจากโปรแกรม PLS Graph.....	128
ภาคผนวก ง รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ.....	134
ภาคผนวก จ ตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแบบสัมภาษณ์.....	136
ภาคผนวก ฉ รายชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์.....	138

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ช ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	140
ภาคผนวก ช ประวัติผู้เขียน.....	157
ภาคผนวก ฉ จุดเด่นผลประกอบการ.....	160
ภาคผนวก ญ หลักเกณฑ์การประกอบกิจการสาขานาการ.....	170



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา **viii** อย่างไรก็ดีถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	จำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์ไทยในแต่ละภูมิภาค.....	5
1.2	อัตราการเพิ่มขึ้นของสาขาธนาคารพาณิชย์ไทยในแต่ละภูมิภาค.....	6
1.3	การเปรียบเทียบเป้าหมายการเปิดสาขา กับ ผลการเปิดสาขาระหว่างปี 2550-2554 ของธนาคารในขอบเขตงานวิจัย.....	6
2.1	จำนวนและขนาดสินทรัพย์ของสถาบันการเงินที่สำคัญ ณ สิ้นปี 2556.....	11
2.2	ผลประกอบการของธนาคารช่วงเวลาเดือน มกราคม ถึง กันยายน 2555.....	12
2.3	การเปรียบเทียบระหว่าง 4'Ps กับ 4'Cs.....	15
2.4	แบบจำลองพื้นฐานแสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Basic Model of Customer Decision Making)	31
2.5	โครงสร้างต้นทุน.....	34
2.6	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
2.7	ตัวแปรของงานวิจัย.....	54
3.1	ตัวแปรของงานวิจัย.....	62
3.2	เกณฑ์เฉลี่ยการแปลผลข้อมูลเชิงปริมาณ.....	64
4.1	ผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจสอบแบบสอบถามจำนวน 5 ท่าน.....	67
4.2	ค่าแสดงอำนาจจำแนกและค่าเชื่อถือได้ของตัวแปรผู้นำองค์กร.....	68
4.3	ค่าแสดงอำนาจจำแนกและค่าเชื่อถือได้ของตัวแปรด้านทำเลที่ตั้ง.....	69
4.4	ค่าแสดงอำนาจจำแนกและค่าเชื่อถือได้ของตัวแปรต้นทุนสาขา.....	70
4.5	ค่าแสดงอำนาจจำแนกและค่าเชื่อถือได้ของตัวแปรปัจจัยด้านเศรษฐกิจ.....	71
4.6	ข้อมูล เพศ ระดับการศึกษา สาขาที่จบการศึกษา และ ตำแหน่ง ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	72
4.7	ตัวชี้วัดผู้นำองค์กร.....	74
4.8	ตัวชี้วัดด้านทำเลที่ตั้ง.....	76
4.9	ตัวชี้วัดด้านต้นทุนสาขา.....	77
4.10	ตัวชี้วัดปัจจัยด้านเศรษฐกิจ.....	78
4.11	ตัวชี้วัดด้านการขยายสาขาธนาคาร.....	79
4.12	ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ของมาตรวัดตัวแปรแฝง แบบ Reflective.....	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.13	ค่าสถิติแสดงความเที่ยงตรงเชิงจำแนก(Discriminant Validity)	82
4.14	ค่าอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม.....	84
4.15	ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	86
4.16	แสดงรายชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์.....	89
4.17	ประเด็นคำถามการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	90
4.18	การเปรียบเทียบผลการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	96



สารบัญญภาพ

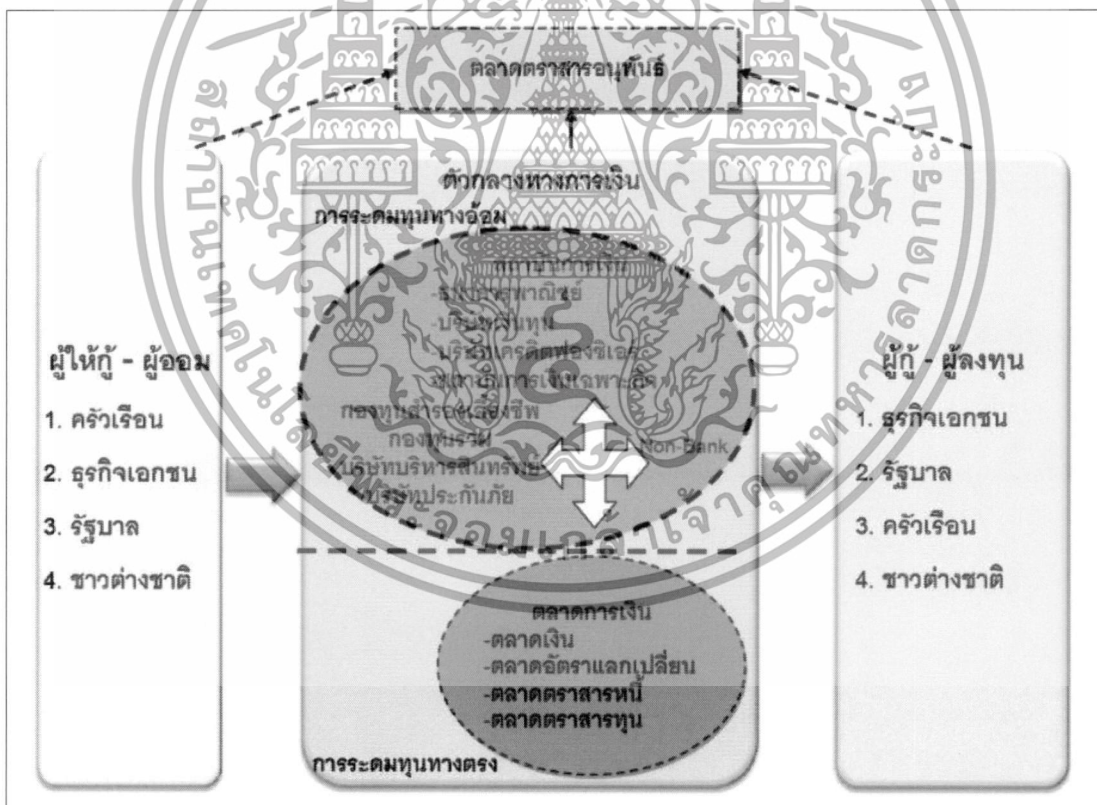
ภาพที่		หน้า
1.1	โครงสร้างระบบการเงิน.....	1
2.1	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรม.....	17
2.2	Leadership Qualities Framework.....	21
2.3	ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารที่มีต่อบริการของธนาคาร.....	30
2.4	แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดั้งเดิม (An Early Model of Consumer Behavior).....	32
2.5	แบบจำลองการซื้อของฟิลลิป คีออตเตอร์ (Model of Consumer Behavior)	33
2.6	Input And Output of The DEA Model.....	36
2.7	A Dual Internet Banking Model Adapted From Li,F. (2001,December)	36
2.8	Expect Overall Cost-Benefit of Supply Chain Collaboration Systems.....	38
2.9	Shopping Mall Investment Plan.....	39
2.10	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	53
4.1	Final Model.....	83
4.2	ผลการวิเคราะห์สมมุติฐาน.....	85

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบการเงิน จัดว่าเป็นกลไกที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจแบบเสรี เพราะระบบการเงินเป็นกลไกสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรระหว่างภาคเศรษฐกิจ จากผู้ที่มีเงินออม ไปยังผู้ที่ต้องการเงินทุน ก่อให้เกิดการลงทุน การผลิต และ การจ้างงาน ซึ่งเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตก้าวหน้าเป็นลำดับ และที่สำคัญจะต้องมีเสถียรภาพ และระบบการเงินจะต้องเป็นระบบที่สามารถดำเนินการไปได้อย่างราบรื่น โดยระบบการเงินจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ ปรากฏดังภาพที่ 1.1 ดังนี้ (ธาริษา วัฒนเกส, 2548)



ภาพที่ 1.1 โครงสร้างระบบการเงิน

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1.1 สถาบันการเงิน ประกอบด้วย

1.1.1.1) ธนาคารพาณิชย์ ทำหน้าที่ระดมเงินจากประชาชนในรูปแบบของเงินฝากประเภทต่างๆ และให้สินเชื่อในรูปแบบต่างๆทั้งภาคครัวเรือน และภาคธุรกิจ

1.1.1.2) บริษัทเงินทุน ทำหน้าที่ระดมเงินจากประชาชนในรูปแบบของตั๋วสัญญาใช้เงิน และใช้เงินในการประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ เพื่อการพัฒนา เพื่อการจำหน่ายและการบริโภค และเพื่อการเคหะ

1.1.1.3) บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ ทำหน้าที่ระดมเงินจากประชาชนในรูปแบบตั๋วสัญญาใช้เงิน และ ใช้เงินเพื่อการให้กู้ยืม โดยวิธีรับจำนองสังหาริมทรัพย์ รับซื้ออสังหาริมทรัพย์ตามสัญญาขายฝาก

1.1.1.4) สถาบันการเงินเฉพาะกิจ (Specialized Financial Institutions : SFI) เป็นสถาบันการเงินที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสนองนโยบายเฉพาะด้านของภาครัฐ เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นต้น

1.1.1.5) สถาบันการเงินประเภทให้สินเชื่อรายย่อย (Micro-Credits) เช่น โรงรับจำนำ สหกรณ์ออมทรัพย์เครดิตยูเนียน

1.1.2 ตลาดตราสารหนี้ และตลาดตราสารทุน ทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างผู้ต้องการระดมทุนระยะยาวในตลาดทุน กับ ผู้ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์และตราสารต่างๆ โดยไม่ผ่านสถาบันการเงิน แต่ผ่านตลาดรอง ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์ และ ตลาดตราสารหนี้ โดยมีบริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม และ ธนาคารพาณิชย์ ทำหน้าที่เป็นผู้ค้า จัดจำหน่ายตราสารหนี้ และเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน นอกจากนี้ บริษัทหลักทรัพย์ และบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม จึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสนับสนุนการระดมทุน และการลงทุนในตลาดตราสารทุน หน่วยลงทุน ด้วยวิธีการเป็นนายหน้า ผู้ค้า ผู้ค้าประกันการจำหน่าย ผู้จัดจำหน่าย ที่ปรึกษา

1.1.3 ธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต ทำหน้าที่ประกันความเสี่ยงที่ตีค่า หรือขอใช้เป็นจำนวนเงินได้ โดยโอนความเสี่ยงจากผู้ที่ไม่ต้องการความเสี่ยง ไปยัง ผู้ที่ต้องการ หรือรองรับความเสี่ยงได้ และจะได้รับผลตอบแทนในรูป ค่าเบี้ยประกัน

1.1.4 ตลาดเงินและตลาดอัตราแลกเปลี่ยน ทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างสถาบันการเงินที่ต้องการระดมทุน ลงทุน หรือ ปรับสถานะความเสี่ยงทางการเงินในระยะสั้น โดย

ตลาดเงินในประเทศไทย ได้แก่ Interbank Market ตลาดซื้อคืนภาคเอกชน

ตลาดซื้อขายเงินตราต่างประเทศ ได้แก่ ตลาดทันที (Spot) ตลาดล่วงหน้า (Forward) และ ตลาดสวอป (FX Swap) มีธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจค้าเงินตราต่างประเทศ

1.1.5 ตลาดตราสารทางการเงินอื่นๆ ทำหน้าที่เป็นนายหน้า หรือ ผู้ค้า ที่ปรึกษาทางการเงิน ระหว่าง ผู้ออม กับ ผู้ต้องการเงินทุน หรือ ผู้ที่ต้องการป้องกันความเสี่ยง เช่น ตลาดตราสารอนุพันธ์

1.1.6 Non-banks ทำหน้าที่ในการปล่อยกู้ให้กับผู้ที่ต้องการเงินทุน โดยมีกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทย กำกับดูแลธุรกรรมที่ปล่อยกู้บางประเภท เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม

จากองค์ประกอบของระบบการเงินดังกล่าวข้างต้น ธนาคารพาณิชย์ จัดเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบของระบบการเงิน โดยเป็นทำหน้าที่ระดมเงินฝากจากผู้ที่มีเงินออม ไปยังผู้ที่ต้องการเงินทุนในรูปแบบของสินเชื่อชนิดต่างๆ เช่น สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเพื่อธุรกิจ และยังมีธุรกรรมอื่นอีกหลายประการ และสำหรับประเทศไทยแล้ว ระบบการเงินมีลักษณะเป็น Bank-based ที่มีพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมากกว่า Market-based โดยปัจจุบันประเทศไทยมีธนาคารพาณิชย์ รวม 14 แห่ง ดังนี้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2555)

- 1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- 2) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- 3) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- 4) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- 5) ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)
- 6) ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)
- 7) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
- 8) ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)
- 9) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- 10) ธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน)
- 11) ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)
- 12) ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
- 13) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
- 14) ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)

ที่ผ่านมา ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของธนาคารพาณิชย์ภาคเอกชนของไทย จะเป็นชาวไทย แต่จากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ” วิกฤตต้มยำกุ้ง ” ที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยเมื่อปี 2540 และวิกฤตดังกล่าวได้แพร่กระจายไปทั่วภูมิภาคเอเชีย ได้กลายเป็นต้นเหตุของการเปลี่ยนแปลงกับสถาบันการเงินของไทยอย่างมาก มีผลทำให้สถาบันการเงินของไทยนับสิบแห่งต้องปิดกิจการ สถาบันการเงินประเภทธนาคารพาณิชย์เอกชนของไทยหลายแห่ง หรืออาจกล่าวได้ว่า ทุกแห่งจำเป็นต้องมีการเพิ่มทุน ซึ่งมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้น จากเดิมที่มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่เป็นชาวไทย ได้ถูกเปลี่ยน เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาวต่างชาติ เมื่อผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ จึงส่งผลต่อนโยบายการดำเนินงานของธนาคาร เช่น

รูปแบบของสาขาธนาคาร จากเดิมการเปิดสาขาของธนาคาร เพื่อดำเนินกิจกรรมธนาคาร โดยการให้บริการทุกประเภท (Full Functions) ทุกสาขา มีทั้งการหาเงินฝาก การปล่อยสินเชื่อ กลายเป็น สาขาของธนาคารมีหน้าที่หาลูกค้า ส่วนการอนุมัติสินเชื่อกลายเป็นหน้าที่ของหน่วยงานกลางที่ธนาคารกำหนดขึ้น

ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร จากเดิมที่มีเพียง เงินฝาก และ สินเชื่อ ได้มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการขึ้นอีกมาก เช่น งานด้านบัตรเครดิตประเภทต่างๆ งานประกัน งานขายกองทุน

ต้นทุนของการเปิดสาขานาธนาคาร เป็นผลมาจากรูปแบบของสาขาธนาคารที่เปลี่ยนไปจึงทำให้ขนาดของสาขาที่เปลี่ยนไป มีการเปิดสาขาย่อยเพิ่มขึ้นจำนวนมาก จำนวนพนักงานแต่ละสาขามีน้อยลง มีการนำเทคโนโลยีมาใช้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ต้นทุนของการเปิดสาขาจึงเปลี่ยนแปลงไป

ทำเลที่ตั้ง จากเดิมเป็นอาคารเฉพาะ กลายเป็นสาขาในศูนย์การค้ามากขึ้น ซึ่งง่ายต่อการเปิดสาขาของธนาคาร ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของธนาคารให้มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ มีผลการศึกษาของโครงการศึกษาความต้องการบริการทางการเงินของ ซี.เอส.เอ็น.แอนด์ แอสโซซิเอท (2546) พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ส่วนหนึ่ง คือ สถานที่ให้บริการมีน้อย ในขณะที่ประชาชนโดยทั่วไปคาดหวัง คือ การมีสาขาให้บริการกระจายอย่างทั่วถึง ดังนั้น หากธนาคารพาณิชย์ต้องการส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด คือ การมีสาขาบริการได้อย่างทั่วถึง จึงเป็นความจำเป็นของธนาคารพาณิชย์ที่จะต้องดำเนินการขยายสาขาของธนาคารให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีด้านการตลาดที่ว่าส่วนผสมทางการตลาด 4Ps ในประเด็นเรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยเมื่อมีช่องทางการจัดจำหน่ายมาก ย่อมส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการใช้บริการมากขึ้นตามไปด้วย หรือ เท่ากับ เป็นการเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ นั่นเอง

นอกจากนี้ปัจจุบัน โลกมีการรวมกลุ่มกันหลายกลุ่ม ตัวอย่างเช่น ประชาคมอาเซียนที่ประเทศไทยได้เข้าเป็นสมาชิก โดยวัตถุประสงค์ของการรวมกลุ่ม คือ เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อเป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรองและเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันบนเวทีการค้าระหว่างประเทศในทุกๆด้าน การรวมกลุ่มจะทำให้ประเทศสมาชิก กลายเป็น ครอบครัวเดียวกัน เรียกว่า ประชาคมอาเซียนในปี 2558 และประชาคมอาเซียน มีเป้าหมายหลัก 3 เสาหลัก ซึ่งเสาหลักหนึ่งคือ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) มุ่งเน้นเรื่องเศรษฐกิจ และ จากข้อตกลงของสมาชิกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะทำให้ประเทศสมาชิกอาเซียน เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ทำให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และ แรงงานมีฝีมืออย่างเสรี ซึ่งหมายถึง คู่แข่งทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งธุรกิจธนาคารก็เช่นกันที่จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้รับผลกระทบจากการรวมกลุ่มระหว่างประเทศต่างๆ ซึ่งจะส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ของไทยมีโอกาสที่จะมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีเสรีของการลงทุน การเคลื่อนย้ายเงินทุนทำได้ง่ายขึ้น กฎเกณฑ์ลดลง ดังนั้น ผู้บริหารของธนาคารจะต้องเร่งกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ เพื่อการสร้างความเตรียมพร้อมในการให้บริการให้สามารถมีบริการที่ครอบคลุม และ ทัวถึงตรงกับความ ต้องการของผู้ใช้บริการ การเตรียมความพร้อมดังกล่าวจึงต้องมีทั้งด้านคุณภาพ และ ปริมาณ สำหรับด้านปริมาณ คือ การมีสาขาของธนาคารได้อย่างทั่วถึง เพื่อเป็นการเพิ่มความคล่องตัวของ ผู้ใช้บริการ แต่การที่ธนาคารพาณิชย์จะเพิ่มสาขาของธนาคารได้ ธนาคารพาณิชย์จะต้องขออนุญาต เปิดสาขาธนาคารต่อธนาคารแห่งประเทศไทย จะต้องเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตาม หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด โดยธนาคารแห่งประเทศไทยจะทำการ พิจารณาคุณสมบัติธนาคารพาณิชย์ปีละ 1 ครั้ง (ดังภาคผนวก ก) และเอกสารหลักฐานที่ต้องยื่น ประกอบคำขอจัดตั้งสาขาใหม่ของธนาคารพาณิชย์อย่างหนึ่ง คือ แผนงานการจัดตั้งสาขาทั่วไปเป็น รายปี พร้อมรายละเอียด เช่น ลำดับที่ สถานที่ตั้ง (ระบุบริเวณที่จะขอจัดตั้ง เขต หรือ อำเภอกรณี กรุงเทพมหานคร) เหตุผลที่ขอจัดตั้ง ช่วงเวลาในการจัดตั้ง ประมาณการทางการเงินของแต่ละ สาขาที่มีข้อมูลประกอบการจัดทำที่ชัดเจน แผนที่แสดงที่ตั้งของสาขาที่ขอจัดตั้งโดยสังเขป (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551)

อย่างไรก็ตามจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ไทยตั้งแต่ปี 2550 ถึง เดือน กรกฎาคม 2555 มีอัตราที่ลดลงเป็นลำดับ ดังตารางที่ 1.1 และ ตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.1 จำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์ไทยในแต่ละภูมิภาค

	ปี 50	ปี 51	ปี 52	ปี 53	ปี 54	กค.55
กรุงเทพ	1,687	1,823	1,945	2,009	2,077	2,099
ภาคกลาง	1,591	1,714	1,832	1,872	1,937	1,978
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	603	642	671	707	742	759
ภาคเหนือ	629	658	675	688	714	719
ภาคใต้	598	655	683	700	731	748
รวม	5,108	5,492	5,806	5,976	6,201	6,303

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.2 อัตราการเพิ่มขึ้นของสาขาธนาคารพาณิชย์ไทยในแต่ละภูมิภาค

	ปี 51	ปี 52	ปี 53	ปี 54	กค.55 (เฉลี่ย)
กรุงเทพ	8.06	6.69	3.29	3.38	1.82
ภาคกลาง	7.73	6.88	2.18	3.47	3.63
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.47	4.52	5.37	4.95	3.93
ภาคเหนือ	4.61	2.58	1.93	3.78	1.20
ภาคใต้	9.53	4.27	2.49	4.43	3.99
รวม	7.52	5.72	2.93	3.77	2.82

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555)

จากข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การที่ธนาคารพาณิชย์ของไทยต้องการขยายสาขา จะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า การเปิดสาขามีได้หลายรูปแบบ หากธนาคารพาณิชย์ดำเนินการตามแผนงานที่ขออนุญาตต่อธนาคารแห่งประเทศไทยแล้ว การเปิดสาขาของธนาคารก็สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมาย และจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า โดยภาพรวมธนาคารพาณิชย์ไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมาย หรือ ตามแผนงานที่วางไว้ ดังตารางที่ 1.3 จะพบว่า จำนวนสาขาในปี 2554 มีจำนวนเพียง 17 แห่ง แต่ธนาคารพาณิชย์ไม่สามารถเปิดได้ครบตามที่ขออนุญาตกับธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งคิดเป็น อัตราร้อยละของจำนวนสาขาที่ไม่สามารถเปิดตามนโยบายขององค์กรสูงถึง 41.18 ทั้งนี้อาจเนื่องจากสาเหตุต่างๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจของประเทศเปลี่ยนแปลงไป ดังเช่นปี 2554 ได้เกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ในประเทศไทย จึงส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ของไทยต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์จากแผนงานที่วางไว้ โดยชะลอการลงทุนในสาขาใหม่ เป็นต้น

ตารางที่ 1.3 การเปรียบเทียบเป้าหมายการเปิดสาขา กับ ผลการเปิดสาขาระหว่างปี 2550-2554 ของธนาคารในขอบเขตของงานวิจัย

รายการ	ปี 50	ปี 51	ปี 52	ปี 53	ปี 54
เป้าหมายของจำนวนสาขาธนาคารที่ต้องการเปิด	49	80	150	35	17
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ	36	59	122	23	10
จำนวนสาขาที่ไม่สามารถเปิดตามนโยบายขององค์กร	13	21	28	12	7
อัตราร้อยละของจำนวนสาขาที่ไม่สามารถเปิดตามนโยบายขององค์กร	26.53	26.25	18.67	34.29	41.18

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจธนาคารพาณิชย์มีทั้งโอกาสในการขยายกิจการเพิ่มมากขึ้น แต่ก็มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ปัจจุบันการเปิดสาขาธนาคารพาณิชย์จะมีหลากหลายรูปแบบ หลากหลายทำเลที่ตั้ง ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการเปิดสาขาแตกต่างกัน โดยผู้นำองค์กรจะต้องเป็นผู้กำหนดทั้งนโยบายและกลยุทธ์ ปัจจุบันยังไม่มี การทำการวิจัยในเรื่องดังกล่าวอย่างจริงจังในประเทศไทย ดังนั้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจทำวิจัยในครั้งนี้ในหัวข้อเรื่อง “โมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ”

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 องค์ประกอบของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคาร อย่างไร

1.2.2 รูปแบบความสัมพันธ์ของระหว่างผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ กับการขยายสาขาธนาคาร เป็นเช่นไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย

1.3.2 เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขอบเขตการวิจัย เป็น 2 กรณี คือ

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เนื่องจากเป็นธนาคารที่มีผลประกอบการที่ดีมีโดยตลอด มีการขยายสาขาธนาคารได้อย่างต่อเนื่อง จัดเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (ดังภาคผนวก ฅ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ จะดำเนินการทบทวน รวบรวม ศึกษาจากทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อเรื่อง ดังนี้

- 1.4.2.1) ผู้นำองค์กร
- 1.4.2.2) ท่าเลที่ตั้ง
- 1.4.2.3) ต้นทุน
- 1.4.2.4) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของธนาคารเกี่ยวกับการขยายสาขาธนาคาร เนื่องจากทราบถึงสาเหตุของปัญหาในการขยายสาขาของธนาคารที่แท้จริง

1.5.2 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพในการขยายสาขาของธนาคารพาณิชย์ของไทยได้ตามเป้าหมายของธนาคาร

1.5.3 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพของการขยายสาขาธนาคารให้สามารถมีจุดให้บริการของธนาคารตามเป้าหมายที่กำหนด และ เป็นการเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ

1.5.4 เพื่อเป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ความสามารถในการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ไทยในการเพิ่มส่วนแบ่งด้านการตลาด เพราะเมื่อเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน (AEC) เริ่มมีผลแล้ว จะก่อให้เกิดเสรีด้านเงินทุน ทำให้เกิดการไหลของเงินทุนได้อย่างเสรี ส่งผลต่อสถาบันการเงินซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีธุรกรรมเกี่ยวข้องกับเงินทุนต้องมีการปรับเปลี่ยนตามไปด้วยเช่นกัน

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 สาขาธนาคารพาณิชย์ไทย หมายถึง สาขาธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการทางการเงินได้ทุกประเภทตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งประกอบ โดยแบ่งเป็น

1.6.2 สาขาทั่วไป หมายถึง สาขาที่ให้บริการทุกประเภท (Full Functions)

1.6.3 สาขาย่อย หมายถึง สาขาที่ให้บริการบางประเภท (Partial Functions)

1.6.4 ผู้นำองค์กร หมายถึง บุคลากรของธนาคารที่เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายทิศทาง เป้าหมายขององค์กร ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.5 กลยุทธ์ หมายถึง แผนการปฏิบัติซึ่งกำหนดไว้เพื่อใช้ในการดำเนินการเปิดสาขาธนาคารให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

1.6.6 แผนงาน หมายถึง กำหนดเวลา วิธีปฏิบัติ บุคลากรของการดำเนินการเปิดสาขาธนาคาร

1.6.7 ทีมงาน หมายถึง บุคลากรของธนาคารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเปิดสาขาธนาคาร

1.6.8 ทำเลที่ตั้ง หมายถึง สถานที่ตั้งของสาขาธนาคาร

1.6.9 รูปแบบสาขา หมายถึง ลักษณะของสาขา รวมถึงบริการของสาขา

1.6.10 การรับรู้ของลูกค้า หมายถึง ข้อมูลที่ลูกค้ารับทราบจากการสื่อสารของธนาคาร

1.6.11 จำนวนประชากร หมายถึง จำนวนประชากรในพื้นที่ที่จะเปิดทำการสาขาธนาคาร

1.6.12 ต้นทุน หมายถึง เงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งสาขาธนาคาร ในส่วนที่เกี่ยวข้องต้นทุนคงที่ ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์เครื่องมือ

1.6.13 ขนาดพื้นที่ หมายถึง ขนาดของสาขาธนาคารสำหรับในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ

1.6.14 อุปกรณ์/เทคโนโลยี หมายถึง อุปกรณ์ เครื่องมือ รวมถึงเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงานของสาขาธนาคาร

1.6.15 ปัจจัยภายในองค์กร-ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลประกอบการของธนาคาร

1.6.16 ปัจจัยภายนอกองค์กร-ภาวะเศรษฐกิจ หมายถึง สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจภายนอกองค์กรในพื้นที่ที่จะเปิดสาขาธนาคาร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี ตำรา บทความทางวิชาการ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะประกอบด้วยหัวข้อเรื่อง ดังนี้

- 2.1) ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ
- 2.2) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
 - 2.2.1) ทฤษฎีการตลาด
 - 2.2.2) ทฤษฎีผู้นำเชิงปฏิรูป
 - 2.2.3) ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เรื่องการเลือกที่ตั้ง
 - 2.2.4) ทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์มหภาค
- 2.3) สรุปการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
- 2.4) กรอบแนวคิดการวิจัย
- 2.5) สมมติฐานการวิจัย

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ

ระบบการเงินทำหน้าที่สำคัญในการเป็นตัวกลางระดมเงินทุนและจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจไปสู่ภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ตลอดจนการให้บริการด้านการชำระราคาสินค้าและบริการ ระบบการเงินที่พัฒนา มีประสิทธิภาพและมีเสถียรภาพย่อมสนับสนุนให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน องค์ประกอบที่สำคัญของระบบการเงิน ประกอบด้วย สถาบันการเงิน ตลาดการเงิน และระบบการชำระเงิน ธนาคารพาณิชย์จัดเป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่งที่ให้บริการธุรกรรมด้านการเงิน โดยเป็นตัวกลางหลักในการระดมเงินฝากจากผู้ฝากเงิน เพื่อปล่อยสินเชื่อแก่ภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจ ธนาคารพาณิชย์แบ่งออกเป็น ธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ และสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ.2551 (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558)

จากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทย (2558) ได้ถึง จำนวนและขนาดสินทรัพย์ของสถาบันการเงินที่สำคัญ ณ สิ้นปี 2556 พบว่า ธนาคารพาณิชย์มีส่วนแบ่งของสินทรัพย์ในสัดส่วนที่สูงที่สุดจากสถาบันการเงินทั้งหมด โดยคิดเป็นอัตราร้อยละ 40.8 (ดังตารางที่ 2.1) ดังนั้น อาจกล่าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ว่า ธนาคารพาณิชย์จะมีบทบาทและความสำคัญสูงสุดของสถาบันการเงินที่ส่งผลต่อระบบการเงินของไทย

ตารางที่ 2.1 จำนวนและขนาดสินทรัพย์ของสถาบันการเงินที่สำคัญ ณ สิ้นปี 2556

รายการ	จำนวน	ส่วนแบ่งของสินทรัพย์จากสถาบันการเงินทั้งหมด (ร้อยละ)
ธนาคารแห่งประเทศไทย	1	15.3
สถาบันรับฝากเงิน	1,960	58.8
ธนาคารพาณิชย์	30	40.8
สถาบันการเงินเฉพาะกิจ	406	12.3
สหกรณ์ออมทรัพย์และเครดิตยูเนียน	1,884	4.9
กองทุนรวมตลาดเงิน	40	0.8
สถาบันการเงินที่ไม่รับฝากเงิน	6,948	25.9
กองทุนรวม	1,385	6.7
บริษัทประกันภัย	89	5.8
กองทุนเพื่อการฟื้นฟูฯ	1	3.2
บริษัทบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล	28	2.3
บริษัทลิสซิ่ง	577	2.2
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	426	1.8
กองทุนบำเหน็จบำนาญ	1	1.5
บริษัทบริหารสินทรัพย์	28	0.7
บริษัทหลักทรัพย์	47	0.6
สหกรณ์เกษตร	3,810	0.4
โรงรับจำนำ	556	0.2

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2558)

ธนาคารกสิกรไทย เป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่เป็น อันดับที่ 3 ของไทย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และพนักงานชุดแรกเริ่มเพียง 21 คน มีอาคารซึ่งเป็นสาขาสำนักงานเสื่อป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรก การดำเนินงานของธนาคารประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เพียง 6 เดือน หรือเพียงงวดบัญชีแรกที่สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2488

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาท มีสินทรัพย์ 15 ล้านบาท ธนาคารได้เข้าจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2519 จากจุดที่เริ่มต้นจนถึงวันนี้ ธนาคารกสิกรไทยเติบโตอย่างมั่นคง ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2555 มีทุนจดทะเบียน 30,486 ล้านบาท มีสินทรัพย์จำนวน 2,005,460 ล้านบาท เงินรับฝากจำนวน 1,398,295 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อจำนวน 1,295,008 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีรายละเอียดของผลประกอบการช่วง 9 เดือนแรกของปี 2555 (มกราคม ถึง กันยายน) ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ผลประกอบการของธนาคารช่วงเวลาเดือน มกราคม ถึง กันยายน 2555

รายการ	ช่วงระยะเวลาตั้งแต่ มกราคม ถึง กันยายน 2555
อัตราส่วนเงินกองทุนทั้งสิ้น (CAR)	ร้อยละ 16.53
กำไรสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	ร้อยละ 22.05
กำไรสุทธิต่อสินทรัพย์เฉลี่ย (ROA)	ร้อยละ 1.97
จำนวนสาขา	824 สาขา
จำนวนตู้ ATM	7,525 ตู้
จำนวนพนักงาน	16,933 คน

ที่มา : ธนาคารกสิกรไทย (2555)

ปัจจุบันธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 1 ซอยราษฎร์บูรณะ 27/1 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร 10140 มีสาขาในกรุงเทพมหานครจำนวน 288 สาขา สาขาในส่วนภูมิภาคจำนวน 536 สาขา และมีสาขาหรือสำนักงานตัวแทนต่างประเทศจำนวน 8 แห่ง ได้แก่ สาขาลอสแอนเจลิส สาขาฮ่องกง สาขาหมู่เกาะเคย์แมน สาขาเซินเจิ้น สำนักงานผู้แทนกรุงปักกิ่ง สำนักงานผู้แทนนครเซี่ยงไฮ้ สำนักงานผู้แทนเมืองคุนหมิง และ สำนักงานกรุงโตเกียว โดยสาขาและสำนักงานผู้แทนในต่างประเทศเหล่านี้ ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่างๆ ด้านการชำระเงินระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้าทั่วโลก

ตลอดระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจธนาคารของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นเวลานานกว่า 67 ปีนั้น ธนาคารมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กร พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการขยายสาขาและเพิ่มจุดให้บริการต่างๆ ของธนาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของธนาคารและอีกทั้งยังเป็นการเพิ่มศักยภาพ ในด้านการให้บริการ เพิ่มความได้เปรียบในด้านการขยายฐานลูกค้าและรองรับ AEC ทั้งนี้ธนาคารฯ ยังคงเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า ภายใต้คำขวัญของธนาคารที่ว่า “บริการทุกระดับประทับใจ” โดยธนาคารได้กำหนดภารกิจ ค่านิยมหลัก และ วิสัยทัศน์ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1 การกิจ

ธนาคารกสิกรไทย มุ่งมั่นในการเป็นสถาบันการเงินไทยที่แข็งแกร่ง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยบริการด้านการเงินที่หลากหลาย ครบถ้วน ในคุณภาพมาตรฐานสากล โดยผสมผสานการใช้เทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุผลที่ดีและเป็นธรรม ต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และประเทศไทย

2.1.2 ค่านิยมหลัก

- 1) การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
- 2) การทำงานร่วมกันเป็นทีมของทั้งเครือ
- 3) ความเป็นมืออาชีพ
- 4) การริเริ่มสิ่งใหม่

2.1.3 วิสัยทัศน์

ธนาคารกสิกรไทยมุ่งมั่นเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงที่สุด ที่ริเริ่มในสิ่งใหม่ และกระทำทุกวิถีทางเพื่อเป็นสถาบันการเงินไทยที่ให้บริการอย่างดีที่สุดแก่ลูกค้า

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดสำหรับใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย หลักการตลาดของ Philip Kotler ทฤษฎีผู้นำเชิงปฏิรูป ทฤษฎีการเลือกที่ตั้งอุตสาหกรรม ของ Alfred Weber และ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหภาค

2.2.1 ทฤษฎีการตลาด

ปราชญ์ ศรีอักษร (2556) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์สำหรับนักปฏิบัติ ดังนี้

การตลาด คือ การบ้านที่ผู้จัดการต้องทำ เพื่อประเมินความต้องการ เพื่อวัดระดับและความเข้มข้นของความต้องการนั้น ตลอดจนประเมินว่ามีโอกาสสร้างกำไรได้หรือไม่ แต่การขายจะเกิดขึ้นหลังจากมีผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นแล้ว การตลาดจะยังคงดำเนินไป ตลอดช่วงชีวิตผลิตภัณฑ์นั้นๆ การตลาดต้องพยายามค้นหาลูกค้าใหม่ๆ ปรับปรุงเสน่ห์ดึงดูดใจ และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ เรียนรู้จากผลลัพธ์การขายผลิตภัณฑ์ และจัดการให้มีการขายซ้ำได้เรื่อยๆ โดย Philip Kotler แบ่งแยกการปฏิบัติงานด้านการตลาดออกเป็นสามระดับ ดังต่อไปนี้ คือ

ระดับแรกการตลาดแบบตอบสนอง เป็นภารกิจในการ ค้นหา และตอบสนองความต้องการ

ระดับที่สอง การตลาดแบบคาดการณ์ล่วงหน้า เป็นการเล็งเห็น ความต้องการใหม่ๆ หรือ ความต้องการที่แฝงอยู่

และระดับสุดท้ายการตลาดที่กำหนดหรือสร้างความต้องการ เป็นการเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ยังไม่เคยมีใครมองหา และเคยคิดถึงมาก่อน

องค์กรจะสามารถสนองความต้องการของตลาดอย่างมีผลกำไรได้อย่างกว้างขวางเพียงใด การตัดสินใจที่สำคัญประการหนึ่งได้แก่ วิธีการจัดการกับการตลาด ซึ่งนักการตลาดจัดกระบวนการจัดการทางการตลาดเป็นลำดับพื้นฐานห้าขั้นตอนด้วยกัน ดังนี้

R = วิจัย (Research) คือ จุดเริ่มต้นสำหรับการตลาด การตลาดที่ดีต้องใช้การวิจัยโอกาสตลาด รวมทั้งจัดเตรียมประมาณการการเงินที่อิงกับกลยุทธ์ที่กำหนดไว้อย่างรอบคอบ

STP = การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) การกำหนดเป้าหมาย (Target) และวางตำแหน่งในตลาด (Positioning) เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่งของตน

MM = ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือรู้จักกันในนาม 4 P ซึ่งหมายถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

I = การดำเนินการ (Issuing) เป็นขั้นตอนในการออกแบบ กำหนดราคา จัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด ซึ่งทุกฝ่าย ทุกแผนกของบริษัทจะต้องเข้ามามีส่วนร่วม

C = การควบคุม (Control) เป็นการรับทราบผลสะท้อนกลับ ประเมินผลลัพธ์ และการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงกลยุทธ์ STP และกลยุทธ์ MM

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดของ McCarthy เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยกลยุทธ์ด้านการตลาด เป็นทฤษฎีที่รู้จักที่เรียกอย่างย่อว่า 4Ps ประกอบด้วย Product Price Place และ Promotion โดย อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546) ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ในเรื่อง การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี ไว้ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่นำเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น โดยมีองค์ประกอบ คือ ผลิตภัณฑ์หลัก รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง

2) ราคา (Price) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้า หรือบริการ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน ราคาจึงเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของสินค้า ทำให้ธุรกิจมีรายได้ และ ลูกค้าได้รับอรรถประโยชน์จากความเป็นเจ้าของ แต่การกำหนดราคาต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า ว่า มีมากน้อยเพียงใด รวมทั้งต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน

3) สถานที่และวิธีการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ลูกค้าได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามต้องการ เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ ที่ทำให้ลูกค้าหาซื้อสินค้าหรือบริการได้ง่าย และยังมีองค์ประกอบเรื่องบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ที่มีผลต่อการรับรู้ของ

ลูกค้าโดยตรง ซึ่งได้แก่ ทำเลที่ตั้ง และช่องทางการนำเสนอ เช่น การจำหน่ายโดยตรง ผ่านตัวแทน ผ่านการซื้อจากบริษัทที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นต้น

4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาด เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมาย เข้าใจ และให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจใช้สินค้า/บริการได้เร็วขึ้น โดยมีองค์ประกอบ ได้แก่ การโฆษณา การใช้พนักงานขาย การให้ช่างประชาสัมพันธ์ การบอกกล่าว ปากต่อปาก การตลาดทางตรง หรือ วิธีการอื่นๆ การชิงโชค การให้ของรางวัล เกม การสาธิต เป็นต้น

จากทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mixed) ดังกล่าวข้างต้น ได้ถูกพัฒนาให้ กลายเป็น 4'Cs เนื่องจากเป็นการมองว่า 4'Ps เป็นการมองในด้านของผู้ผลิต แต่ 4'Cs เป็นการ มองด้านผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ Customer Cost Convenience และ Communication โดยสามารถ เปรียบเทียบได้ดังนี้ สืบชาติ อันทะไชย (2552)

ตารางที่ 2.3 การเปรียบเทียบระหว่าง 4'Ps กับ 4'Cs

4'Ps	4'Cs
Product ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ คือ สินค้า / บริการ เป็นการผลิตในสิ่งที่ผู้ผลิตมีความชำนาญ	Customer's Need ได้แก่ การผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
Price ได้แก่ ราลาสินค้าที่ผู้ผลิตกำหนดขึ้น โดยใช้วิธีต้นทุนเป็นเกณฑ์การกำหนดราคาสินค้า	Cost of Customer's Satisfaction ได้แก่ ราคาที่ลูกค้าพอใจ
Place ได้แก่ การจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมุ่งเน้นเรื่องการช่องทางการขาย	Convenience to buy ได้แก่ การตอบสนองความสะดวกที่ลูกค้าจะได้รับ ทั้งการซื้อและการติดต่อกับลูกค้า
Promotion ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด	Communication ได้แก่ จุดติดต่อ ที่ทำให้ความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้า

นอกจากนี้ (สืบชาติ อันทะไชย, 2552) ได้กล่าวว่า การจัดการด้านการตลาดสำหรับลูกค้าที่เป็นคนไทย นักการตลาดต้องคำนึงถึง 4F ซึ่งเป็นการตลาดแบบไทยๆ ดังนี้

1) Face เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้ามีความภูมิใจ รู้สึกว่า ตนเองเป็นคนพิเศษ เป็นคนสำคัญกว่า คนอื่น มีความสวยงาม เพราะความสวยงามจะนำไปสู่ความภูมิใจ

2) Friend เป็นการนำกลยุทธ์ด้านกลุ่มมาใช้ด้านการตลาด เช่น กลยุทธ์เพื่อนแนะนำเพื่อน (Member Get Member) หรือ กลยุทธ์ปากต่อปาก (Buzz Marketing) และกลยุทธ์นี้ได้ถูกดัดแปลงมาใช้ในอินเทอร์เน็ต เช่น กรณีการใช้ Web Board ซึ่งกลยุทธ์นี้จะสร้างความน่าเชื่อถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากกว่า การโฆษณา เนื่องจากการแนะนำจากคนสนิท ดังนั้น นักการตลาดจึงหาบุคคลที่
อ้างอิงเป็นบุคคลที่ผ่านการใช้สินค้ามาแล้ว เรียกว่า Testimonial

3) Family เป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดที่มุ่งตรงต่อครอบครัว ทำให้สามารถขายสินค้าได้
เป็นกลุ่ม เป็นแพ็คเกจ (Package) จะทำให้ผู้ขายสินค้าได้ภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับสังคมไทย

4) Fortune เป็นกลยุทธ์ด้านความเชื่อเรื่องโชคลาง เนื่องจากคนไทยมักมีคำพูดว่า ไม่เชื่อ
อย่างลบลู่ จึงทำให้นักการตลาดนำกลยุทธ์นี้มาใช้

จากกลยุทธ์การตลาดแบบไทยๆ นี้ เป็นกลยุทธ์ที่นักการตลาดจะต้องให้ความสำคัญ
เกี่ยวกับข้อมูลของลูกค้า เพราะจะต้องรู้ถึง ความชอบ ความรัก ความเชื่อของลูกค้า จึงจะสามารถ
นำกลยุทธ์เหล่านั้นมาใช้ได้

2.2.2 ทฤษฎีผู้นำเชิงปฏิรูป

ทฤษฎีผู้นำเชิงปฏิรูป เป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง (Emerging Theory)
โดย Mc Cuddy (2003) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง (Emerging Theory) เป็นการนำ
ทฤษฎีผู้นำหลายทฤษฎีมาประยุกต์ ก่อให้เกิดทฤษฎีใหม่ ดังนี้

1) ทฤษฎีผู้นำเชิงบารมี (Neo-Charismatic Theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับ
คุณลักษณะของผู้นำที่มีความเก่งและมีบารมี เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ตาม สร้างแรงบันดาลใจ
สร้างการยอมรับ ความไว้วางใจให้เกิดแก่ผู้ตาม ทำให้เกิดความมุ่งมั่นในการทำงาน และ
ผู้ที่จะได้รับการยกย่อง ชื่นชม เช่น ผู้นำวิรบุรุษ

2) ทฤษฎีผู้นำเชิงแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership Theory) เป็นทฤษฎีผู้นำที่ว่าด้วย
การแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำ กับ ผู้ตาม โดยผู้นำได้เสนอ ข้อแลกเปลี่ยนที่ผู้ตามพอใจ กับ
ความสำเร็จที่ผู้นำต้องการ

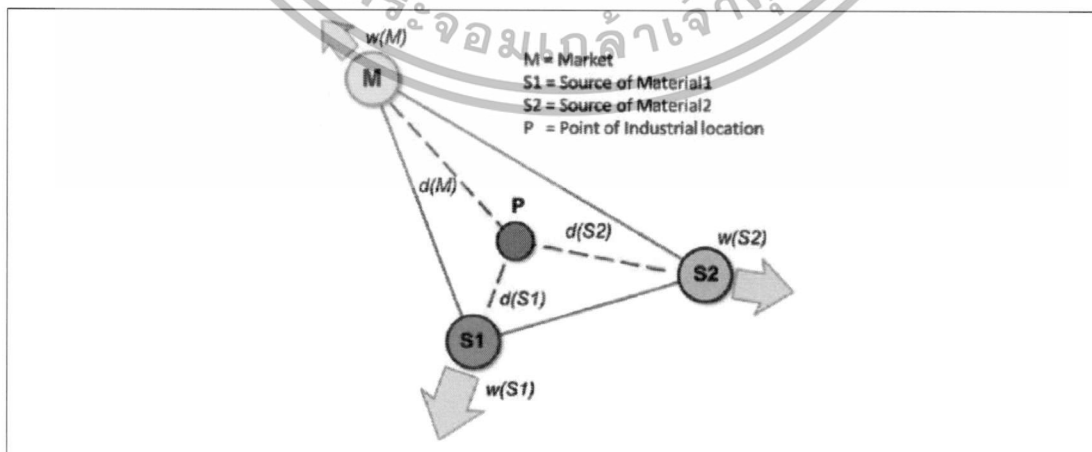
3) ทฤษฎีผู้นำเชิงปฏิรูป (Transformational Leadership Theory) เป็นแนวทฤษฎีที่นับว่า
ทันสมัยที่สุดในปัจจุบัน เพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์ที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุค
ปัจจุบัน โดยผู้นำจะโน้มน้าวจิตใจของผู้ตามด้วยการให้ผู้ตามเห็นถึงวิสัยทัศน์ในอนาคต
จุดมุ่งหมายร่วมกัน ซึ่งจะมียุทธศาสตร์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้น
ให้มีการใช้ปัญญา การมุ่งความสัมพันธ์เป็นรายบุคคล และ คุณลักษณะพิเศษ ดังนั้น ผลของงาน
บางครั้งเกินความคาดหวังของผู้นำ

2.2.3 ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เรื่องการเลือกที่ตั้ง

จากบทความ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กับการย้ายฐานการผลิตไปเมียนมาร์ของอุตสาหกรรม
ไทย ของ เรวดี แก้วมณี. (2555) กล่าวว่า ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กับการย้ายฐานการผลิตไปเมียนมาร์
ของอุตสาหกรรมไทย ว่า ทฤษฎีการเลือกที่ตั้งอุตสาหกรรม (Industrial Location Theory) โดย
Alfred Weber นักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมันผู้ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นบิดาแห่งทฤษฎีที่ตั้ง
อุตสาหกรรม ซึ่ง Weber ได้พัฒนาทฤษฎีที่ตั้งอุตสาหกรรมจากแนวความคิดของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Von Thunen. 1826 และ Wilhelm Launhardt 1900-1902) โดย Weber ได้นำเอาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งที่ตั้งเข้ามาพิจารณา และได้ตั้งสมมุติฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์แหล่งที่ตั้ง คือ แหล่งวัตถุดิบรวมทั้งเชื้อเพลิงต่างๆ กระจายตัวไม่เท่ากัน และมีคุณสมบัติต่างกัน วัตถุดิบบางชนิดมีเฉพาะท้องถิ่น(Localized Raw Materials) บางชนิดกระจายอยู่ทั่วไป (Ubiquitous Raw Materials) ตลาดและผู้บริโภคมีกระจายอยู่หลายจุด และแรงงานเป็นปัจจัยซึ่งเคลื่อนย้ายไม่ได้โดยค่าจ้าง แรงงานถูกกำหนดไว้ตายตัว และมีแรงงานไม่จำกัดจำนวน จากสมมุติฐานของ Weber สามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมได้ 3 ปัจจัย ได้แก่ ค่าขนส่ง (Transportation Cost) ค่าจ้างแรงงาน (Labor Cost) และแรงผลักดันเพื่อการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม (Agglomerative Force) ดังนั้น การพิจารณาจากปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายการเลือกที่ตั้งอุตสาหกรรม ณ จุดซึ่งเสียค่าขนส่งต่ำสุด (Least Transportation Cost Location) ซึ่ง Weber ได้ใช้สามเหลี่ยมแหล่งที่ตั้ง (Location Triangle) ในการวิเคราะห์ที่ตั้งอุตสาหกรรมซึ่งเสียค่าขนส่งต่ำที่สุด โดยกำหนดที่ตั้งของตลาด 1 แห่ง อยู่บนยอดสามเหลี่ยม และแหล่งวัตถุดิบ 2 แห่ง อยู่ตรงฐานของสามเหลี่ยม จุดที่เป็นที่ตั้งของโรงงานซึ่งเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดจะอยู่ในรูปสามเหลี่ยม ซึ่งมีระยะทางที่สั้นที่สุดที่เชื่อมระหว่างจุดทั้ง 3 นอกจากนี้จะใช้หลักการวิเคราะห์เลือกที่ตั้ง โดยพิจารณาค่าขนส่งแล้ว Weber ยังพิจารณาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงของค่าจ้างแรงงาน คือ อุตสาหกรรมจะเลือกที่ตั้งที่มีค่าจ้างแรงงานถูก ถ้าจะทำให้เกิดความประหยัดได้มากกว่าต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น เมื่อย้ายจากที่ตั้งที่มีค่าขนส่งต่ำสุด และผลจากการรวมกลุ่มกัน ในการเลือกที่ตั้งอุตสาหกรรม คือ อุตสาหกรรมจะมีแนวโน้มไปตั้งในแหล่งที่มีการรวมกลุ่มกันแทนที่บริเวณที่มีค่าขนส่งต่ำสุดได้ ถ้ารวมกลุ่มกันก่อให้เกิดการประหยัดและสามารถลดต้นทุน ได้ต่ำสุดมากกว่าที่ตั้ง ณ ที่ตั้งที่มีค่าขนส่งและค่าจ้างแรงงานต่ำสุด โดยประโยชน์จากการรวมกลุ่มกันจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีหน่วยการผลิตอย่างน้อย 3 หน่วย (ดังภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรม

ที่มา : เรวดี แก้วมณี (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะเห็นได้ว่า จากทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เรื่องการเลือกที่ตั้ง ซึ่งเป็นทฤษฎีว่าด้วยการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจภาคการผลิต และสามารถนำหลักการเดียวกันมาใช้ในธุรกิจภาคบริการได้ เช่น กรณีการเลือกทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการให้บริการ ก่อให้เกิดความคล่องตัว และมีต้นทุนต่ำสุดในการส่งมอบบริการแก่ผู้ใช้บริการ

2.2.4 ทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์มหภาค

เศรษฐศาสตร์มหภาค (Macroeconomics) จะพิจารณาระบบเศรษฐกิจในภาพรวมเพื่ออธิบายอุปสงค์-อุปทานมวลรวมและความสัมพันธ์ในลักษณะ "บนลงล่าง" กล่าวคือ ใช้ทฤษฎีดุลยภาพทั่วไปอย่างง่ายในการอธิบาย ไม่ว่าจะเป็น รายได้ประชาชาติ, ผลผลิตประชาชาติ, อัตราการว่างงาน, ภาวะเงินเฟ้อ ย่อลงมาก็ได้แก่ การบริโภคโดยรวม, การลงทุนและองค์ประกอบของการลงทุน นอกจากนี้ เศรษฐศาสตร์มหภาคยังทำการศึกษาผลกระทบของนโยบายการเงินและนโยบายการคลัง นอกจากนี้ยังคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อระดับความเติบโตในระยะยาวของรายได้ประชาชาติ อันได้แก่ การสะสมทุน, การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการขยายตัวของกำลังแรงงาน (สัทน์สิริ โฆษินทร์เดชา. 2554)

ดังนั้น เศรษฐศาสตร์มหภาคจึงเป็นการศึกษาของเศรษฐกิจส่วนรวม เป็นการศึกษาพฤติกรรมทางเศรษฐกิจทุกหน่วยในสังคม เช่น รายได้ประชาชาติ, ระดับราคาสินค้า, การกระจายรายได้, การคลังรัฐบาล, การค้าระหว่างประเทศ, การรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นการศึกษากิจกรรมทางเศรษฐกิจระดับประเทศ, ระดับระหว่างประเทศ ดังนั้น เมื่อภาวะเศรษฐกิจดีภาคธุรกิจจะมีปริมาณการค้าเพิ่มขึ้น ปริมาณการใช้บริการของสถาบันการเงินย่อมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารพาณิชย์จะเป็นสิ่งสำคัญต่อระบบการค้าระหว่างประเทศ เพราะคู่ค้าจะดำเนินการธุรกิจโดยผ่านระบบของธนาคารพาณิชย์แทบทั้งสิ้น ส่วนภาคประชาชน เมื่อภาวะเศรษฐกิจดี มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมต้องมีความต้องการบริการทางการเงินเพิ่มมากขึ้น เช่น ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องการให้ชีวิตมีความมั่นคง จึงส่งผลให้มีการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินเพิ่มมากขึ้นไปด้วยเช่นกัน (สัทน์สิริ โฆษินทร์เดชา. 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 สรุปการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

เมื่อกล่าวถึงการดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์ เป็นธุรกิจด้านการเงินที่มีการพัฒนาก้าวหน้ามาโดยตลอด แต่ละธนาคารมีการขยายสาขาราชการ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย หรือ ช่องทางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างโอกาสในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้มากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยขอให้ความหมายของ การขยายสาขาราชการพาณิชย์ คือ การเพิ่มสถานที่ในการให้บริการด้านการเงินแก่ลูกค้า

ในการขยายสาขาราชการนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551) ได้กำหนดเงื่อนไขในการอนุญาตเปิดสาขาว่า ธนาคารพาณิชย์จะต้องดำเนินยื่นแผนการจัดตั้งสาขาทั่วไปรายปี โดยส่วนหนึ่งของรายละเอียดของแผนการจัดตั้งสาขา (ดังในภาคผนวก ก) จะต้องระบุดังนี้

1) รายละเอียดของสาขาที่ได้รับความเห็นชอบให้จัดตั้ง(ตามหลักเกณฑ์เดิม) แต่ยังมีได้เปิดดำเนินการ โดยระบุจำนวนสาขา เหตุผลที่ยังมิได้ดำเนินการและแผนงานในระยะต่อไป

2) รายละเอียดสาขาทั่วไปที่จะจัดตั้งเป็นรายปี โดยระบุลำดับที่ สถานที่ตั้ง เช่น อำเภอ หรือ เขต (กรณีกรุงเทพมหานคร) และช่วงเวลาในการจัดตั้งตามแผน

3) ธนาคารพาณิชย์ต้องแจ้งการเปิดสาขาทั่วไป โดยระบุชื่อสาขา รหัสสาขา ที่ตั้งสาขา และกำหนดวันเปิดทำการให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนวันที่สาขาทั่วไปนั้นๆจะเริ่มประกอบธุรกิจ

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การขยายสาขาของธนาคารพาณิชย์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้ทั้งจำนวนสาขา และ เวลาที่จะทำการเปิดสาขาเป็นการล่วงหน้า และหากธนาคารพาณิชย์สามารถดำเนินการได้ตามที่แจ้งขอไว้กับธนาคารแห่งประเทศไทย ก็จะเป็นการถึงศักยภาพในการดำเนินการขยายสาขาราชการ สอดคล้องกับที่ Michele Detertman (2003) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จด้านการตลาดส่วนหนึ่งคือ การส่งมอบสินค้าจะต้องเป็นไปอย่างตรงต่อเวลา ตามระยะเวลาที่กำหนด เช่นเดียวกับบทความของ Garment Industry Development Corporation. (2001a). เรื่อง Activity Improvement. ว่า กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันเพื่อการส่งออกในยุคของการแข่งขันเสรี คือ การที่มีสินค้า/บริการที่มีคุณภาพที่ดี มีความรวดเร็วในการส่งมอบ และสอดคล้องกับ ริชพีช ทิพ (2002) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดที่นำมาใช้อย่างหนึ่งคือ การส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรม และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขยายสาขาราชการพาณิชย์ โดยมีนักวิจัยจำนวนมากได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งสามารถแยกประเภทของปัจจัยได้ ดังนี้

- 1) ด้านผู้นำองค์กร (นโยบาย แผนงาน ทีมงาน)
- 2) ด้านทำเลที่ตั้ง (รูปแบบสาขา การรับรู้ของลูกค้า ประชากร)
- 3) ด้านต้นทุนของสาขา (ขนาดพื้นที่ จำนวนบุคลากร อุปกรณ์)
- 4) ด้านปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (ผลการดำเนินงาน ภาวะเศรษฐกิจ)

2.3.1 ผู้นำองค์กร

ผู้นำองค์กร มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของผู้นำองค์กร ดังนี้

ผู้นำองค์กร หมายถึง ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงและเป็นบุคคลที่มีการกระทำที่มีผลกระทบต่อการทำงานของบุคคลอื่น และภาวะผู้นำจะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกคนหนึ่งของกลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนความสามารถหรือแรงจูงใจของสมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่มได้ (Gibson 2003 อ้างถึงใน นววรรณ คณานุรักษ์, 2554)

ผู้นำองค์กร หมายถึง บุคคลที่ถึงพร้อมซึ่งศักยภาพ 5 ด้าน ประกอบด้วย ศักยภาพด้านการชี้นำบุคลากร ศักยภาพด้านการปกครอง ศักยภาพด้านการเป็นผู้นำคุณภาพ ศักยภาพด้านการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง และศักยภาพด้านการเป็นมืออาชีพ (The Board of the National Union of Consultants in the Danish Medical Association อ้างถึงใน John Clark, Kirsten Armit, 2010)

ผู้นำองค์กร คือ บุคคลที่มีอิทธิพลสูงสุดในกลุ่ม และเป็นผู้ที่ต้องปฏิบัติภาระหน้าที่ของตำแหน่งผู้นำที่ได้รับมอบหมายบุคคลอื่นในกลุ่มที่เหลือก็คือผู้ตาม แม้จะเป็นหัวหน้ากลุ่มย่อย หรือผู้ช่วยในการปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ก็ตาม Yukl (1989: 3-4)

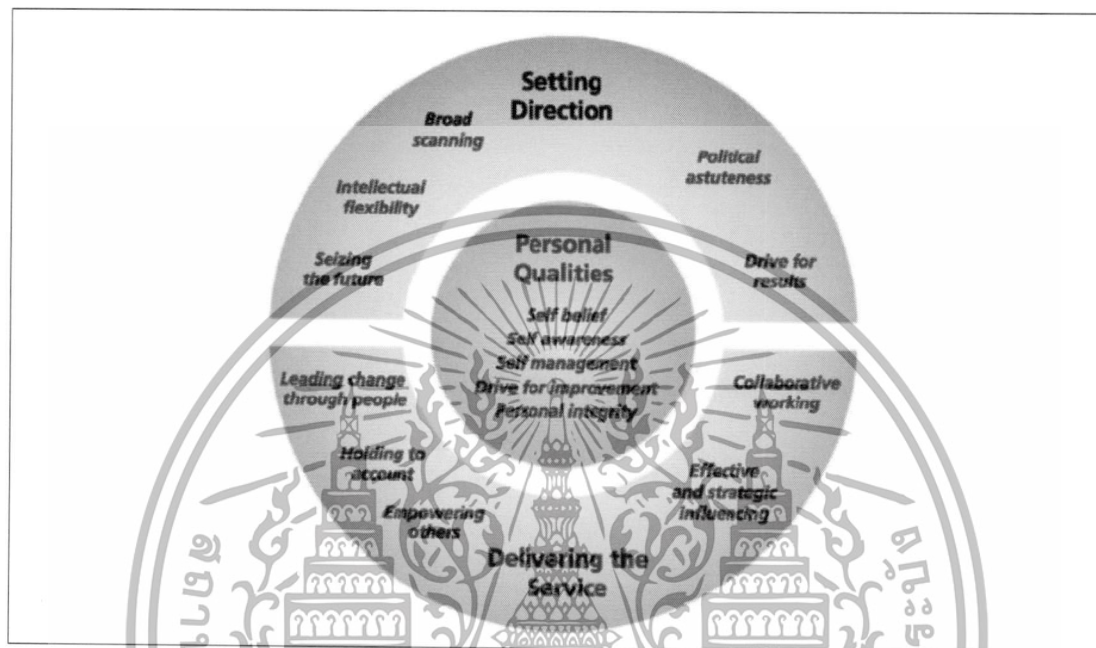
ผู้นำองค์กร หมายถึง บุคคลที่ทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อพัฒนาวิสัยทัศน์ในอนาคตได้อย่างชัดเจนและพยายามทำให้วิสัยทัศน์นั้นเกิดขึ้นจริงให้ได้ อาจจะเป็นการสร้างแรงจูงใจหรือแรงบันดาลใจและความสามารถจากบุคลากรของตนออกมา เพราะการที่คนเราจะผู้นำได้ คนๆ นั้นต้องมีผู้ปฏิบัติตามต่อการทำงานร่วมกันเพื่อ ผลสำเร็จที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรนั้น คำว่า “ผู้บริหาร” กับคำว่า “ผู้นำ” 2 คำนี้มีความแตกต่างกัน เพราะผู้บริหารจะทำการต่างๆ ให้ถูกเพื่อบรรลุเป้าหมายแต่ในขณะที่เดียวกันผู้นำจะเน้นการทำในสิ่งที่ถูกต้อง ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี (2551)

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกำหนดความหมายของผู้นำองค์กร คือ บุคคลที่มีความสามารถในการจูงใจให้ผู้อื่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกัน โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

จากงานวิจัยหลายฉบับ เช่น Patricia Hind (2009) กล่าวว่า ผู้นำองค์กรเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร เพราะผู้นำที่มีศักยภาพจะทำให้องค์กรสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยผู้นำองค์กรจะมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กร การกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เป้าหมายขององค์กร ความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และทั้งหมดนี้เป็นผลมาจากศักยภาพขององค์กร ระบบบริหารจัดการและพฤติกรรมของบุคลากร ซึ่งเป็นผลมาจากผู้นำที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ผู้นำต้องมีคุณสมบัติที่ดี เหมาะสม 2) ผู้นำต้องเป็นผู้กำหนดทิศทางขององค์กร 3) ผู้นำจะต้องสามารถดำเนินการให้มีการส่งมอบบริการได้ตามเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ Leadership Qualities Framework ของ Institute for Innovation and Improvement (www.nhleadershipqualities.nh) ซึ่งอ้างอิงใน John Clark, Kirsten Armit (2010) ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 Leadership Qualities Framework

ที่มา : John Clark, Kirsten Armit. (2010)

จากงานวิจัยของ Kark, Ronit; Shamir, Boas; Chen, Gilad (2003) ที่กล่าวว่า ผู้นำองค์กรจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผู้ตาม หรือ ทีมงานและผลประกอบการของธนาคาร ซึ่งคุณสมบัติของผู้นำดังกล่าวข้างต้นนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภวรรณ. (2554) ที่กล่าวว่า ผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน สามารถบริหารองค์กรให้มีการปรับตัวสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เนื่องจากผู้นำคือ บุคคลที่มีองค์ความรู้ทั้งจากการศึกษาและจากประสบการณ์การทำงาน (Dean Elmuti, et al., 2005) ทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน กำไร และการเจริญเติบโต และนวัตกรรมที่มีคุณค่า เกิดจากความพึงพอใจของลูกค้าและความพึงพอใจของบุคลากร เป็นการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ปัจจัยที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จดังกล่าวได้ ผู้นำจะต้องดำเนินการกำหนดทิศทางขององค์กร สร้างทีมงานที่มีคุณภาพ มีประสานความร่วมมือต่างๆ บริหารจัดการและพัฒนาที่ดีด้วยการวางแผนงาน นอกจากนี้ พฤติกรรมของผู้นำองค์กรจะเป็นเครื่องมือในการสร้างตราสินค้าของธนาคารผ่านข้อผูกพันกับทีมงาน และออกในด้านการให้บริการของธนาคาร (Elaine Wallace, et al., 2013)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 กลยุทธ์

การเป็นผู้นำองค์กรจะต้องเป็นบุคคลที่มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน โดยองค์ประกอบของวิสัยทัศน์ที่มีความสัมพันธ์กับผู้นำ มี 4 ประการ คือ (เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์. 2546)

1) วิสัยทัศน์ทางองค์การ (Organizational Vision) เป็นวิสัยทัศน์ซึ่งเกี่ยวกับภาพที่กว้างและสมบูรณ์ของระบบในองค์การปัจจุบันในภาพรวม มิได้มองเฉพาะองค์การเท่านั้น แต่มองสิ่งแวดล้อมขององค์การด้วย

2) วิสัยทัศน์ทางอนาคต (Future Vision) เป็นการสร้างภาพของระบบองค์การภายในสิ่งแวดล้อม ณ จุดๆหนึ่ง หรือเวลาใดเวลาหนึ่งในอนาคต นั่นคือ วิสัยทัศน์ทางอนาคตเป็นการสร้างภาพว่า องค์การในอนาคตควรจะเป็นเช่นไร

3) วิสัยทัศน์ทางบุคคล (Personal Vision) เป็นวิสัยทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนา การกำหนดตำแหน่งของบุคคลและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นการเชื่อมโยงระหว่างผู้นำกับองค์การ เป็นความสามารถของผู้นำที่จะระบุซึ่งเคลื่อนย้าย ประสานทักษะและทรัพยากร

4) วิสัยทัศน์ทางกลยุทธ์ (Strategic Vision) เป็นวิสัยทัศน์ที่อยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจในกระบวนการเปลี่ยนแปลง เป็นการเปลี่ยนวิสัยทัศน์ให้ไปสู่การปฏิบัติ นั่นคือ วิสัยทัศน์ทางกลยุทธ์ เป็นการเชื่อมโยงสิ่งที่เป็นจริงในปัจจุบัน (Organization Vision) กับ ความเป็นไปได้ในอนาคต (Future Vision) ในวิธิต่างที่เฉพาะเจาะจง (Personal Vision) ซึ่งเหมาะสมกับองค์การและผู้นำ จึงเห็นได้ว่า วิสัยทัศน์ทางยุทธศาสตร์ ก็คือ การบริหารการเปลี่ยนแปลง

ดังนั้น การที่ผู้นำองค์กรมีวิสัยทัศน์จะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร (นภวรรณ. 2554; E. Frank Harrison. 1995) เนื่องจากกลยุทธ์จะเป็นการสร้าง โอกาสในการเพิ่มรายได้และการเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กรให้มากขึ้น โดยจะต้องทำให้ลูกค้าได้รับคุณค่าที่มากขึ้น และอย่างเท่าเทียมกัน (Andreas Persson. 2012) และกลยุทธ์ยังมีความสัมพันธ์กับ โอกาสทางธุรกิจอีกด้วย (Abdalla Hagen et al. 2003) เพราะกลยุทธ์ที่แตกต่างจะส่งผลต่อองค์กรที่แตกต่างเช่นกัน และยังส่งผลต่อการกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจขององค์กร (Stavros P.Kalafatis et al.. 2000) แต่การที่จะกำหนดกลยุทธ์ได้ จำเป็นจะต้องรู้พฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายด้วยการจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า (Mohammad Ali Farajian and Shahriar Mohammadi. 2010) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Luiz Moutinho te.al. (1997) ที่กล่าวว่า ธุรกิจจะต้องมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านการตลาด ที่เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การปรับใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดส่วนแบ่งการตลาดที่ชัดเจน เพราะมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากปัจจุบันระบบการค้าได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น การเกิดขึ้นของเขตพื้นที่ยุโรป (Europe Zone) ซึ่งกลายเป็นตลาดเดี่ยว ระบบการค้าปัจจุบันจะมุ่งเน้นเรื่องการค้าเสรี รวมทั้งความเป็นเสรีเรื่องการลงทุนด้วย จะส่งผลต่อกลยุทธ์ด้านการตลาด (Mike Wright and Christine Ennew.1990) ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ขององค์กรไว้เป็นการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉพะเจาะจง (Sarich Chotipanich and Veerason Lertariyanun. 2011; Tammy M.Roger. 2011) ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มที่ธนาคารได้มีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละประเภท (Thabet A. Edris and Mohammad A.Almahmeed. 1997) มีการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคขององค์กรตนเองไว้แล้ว ทั้งนี้เพื่อเป็นการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของธนาคารของตนเอง (Mosad Zineldin. 1996) และเพื่อเป็นการเพิ่มพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการในระยะยาว (Luiz Moutinho te.al.1997)

2.3.3 แผนงาน

ได้มีผู้ให้คำนิยาม การวางแผนงานไว้ในหลายรูปแบบ เช่น

อนันต์ เกตุวงศ์ (2534) ได้ให้ความหมายของการวางแผนงานว่า การวางแผน หมายถึง การตัดสินใจล่วงหน้าในการเลือกทางเลือกเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์หรือวิธีการกระทำโดยทั่วไปจะเป็นการตอบคำตอบไปนี้ ทำอะไร (What) ทำไมจึงต้องทำ (Why) ใครบ้างที่เป็นผู้กระทำ (Who) กระทำเมื่อใด (When) จะกระทำที่ไหน (Where) และจะกระทำกันอย่างไร (How)

ธงชัย สันติวงษ์ (2536) ได้ให้ความหมายของการวางแผนไว้ว่า การวางแผนงาน คือ การตัดสินใจแบ่งสรรทรัพยากรในปัจจุบัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆในอนาคต ขั้นตอนหรือกระบวนการวางแผนนี้ มักจะมีการยึดถือ หรือปฏิบัติเป็นส่วนมากในองค์กรขนาดใหญ่ทั้งหลาย แต่อย่างไรก็ตามส่วนมากแล้วมักจะ ไม่รู้ถึงคุณค่า ข้อดีของการวางแผนที่จะเป็นประโยชน์อย่างมากมาย ทั้งนี้ โดยไม่จำกัดว่า เป็นองค์กรขนาดใหญ่ ขนาดเล็ก และแม้แต่การนำเอาการวางแผนมาปรับใช้กับชีวิตประจำวันของแต่ละคนด้วย

สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (2541) ได้ให้ความหมายของการวางแผนว่า การวางแผน คือ การคิดพิจารณาและตัดสินใจ กำหนดแนวทางหรือวิธีทางการที่จะดำเนินการสิ่งหนึ่งสิ่งใดไว้ล่วงหน้าอย่างรอบคอบ มีเหตุผล เพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ได้มีนักวิชาการแบ่งประเภทของแผนงาน ไว้ ดังนี้

ดิลก บุญเรืองรอด (2535) ได้แบ่งประเภทของแผนงานออกเป็น 5 ประเภท คือ

- 1) แผนแบ่งตามเวลา โดยปกติจะแบ่งแผนออกเป็น 3 ประเภท คือ
 - 1.1) แผนระยะยาว (Long term plan) จะใช้เวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป
 - 1.2) แผนระยะกลาง (Medium term plan) จะใช้เวลา 3-5 ปี
 - 1.3) แผนระยะสั้น (Short term plan) จะใช้เวลา 1-2 ปี
- 2) แผนแบ่งตามระดับการบริหาร และลักษณะงาน โดยแบ่งเป็น 2 ระดับ ดังนี้
 - 2.1) แผนระดับสูง เรียกทั่วไปว่า การวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan)
 - 2.2) แผนระดับปฏิบัติการ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.2.1) แผนงานประจำ (Standing plan)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2) แผนงานชั่วคราว (Single use plan)

3) แผนแบ่งตามขนาด มักมีการแบ่งตามขนาดของสิ่งของที่จะทำ จึงมีการแบ่งเป็น 3 ขนาด คือ

- 3.1) แผนขนาดเล็ก เป็นแผนที่มีรายละเอียดเพียง 1 โครงการ
- 3.2) แผนขนาดกลาง เป็นแผนที่มีรายละเอียดตั้งแต่ 1 กลุ่มโครงการ
- 3.3) แผนขนาดใหญ่ เป็นแผนที่มีรายละเอียดตั้งแต่ 2 แผนงานขึ้นไป

4) แผนแบ่งตามเป้าหมายขององค์กร โดยจำแนกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป้าหมายเชิงปริมาณ และส่วนที่เป้าหมายเชิงคุณภาพ

5) แผนแบ่งตามมิติของงาน จำแนกเป็น 2 มิติ คือ

- 5.1) มิติงานตามประเภท หรือ องค์กร
- 5.2) มิติงานตามพื้นที่

ทองอินทร์ วงศ์โสธร และชิติรัตน์ วิศาลเวทย์ (2537) ได้จำแนกแผนที่ใช้ระยะเวลาเป็น 3 ประเภท คือ

- 1) แผนระยะยาว เป็นแผนที่กำหนดระยะเวลา 10 ปี หรือ 15 ปี
- 2) แผนระยะกลาง เป็นแผนที่กำหนดระยะเวลา 1-3 ปี เป็นแผนที่กำหนดแนวทางสำหรับผู้บริหารระดับกลาง (Middle Managers) ในการนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติ
- 3) แผนระยะสั้นบางครั้ง เรียกว่า แผนปฏิบัติการ (Action Plan หรือ Operation Plan) แผนปฏิบัติการ คือ แผนที่กำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติ 1 ปี

สุรัฐ ศิลปอนันต์. (2538) ได้กล่าวถึง ประเภทของแผน โดยแบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

1) แผนพัฒนาระยะยาว (10-20 ปี) มีการกำหนดเค้าโครงกว้างๆ ว่า ประเทศจะมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาอย่างไร

2) แผนพัฒนาระยะกลาง (4-6 ปี) แบ่งช่วงของการพัฒนาออกเป็น 4 ปี หรือ 5 ปี หรือ 6 ปี โดยคาดคะเนว่า ในช่วง 4-6 ปี จะมีโครงการพัฒนาอย่างไร

3) แผนพัฒนาประจำปี (1 ปี) เป็นแผนจัดขึ้นเพื่อกำหนดรายละเอียดในการปฏิบัติประจำปี เรียกว่า แผนขอเงิน

4) แผนปฏิบัติการประจำปี (1 ปี) เป็นแผนที่ต้องปฏิบัติตามที่ได้ของงบประมาณ เรียกว่า แผนใช้เงิน

5) แผนงาน งาน โครงการ เป็นส่วนประกอบต่างๆ ที่ต้องจัดทำในทั้ง 41 แผน เพื่อให้สะดวกในการปฏิบัติงาน

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2538) ได้แบ่งแผนโดยจำแนกตามการใช้ ระยะเวลา ระดับองค์กร และลักษณะเฉพาะ ดังนี้

1) จำแนกโดย การใช้ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.1 Standing Plan เป็นแผนที่ใช้ในการปฏิบัติงานประจำตลอดเวลา
- 1.2 Single-Use Plan เป็นแผนที่นำไปใช้ครั้งเดียว ไม่น่ากลับมาใช้อีก
- 2) จำแนกโดย เวลา แบ่งได้ 3 ประเภท คือ
 - 2.1 Short-Term Plan เป็นแผนระยะสั้น ใช้ระยะเวลาในการปฏิบัติไม่เกิน 1 ปี
 - 2.2 Intermediate Plan เป็นแผนระยะกลางใช้ในระยะเวลาในการปฏิบัติตั้งแต่ 1-3 ปี
 - 2.3 Long-Term Plan เป็นแผนระยะยาว ใช้เวลาในการปฏิบัติ ตั้งแต่ 3-5 ปี ขึ้นไป
- 3) จำแนกโดยระดับองค์กร แบ่งได้ 2 ประเภท คือ
 - 3.1 Strategic Plan เป็นแผนเชิงกลยุทธ์ที่ผู้บริหารเป็นผู้กำหนดขึ้น เพื่อทิศทางในการทำงาน
 - 3.2 Operational Plan เป็นแผนปฏิบัติการที่สร้างขึ้น เพื่อรองรับแผนเชิงกลยุทธ์ โดยจะมีแผนงานและโครงการต่างๆ
- 4) จำแนกโดยลักษณะเฉพาะ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ
 - 4.1 Specific Plan เป็นแผนที่กำหนดความต้องการ หรือ วัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานที่เฉพาะเจาะจงมาก
 - 4.2 Directional Plan เป็นแผนที่กำหนดเพียงทิศทางความต้องการในการปฏิบัติงานไว้อย่างกว้างๆ

คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2541) ได้กล่าวว่า ยุคปัจจุบันได้ชื่อว่า เป็นยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) หรือยุคของข้อมูลข่าวสาร หรือ ยุค Social Media ทำให้ความรู้ด้านข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อมนุษย์ต่อองค์กรอย่างมาก ทำให้การรับรู้ข่าวสารข้อมูลต่างๆเป็นไปได้อย่างรวดเร็วเสมือนไร้พรมแดน ดังนั้น ข้อมูลข่าวสารจะส่งผลต่อการดำเนินภารกิจไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังส่งผลได้ทั้งด้านบวกและด้านลบต่อองค์กรด้วย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า แผนงานมีหลายประเภท มีหลายระยะเวลาที่จะนำไปใช้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้นำ โดยผู้นำองค์กรจะต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดจากในขณะปฏิบัติหน้าที่ และสามารถคาดคะเนปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้า จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้นำและองค์กรจะต้องมีแผนงาน มีการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจไว้ล่วงหน้า เพราะมีเช่นนั้นแล้วหากการดำเนินธุรกิจจะต้องประสบภาวะวิกฤตและหากไม่สามารถแก้ไขปัญหาวิกฤตได้สำเร็จนั้นเป็นผลที่เกิดจากการไม่มีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้าเป็นอย่างดี Grant and Powell (2000), Seitel (2007) อ้างถึงใน อภิสิตธิ์ (2552) เพราะการสร้างจุดแข็งให้กับองค์กรได้ด้วยการวางแผนงาน (Kouzes and Posner, 1995 อ้างอิงใน Hui-Wen Vivian Tang et al. 2010) และการวางแผนงานที่ดีจะต้องมีการวางแผนทั้งระยะสั้น ระยะปานกลาง และ ระยะยาว (David Brock, 2000) และจะต้องมีการปรับเปลี่ยนได้ โดยควรปรับเปลี่ยนแผนงานทุก 2-3 ปี เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Reuben Sokol (1992) เนื่องจากการวางแผน คือ เครื่องมือในการกำกับทิศทางขององค์กร เช่นเดียวกับวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ระยะยาว วัตถุประสงค์ระยะสั้น และ แผนการดำเนินงาน โดยมีผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนด และ คาดหวังผลการดำเนินงาน

มาตรวัดด้านแผนงานสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) องค์กรมีการวางแผนล่วงหน้า 2) แผนงานขององค์กรมีทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว 3) แผนงานของท่านมีการปรับเปลี่ยนทุก 3 ปี 4) องค์กรมีการสำรวจข้อมูลก่อนดำเนินการจัดทำแผนงาน

2.3.4 ทีมงาน

การเป็นผู้นำเชิงปฏิรูปนั้น จะต้องเป็นผู้ที่สามารถค้นหาโอกาส ชอบการค้นคว้าทดลองในการสร้างกระบวนการใหม่ขององค์กร โดยจะต้องมีการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการร่วมสร้างวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อเป้าหมายร่วมกันทั้งองค์กร รวมทั้งการร่วมกันสร้างพลัง และกระตุ้นความร่วมมือของทีมงาน โดยให้ทีมงานให้มีปฏิริยาได้กลับในเชิงบวก ทั้งนี้เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน (Kouzes and Posner 1995 อ้างอิงใน Hui-Wen Vivian Tang et al. 2010) เพราะเมื่อบุคลากรเป็นทีมงานที่ดี จะทำให้ทุกคนมุ่งหมายความสำเร็จส่วนร่วมขององค์กร (Yukl 1989: 3-4) และยิ่งในการองค์กรระหว่างประเทศที่มีบุคลากรมาจากหลายแหล่ง หลายสถานที่ จึงเป็นความจำเป็นของผู้ที่เป็นผู้นำองค์กรจะต้องมีทักษะในการจูงใจและมีศักยภาพในการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ เพราะในองค์กรระหว่างประเทศจะมีวัฒนธรรมที่หลากหลาย หลายสถานที่ (Hui-Wen Vivian Tang et al., 2010) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภวรรณ (2554) ซึ่งดำเนินการวิจัยเรื่อง บทบาทผู้นำองค์กรที่มีพนักงานวิชาชีพว่า ผู้นำจะต้องรักษาสมดุลระหว่างระบบกับคนให้เหมาะสม โดยผู้นำจะต้องสนับสนุนส่งเสริมให้ 1) บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและหน้าที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการทำงานเป็นทีม เพื่อให้องค์ความรู้จากหลายสาขาวิชา 2) ให้ความไว้วางใจและความเชื่อถือในตัวบุคลากร โดยการกระจายอำนาจ และให้อิสระในการทำงานที่มอบหมาย ซึ่งทีมงานสามารถจัดระบบงานและโครงสร้างให้มีความคล่องตัว ถัดมา ปานสำลี (2541) 3) ให้รางวัลแก่บุคลากร โดยการสร้างสรรค์ระบบการให้รางวัลอย่างยุติธรรมและเหมาะสมกับลักษณะของการปฏิบัติงานที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ 4) ผู้นำจะต้องกระตุ้นให้บุคลากรที่มีการตอบสนองความรับผิดชอบรักในงาน มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่ของตน ได้มีโอกาสในการเสนอความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่ตนเองเชี่ยวชาญ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดและการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างทีมงาน กับผู้นำ และงานวิจัยของ Luiz Moutinho te.al. (1997) ได้ค้นพบว่า องค์กรจะต้องมีการพัฒนาทักษะด้านการตลาดและทักษะด้านการขายให้กับผู้บริหารขององค์กรด้วย เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการของประเทศ ของมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสถาบันการเงินว่า สถาบันการเงินจะต้องสร้างแรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการเงินที่ทันสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากตลาดการเงินมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอย่างต่อเนื่อง ทำให้สถาบันการเงินต้องมีบุคลากรที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของเครื่องมือและผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆที่สามารถสร้างรายได้ มาตรการด้านที่ทีมงานสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) การกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคลากร 2) การกระจายอำนาจและให้อิสระในการทำงาน 3) การกระตุ้นให้ทีมงานมีความคิดสร้างสรรค์ด้วยการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ 4) การให้ความรู้แก่บุคลากรขององค์กร 5) การให้รางวัลเพื่อเป็นแรงจูงใจแก่บุคลากร

2.3.5 ทำเลที่ตั้ง

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ทำเลที่ตั้ง” ในหลายรูปแบบ ดังนี้

ทำเลที่ตั้ง หมายถึง การพิจารณา การคัดเลือกสถานที่สำหรับการประกอบการ ซึ่งจะต้องเหมาะสมกับสภาพธุรกิจแต่ละประเภท โดยมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่ ความหนาแน่นของประชากร อำนาจการซื้อ การแข่งขันของกิจการ อุปสรรคอำนวยความสะดวก เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเสียค่าใช้จ่ายต่ำสุด (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา วิทยาลัยการอาชีพเทิง. 2555)

ทำเลที่ตั้ง หมายถึง สถานที่สำหรับประกอบกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร โดยที่ตรงจะมีผลต่อการผลิต การดำเนินการ ซึ่งการเลือกที่ตั้งเป็นกระบวนการในการศึกษา วิเคราะห์ ข้อมูล เพื่อกำหนดสถานที่ที่ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้สะดวก และมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยพิจารณาจาก ต้นทุน รายได้ ความสัมพันธ์ที่มีต่อบุคลากร ลูกค้า ตลาด และวัตถุดิบ ตลอดจนสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. 2012)

ทำเลที่ตั้ง หมายถึง ตำแหน่งที่ตั้งของหน่วยผลิตหนึ่งๆซึ่งใช้เป็นแหล่งผลิตหรือขายสินค้าหรือบริการต่างๆ การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของหน่วยผลิตต่างๆ จะมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจเป็นสำคัญ ธุรกิจการจำหน่ายอาจต้อง การทำเลที่การคมนาคมขนส่งสะดวกและมีลูกค้าน่าแน่น แต่ก็ไม่เสมอไป หากที่ตั้งนั้นต้องจ่ายค่าเช่าสูงเขาอาจจะเลือกที่อื่นที่ถูกกว่า ธุรกิจธนาคารมักจะตั้งอยู่ในแหล่งที่เป็นย่านธุรกิจสำคัญ ๆ โรงแรมอาจเลือกทำเลที่ตั้งที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวและแวดล้อมด้วยธรรมชาติที่ดึงดูดผู้เข้าพัก แต่สำหรับอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าขึ้นกลางบางประเภท เช่น โรงงานถลุงเหล็ก โรงงานปูนซีเมนต์ โรงงานอาหารสัตว์ อาจเลือกทำเลที่อยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบหลัก นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของกฎหมายหรือประเพณีของแต่ละประเภทด้วย ผู้ที่บุกเบิกทฤษฎีหรือสร้างแบบจำลองเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งเป็นคนแรก ๆ คือ โจฮัน ฟอน ทูเน นักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมัน (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2012)

นอกจากนี้จากงานวิจัยหลายฉบับได้กล่าวถึงการเลือกทำเลที่ตั้ง ดังนี้ ในการเลือกทำเลที่ตั้งขององค์กรนั้น จะปัจจัยที่นำประกอบการพิจารณา ได้แก่ ต้นทุนขององค์กร นโยบายขององค์กร สภาพการแข่งขัน ปริมาณของลูกค้าน่าหมาย เนื่องจากทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อรายได้ขององค์กร ชินบุตร สุรินทรามนต์ (2012) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stavros P.Kalafatis et al.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2000) ซึ่งศึกษาเรื่อง positioning strategies in business markets ได้ค้นพบว่า ขอบเขตของการนำเสนอสินค้า ซึ่งได้แก่ ท่าเลที่ตั้งขององค์กร มีส่วนสำคัญต่อการกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจขององค์กร เพราะลูกค้าจะเปิดบัญชีกับธนาคารที่มีสาขาตั้งใกล้บ้าน หรือ ใกล้ที่ทำงาน หรือ ใกล้สถานที่จับจ่ายใช้สอย (ซ้อปปี้ง) ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการของธนาคาร โดยไม่ต้องเดินทางไกล ซึ่งเป็นผลงานการค้นคว้าวิจัยของ Patrycja U. Grzelonska (2006) ศึกษาวิจัยเรื่อง Bank Branching and Branch Network นอกจากนี้ Thompson, Kathryn Ann (1991) ได้กล่าวว่า ในการเลือกทำเลที่ตั้งของสาขานาการนั้นเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันนั้นขึ้นอยู่กับ ความสอดคล้องกับการขายเชิงรุก โดยรูปแบบสาขาที่จะต้องมีเครื่องมือในการสนับสนุนการทำงานของธนาคาร และธนาคารจะต้องมีการพัฒนาการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการขายที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า การมีอุปกรณ์เครื่องมือ เทคโนโลยี

ดังนั้น ตัวแปรด้านทำเลที่ตั้ง จะมีองค์ประกอบ ได้แก่ รูปแบบสาขา การรับรู้ของลูกค้า จำนวนประชากร

2.3.6 รูปแบบสาขา

จากการกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับสาขาของธนาคารที่ดำเนินการในปัจจุบัน ได้มีการกำหนดรูปแบบสาขานาการพาณิชย์ ดังนี้ (ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยที่ สนส. 63/2551 เรื่อง หลักเกณฑ์การประกอบกิจการสาขานาการพาณิชย์) (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2556)

1) สาขาทั่วไป หมายความว่า สาขานาการพาณิชย์ที่ให้บริการทางการเงินได้ทุกประเภทที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งประกอบ โดยธนาคารพาณิชย์สามารถกำหนดให้สาขาทั่วไปนั้นๆ ให้บริการทุกประเภท (Full function) หรือ บางประเภท (Partial function) ก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องให้บริการทางการเงินขั้นพื้นฐาน 4 ประเภท ได้แก่ การรับฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน และการเปิด-ปิดบัญชีเงินฝาก โดยธนาคารพาณิชย์ต้องจัดให้มีช่องทางบริการแจ้งให้ลูกค้าและประชาชนทราบถึงประเภทของธุรกรรมที่สาขาทั่วไปแต่ละแห่งให้บริการอย่างชัดเจน

2) สาขาอิเล็กทรอนิกส์ หมายความว่า

2.1) สาขาที่ให้บริการทางการเงินด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ โดยให้ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเอง (Self-service Banking) ผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ธนาคารพาณิชย์จัดไว้ หรือ อาจมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือลูกค้าในการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เท่านั้น โดยสาขาอิเล็กทรอนิกส์จะให้บริการได้เฉพาะบริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้าหรือบริการด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (Tele Banking) บริการธนาคารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) หรือ บริการอื่นๆตามที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2) เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการให้บริการทางการเงินที่ตั้งอยู่นอกสำนักงานหรือนอกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ ทั้งในลักษณะเครื่องเดียว หรือ หลายเครื่องรวมกัน เช่น เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากถอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine : ATM) กล่องรับฝากเงินสดและเช็ค (Drop Box) เครื่องบันทึกรายการสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ (Passbook Update Machine) และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์อื่นตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

2.3) สำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน หมายความว่า สำนักงานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยชำระเงินต่างประเทศ และธุรกิจอื่นที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาต ได้แก่ การให้บริการรับชำระหนี้ การให้บริการรับฝากเงินเพิ่มเติมในบัญชีเงินฝากที่ได้เปิดไว้แล้ว การให้บริการปรับรายการสมุดเงินฝากด้วยเครื่องอัตโนมัติ การให้บริการรับส่งเอกสารและข้อมูลระหว่างลูกค้า และส่วนงานต่างๆของธนาคารพาณิชย์ การให้บริการโอนเงินระหว่างประเทศ ทั้งที่ผ่านเครือข่ายของธนาคารพาณิชย์ หรือ เครือข่ายอื่นๆ และการโอนเงินภายในประเทศ โดยผู้โอนเงินและผู้รับเงินไม่จำเป็นต้องมีบัญชีกับธนาคารพาณิชย์ การจำหน่ายและให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ธนาคารพาณิชย์นั้นเป็นผู้ออก เป็นต้น

จากรูปแบบของสาขาดังกล่าว ได้ส่งผลต่อเงื่อนไขในการขอเปิดสาขาธนาคารด้วย โดยธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดเงื่อนไขการขอเปิดสาขาแต่ละประเภท ไว้ดังนี้

กรณีขอเปิดสาขาทั่วไป

1) ธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามเกณฑ์ (Qualified Bank) สามารถจัดตั้งสาขาทั่วไปได้โดยไม่จำกัดจำนวนในแต่ละปี ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank) (รายละเอียดในภาคผนวก) โดยถือว่าได้รับอนุญาตเป็นการทั่วไปจากธนาคาร

2) ธนาคารพาณิชย์ที่ไม่ประสงค์จะเข้ารับการประเมินเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank) หรือธนาคารพาณิชย์ที่ไม่ผ่านการพิจารณาดังกล่าว สามารถยื่นคำขออนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไปเป็นรายสาขาได้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการอนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไป โดยธนาคารแห่งประเทศไทยจะพิจารณาอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสาขาทั่วไปตามเหตุผลและความจำเป็นในแต่ละกรณี

ทั้งนี้การจัดตั้งสาขาทั่วไปตามข้อ 1 และ 2 ไม่ครอบคลุมถึงการขออนุญาตจัดตั้งสาขาหรือสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ ซึ่งธนาคารพาณิชย์ต้องขออนุญาตต่อธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นรายกรณี

กรณีขอเปิดสาขาอิเล็กทรอนิกส์

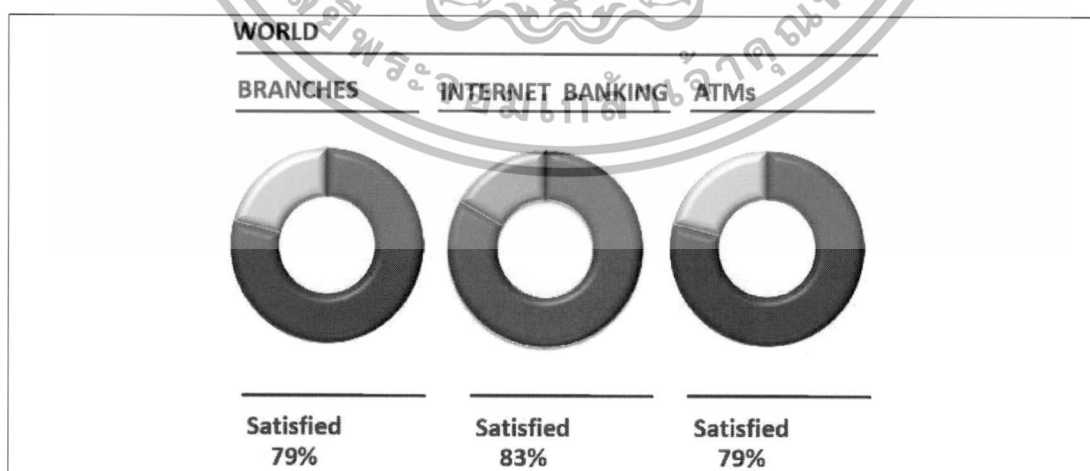
ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสาขาอิเล็กทรอนิกส์นอกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์การจัดตั้งและขอบเขตการให้บริการของสาขาอิเล็กทรอนิกส์ (รายละเอียดตามภาคผนวก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีการขอเปิดสำนักงานแลกเปลี่ยน

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินนอกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ตามหลักเกณฑ์การจัดตั้งและขอบเขตการให้บริการของสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน

จะเห็นได้ว่า ลักษณะของสาขา และธุรกรรมการให้บริการแตกต่างกัน ตลอดจนถึงเงื่อนไขในการขอเปิดสาขาที่แตกต่างกัน จึงส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคาร และจากงานวิจัยของ Thompson (1991) เรื่อง Branch design for the 1990's: Retail style facilities that support the sales culture. ได้ข้อค้นพบว่า รูปแบบสาขาที่มีลักษณะสาขาย่อยกลายเป็นปัจจัยในการเพิ่มยอดขายให้กับองค์กร เพราะเป็นรูปแบบของการทำการตลาดเชิงรุก เนื่องจากบางสถานที่ไม่สามารถดำเนินการในรูปแบบสาขาทั่วไปแบบเต็มรูปแบบได้ จำเป็นต้องดำเนินการแบบสาขาย่อย กับนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น และงานวิจัยของ Ernst and Young Group. เรื่อง Global Consumer Banking Survey 2011 โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ชาวยุโรป จำนวน 10,021 ราย ชาวลาติน อเมริกา จำนวน 4,018 ราย ชาวสหรัฐอเมริกา จำนวน 2,001 ราย ชาวญี่ปุ่น จำนวน 1,008 ราย ชาวแคนาดา จำนวน 1,003 ราย ชาวจีน จำนวน 1,000 ราย ชาวอินเดีย จำนวน 1,000 ราย และ ชาวแอฟริกาใต้ จำนวน 503 ราย รวมเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20,556 ราย พบว่า ลูกค้าของธนาคารมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านช่องทางต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้ ลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจการใช้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในอัตราร้อยละ 83 ลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจการใช้บริการผ่านสาขาธนาคาร และลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจการใช้บริการผ่าน ATM ในอัตราร้อยละ 79 และลูกค้าธนาคารไม่เคยใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ ถึงอัตราร้อยละ 42 ปรากฏดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารที่มีต่อบริการของธนาคาร

ที่มา : Ernst and Young Group (2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นมาตรวัดด้านรูปแบบสาขาสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) นโยบายของธนาคาร 2) ปริมาณสาขาทั่วไปของธนาคาร 3) ปริมาณสาขาอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร 4) เงื่อนไขและข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทย 5) จำนวนบุคลากรที่พร้อมปฏิบัติงานในสาขาที่ขอเปิด (จිරเกียรติ อภินุณโยภาส. 2548)

2.3.7 การรับรู้ของลูกค้า

การรับรู้ของลูกค้า เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจสินค้าเลือกของลูกค้า ซึ่งธุรกิจจะต้องทำการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า หรือที่เรียกว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค ก่อนที่จะทำการสื่อสารข้อมูลให้แก่ลูกค้าได้รับทราบ ดังนั้น ทำให้มีนักวิชาการหลายท่านได้สร้างทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าหรือ พฤติกรรมของผู้บริโภคในหลายมุมมอง หลายองค์ประกอบ เช่น

2.3.7.1 แบบจำลองพื้นฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

เป็นการให้เห็นเฉพาะในส่วนของการซื้อ และปัจจัยภายในด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอน แต่ยังไม่ได้อธิบายถึงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ รวมทั้งยังไม่ได้อธิบายถึงอิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แต่ถ้าพิจารณาในด้านการอธิบายถึงขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภค ก็นับว่าสามารถอธิบายได้สอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริง และสามารถประยุกต์ใช้กับการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการประเภทต่างๆ ได้ดี เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ดังตารางที่ 2.4 (ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร. 2553)

ตารางที่ 2.4 แบบจำลองพื้นฐานกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ขั้นตอน	ลักษณะพฤติกรรมโดยย่อ	กระบวนการภายในด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง
การตระหนักรู้ปัญหา	ผู้บริโภครับรู้ความจำเป็นและถูกกระตุ้นให้แก้ปัญหา	แรงจูงใจ (Motivation)
การแสวงหาข้อมูล	ผู้บริโภคหาข้อมูลเพื่อการพิจารณาตัดสินใจ	การรับรู้ (Perception)
การประเมินทางเลือก	เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	ทัศนคติ (Attitude Formulation)
การตัดสินใจ	ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์/ตราสินค้า	การบูรณาการ(ประมวล)ข้อมูล (Integration)
การประเมินผลหลังการซื้อ	ประเมินการตัดสินใจ/การใช้ผลิตภัณฑ์	การเรียนรู้ (Learning)

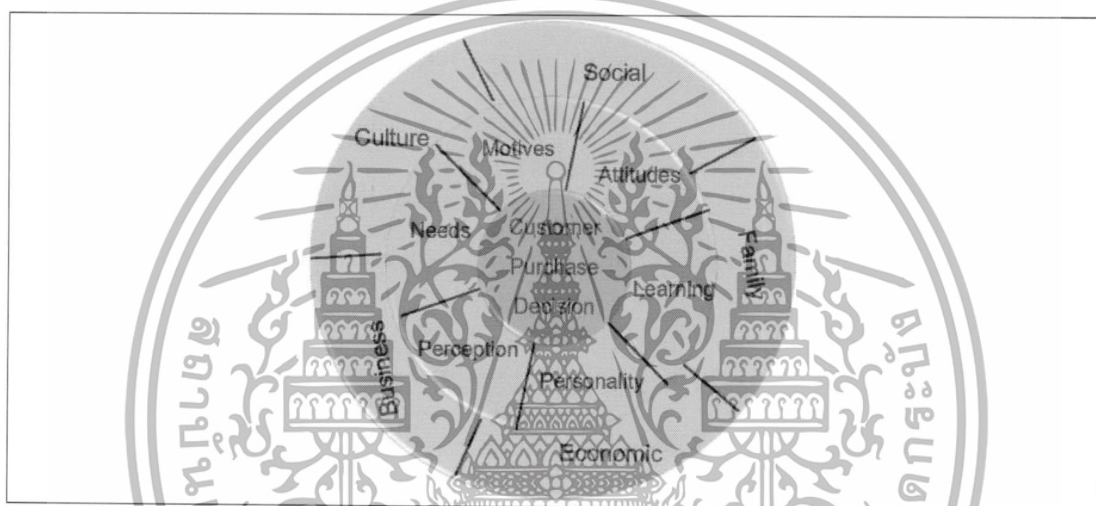
ที่มา : ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร (2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่หากพิจารณาถึงปัจจัยที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้มีนักวิชาการหลายท่านที่สร้างแบบจำลองขึ้น เช่น

2.3.7.2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลหลายด้าน

เป็นแบบจำลองที่ทั้งปัจจัยภายในองค์กร กับ ปัจจัยภายนอกองค์กร โดยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น ความจำเป็น แรงจูงใจ ทศนคติ การเรียนรู้ การรับรู้ และบุคลิกภาพของผู้บริโภค ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ สังคม วัฒนธรรม ครอบครัว สภาพเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านธุรกิจ ดังภาพที่ 2.4 (ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร.2553)



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคดั้งเดิม (An early model of consumer behavior)

ที่มา : An Early Model of Consumer Behavior, 2007 อ้างอิงใน ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร (2553)

จากแบบจำลองทั้งสองดังกล่าวข้างต้นนี้ ยังมีแบบจำลองกรซื้อของฟิลลิป คีออตเตอร์ (Model of Consumer Behavior) จะเป็นแบบจำลองที่ได้รับการยอมรับจากนักการตลาดอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เนื่องจากเป็นรูปแบบจำลองที่ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ และ ผลของการตัดสินใจ ออกมาเป็นพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ ดังภาพที่ 2.5 (Kotler 2000 อ้างอิงใน ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร 2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งกระตุ้น ทางการ ตลาด	สิ่งกระตุ้น ด้านอื่น	บุคลิก ลักษณะของ ผู้บริโภค	กระบวนการ ตัดสินใจของ ผู้บริโภค	การตัดสินใจของ ผู้บริโภค
-ผลิตภัณฑ์ -ราคา -ช่องทาง การตลาด -การส่งเสริม การตลาด	-เศรษฐกิจ -เทคโนโลยี -การเมือง -สังคมและ วัฒนธรรม	-วัฒนธรรม -สังคม -ลักษณะส่วน บุคคล -จิตวิทยา	-การรับรู้ปัญหา -การแสวงหา ข้อมูล -การประเมิน ทางเลือก -การตัดสินใจซื้อ -พฤติกรรมหลัง การซื้อ	การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้จำหน่าย เวลาที่ซื้อ ปริมาณการซื้อ

ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการซื้อ (Model of consumer behavior)

ที่มา : Philip Kotler (2000)

มีนักวิจัยหลายท่านที่ดำเนินการวิจัยและได้ผลการวิจัยที่สนับสนุนแบบจำลองดังกล่าวข้างต้น เช่น Donald J. Mullineaux and Mark K. Pyles. (2010) ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง Bank Marketing Investments And Bank Performance และได้ข้อค้นพบว่า ค่าใช้จ่ายของธนาคารด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อข้อมูลไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะส่งผลกระทบต่อเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด การเพิ่มขึ้นของผลต่อกำไรของสาขาธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร (2553) ได้ผลการวิจัยว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ ผู้บริโภคมีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม มีการรับรู้การสื่อสารด้านการตลาด เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Balsley and Hoover (2002) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงโครงสร้าง พฤติกรรมของผู้บริโภค จะเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งด้านมูลค่า กำไร ความเข้มแข็งของตลาด โดยมีองค์ประกอบ ได้แก่

- 1) ด้านภูมิศาสตร์ ได้แก่ บุคลิกภาพ วิถีชีวิต ค่านิยม เหตุผล
- 2) ด้านกายภาพเชิงจิตวิทยา
- 3) ประชากรศาสตร์

ดังนั้น มาตรการเรื่องการรับรู้ของลูกค้าสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) ระบบการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้า 2) ความถี่ในการสื่อสารข้อมูล 3) ช่องทางในการสื่อสารข้อมูล 4) องค์กรของท่านมีการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้า

2.3.8 จำนวนประชากร

จากรายได้ประชาชาติ ซึ่งมีองค์ประกอบ คือ การบริโภค การลงทุนภาคเอกชน ค่าใช้จ่ายภาครัฐ และมูลค่าการส่งออกสุทธิ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการเจริญเติบโตของประเทศ และการบริโภคของประชากร คือเป็นองค์ประกอบหนึ่ง หรือ เป็นที่มาของรายได้ประชาชาติ ซึ่งปัจจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การกำหนดการบริโภคของประชากรปัจจัยหนึ่ง คือ ความหนาแน่นของจำนวนประชากร รายได้ต่อหัวของประชากร โดยมีงานวิจัยของ Eric Yankson (2011) ศึกษาวิจัยได้ข้อค้นพบว่า ความหนาแน่นของประชากร รายได้ต่อหัวของประชากรที่สูงในแต่ละพื้นที่มีความสัมพันธ์กับการขยายสาขาธนาคาร โดยเป็นการสำรวจจากประชากรทั้งสิ้นรวม 20,556 ราย เป็นผู้มีอายุระหว่าง 46-65 ปี จำนวน ร้อยละ 57 อายุมากกว่า 65 ปี จำนวน ร้อยละ 14 และกลุ่มตัวอย่างมากกว่า ร้อยละ 91 มีการใช้บริการของธนาคารด้านการกู้เงิน และธนาคารควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการ แต่งานวิจัยของ Scott Lansing Fulford (2009) ศึกษาวิจัย เรื่อง Essays in Development Economics : Banking, Fertility, and Education in India และได้ค้นพบว่า การบริโภคในระยะสั้นของประชาชนเพิ่มมากขึ้น หลังจากมีการเพิ่มขึ้นของการให้บัตรเครดิต และจะมีการออมเพิ่มขึ้นบ้างเล็กน้อย แต่ในระยะยาวกลับมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าในระยะสั้น แต่การอธิบายการขยายสาขาธนาคารยังไม่ชัดเจนว่าเป็นผลมาจากการให้เครดิต แต่โมเดลของการขยายสาขาที่ชัดเจน คือ การลงทุนในการพัฒนาภาคการผลิต หรือ กระบวนการผลิต การลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cem Canel, Sidhartha R.Das. (2002) ที่ได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจตั้งโรงงาน คือ ขนาดหรือจำนวนของประชากรที่ยอมรับในสินค้าและบริการในประเทศที่จะจัดตั้งโรงงาน

ดังนั้น มาตรวัดด้านจำนวนประชากรสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) มูลค่าการลงทุนในการพัฒนาภาคการผลิต 2) รายได้ต่อหัวของประชากร 3) คุณลักษณะของลูกค้า

2.3.9 ต้นทุน

เป้าหมายหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ คือ การที่องค์กรมีกำไรจากการดำเนินงาน แต่กำไรจากการดำเนินงานนั้น ขึ้นอยู่กับการเลือกทำเลที่ตั้ง (Cem Canel et al., (1999)) เพราะการเลือกทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุน ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนคงที่ ประมาณ ร้อยละ 12.5 (ต้นทุนการอบรม ต้นทุนส่วนบุคคล ต้นทุนการบริหารจัดการ) ต้นทุนการลงทุน (อาคาร อุปกรณ์ และทุนหมุนเวียน) ต้นทุนการถ่ายโอน (ต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนการผลิต) และ ต้นทุนการผลิต ซึ่งเป็นต้นทุนผันแปร (ค่าแรงงาน ค่าวัตถุดิบ) ดังตารางที่ 2.5 โครงสร้างต้นทุน

ตารางที่ 2.5 โครงสร้างต้นทุน

Fixed Cost (FC)	Investment Cost (IC)	Transfer Cost (TFC)	Manufacturing Cost (VC)
Training Cost	Plant And Equipment Cost	Transportation Cost	Labor Cost
Personnel Cost Administrative Cost	Working Capital	Manufacturing Cost	Material Cost Utilities Cost

ที่มา : Cem Canel, Sidhartha R.Das. (1999)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ ต้นทุนของการดำเนินธุรกิจจะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของลูกค้า โดยปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของลูกค้า ได้แก่ รายได้ของลูกค้าและประสบการณ์ที่ผ่านมาของลูกค้า และจากงานวิจัยของ D Govender (2000) พบว่า ปัจจัยส่วนหนึ่งซึ่งได้แก่ ขนาดขององค์กร วัสดุอุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อต้นทุนขององค์กรและเป็นฐานของการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการโดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นก็จะเป็นค่าใช้จ่าย (Expenses) ดังนั้นค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่กิจการสูญเสียไปแต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า สินทรัพย์ (Assets)

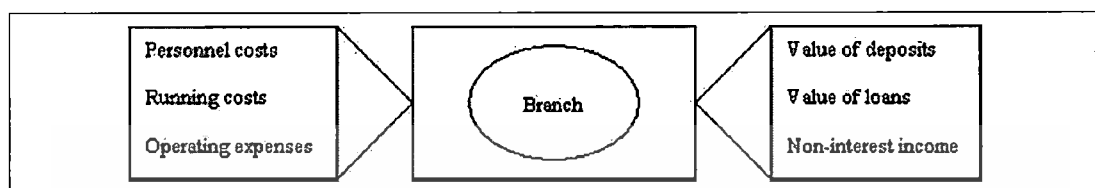
อนรรักษ์ ทองสุโขวงศ์ (2552) ได้ให้ความหมายของต้นทุนไว้ว่าต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นก็จะเป็น “ค่าใช้จ่าย” (Expenses) ดังนั้นค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้นและ สำหรับต้นทุนที่กิจการสูญเสียไปแต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า “สินทรัพย์ (Assets) เมื่อค่าใช้จ่าย (Expenses) คือ ต้นทุนที่ก่อให้เกิดรายได้ (Revenue) โดยปกติแล้วก็จะนำไปเปรียบเทียบกับรายได้ที่เกิดขึ้นในงวดเดียวกันเพื่อคำนวณหากำไรสุทธิ (Profit) หรือขาดทุนสุทธิ (Loss) ซึ่งรายได้ก็จะหมายถึง ราคาขายของสินค้าหรือบริการคูณกับปริมาณหรือระดับของกิจกรรม นอกจากนี้โดยปกติเราจะพบว่า คำว่า “ค่าใช้จ่าย” มักจะหมายถึงรายจ่ายที่สามารถให้ผลประโยชน์ทางภาษีได้ ด้วยเหตุนี้คำว่า “ค่าใช้จ่าย” จึงนิยมแสดงในรายงานทางการเงินที่เสนอบุคคลภายนอก แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติแล้วการใช้คำว่า “ต้นทุน” และ “ค่าใช้จ่าย” ก็มักจะมีการใช้ทดแทนกันอยู่เสมอ

2.3.10 ขนาดพื้นที่

จากรูปแบบสาขาที่แตกต่างกันที่ธนาคารพาณิชย์จะขออนุญาตเปิดสาขานั้น จะส่งผลต่อต้นทุนในการเปิดสาขา ซึ่งองค์ประกอบในการเลือกขนาดของสถานประกอบการจะประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น อำนาจการซื้อของลูกค้าในพื้นที่ การบริการและภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับผู้ให้บริการในพื้นที่ สภาพการแข่งขันในพื้นที่ รวมถึงการแข่งขันเชิงคุณภาพ นโยบายการดำเนินงานขององค์กร ชินบุตร สุรินทรามนต์ (2012) นอกจากนี้ Dimitris I. Giokas. (2008) ดำเนินการวิจัย เรื่อง Cost Efficiency Impact of Bank Branch Characteristic and Location: An Illustrative Application to Greek Bank Branches. โดยการสำรวจข้อมูลจาก 171 สาขาธนาคาร ได้ข้อค้นพบว่า ขนาดของสาขามีผลต่อความยั่งยืนของสาขาธนาคาร โดยสาขาขนาดใหญ่จะมีประสิทธิภาพด้านการดำเนินธุรกิจมากกว่า สาขาธนาคารขนาดเล็ก โดย Running Cost

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาคาร สถานที่ตั้งของธนาคาร รวมทั้งค่าติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ ดังภาพที่ 2.6 นอกจากนี้งานวิจัยของ Timmons, Tony (1996) ได้ข้อค้นพบว่า ธนาคารจะสามารถเติบโตได้สำหรับการเป็นธนาคารชุมชนเล็ก เพราะการเติบโตจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ โดยในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ธนาคารขนาดเล็กที่มีพนักงาน 8-10 คนยังสามารถเติบโตได้



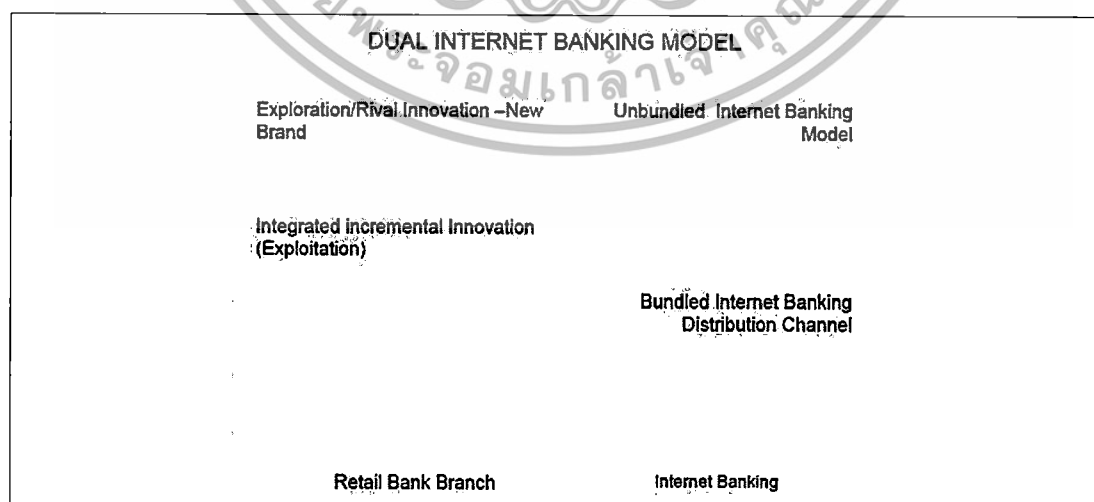
ภาพที่ 2.6 Input and Output of the DEA Model

ที่มา : Dimitris I.Giokas (2008)

ดังนั้น มาตรการวัดขนาดพื้นที่ของสาขา สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) นโยบายขององค์กร 2) เงินลงทุนของธนาคาร 3) จำนวนลูกค้าเป้าหมายในแต่ละสาขา

2.3.11 อุปกรณ์/เทคโนโลยี

จากงานวิจัยของ Tom Wamalwa (2006) เรื่อง The Impact of Internet Banking on Banks: A Descriptive and Evaluative Case Study of A Large U.S.Bank (LUSB) โดยการสำรวจธนาคารขนาดใหญ่ 6 ธนาคาร และธนาคารขนาดเล็ก 1 แห่ง ในรัฐทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกา ได้ข้อค้นพบว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการของธนาคาร จะส่งผลให้การบริหารไร้ขอบเขต ปรากฏดังภาพที่ 2.7

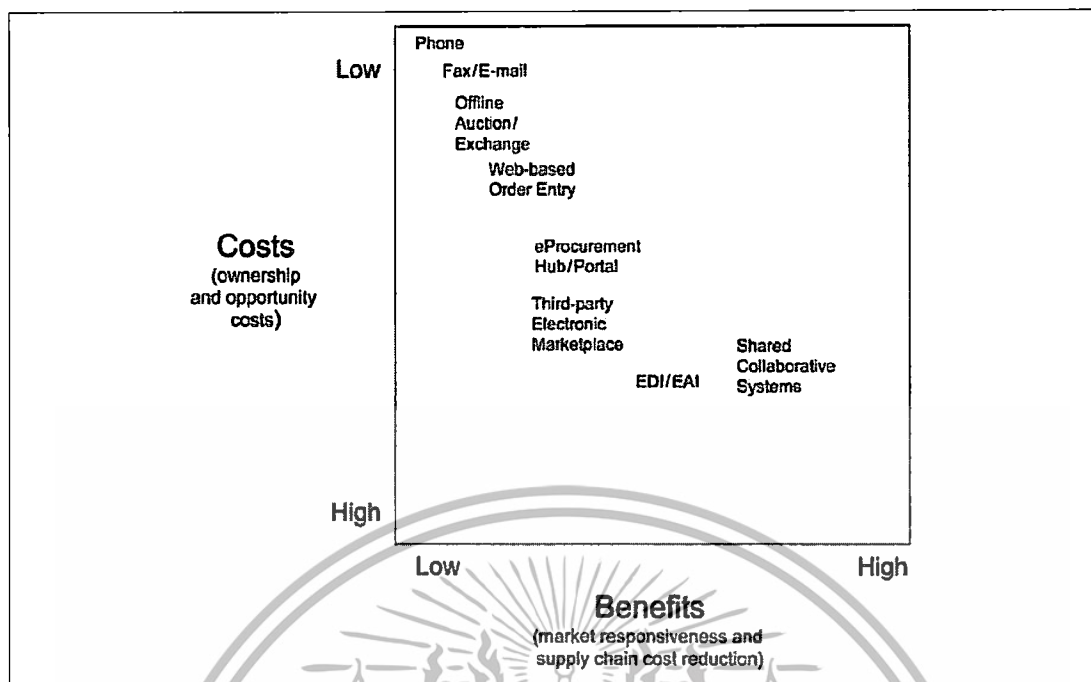


ภาพที่ 2.7 A Dual Internet Banking Model adapted from Li,F. (2001,December)

ที่มา : Tom Wamalwa (2006)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้วิธีการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตจะส่งผลต่อประสิทธิภาพทางการเงิน มูลค่าของผู้เป็นหุ้นส่วน กระบวนการภายในองค์กร ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนขององค์กร ทรัพย์สินทางปัญญา และยิ่งรวมถึงยอดเงินฝาก รายได้ที่มีโชคกเบี่ยของสาขาด้วย Stephen K. Callaway (2011) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mark G. Durkin and Barry Howcroft (2003) เรื่อง Relationship Marketing in The Banking Sector: The Impact of New Technologies ซึ่งทำการสำรวจธนาคารในประเทศอังกฤษ สวีเดน และ สหรัฐอเมริกา พบว่า การทำการตลาดด้วยช่องทางเทคโนโลยี เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และเป็นวิธีการสร้างการแข่งขันโดยใช้ต้นทุนต่ำ แต่อัตราการใช้ของลูกค้ายังมีอัตราน้อย และเช่นเดียวกับงานวิจัยของ James F. Devlin. (1995) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรประเภทหนึ่งคือ กลยุทธ์ในการกระจายสินค้า/บริการ โดยจะต้องมีวิธีการที่แตกต่างในการสื่อสาร และส่งมอบสินค้า/บริการแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน และวิธีการหนึ่งที่ได้ผลชัดเจนในการกระจายสินค้า/บริการของธุรกิจธนาคารรายย่อย คือ การนำวิธีการ Telephone Retail Banking มาใช้ และงานวิจัยของ Malek (2011) ศึกษาเรื่อง The Use of Theory Reasoned of Action to Study Information Technology in Jordan. โดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 700 ราย ซึ่งเคยใช้บริการของธนาคารทางอินเทอร์เน็ต และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Confirmatory Factor Analysis (CFA) และโปรแกรม Amos 6.0 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลูกค้าชาวจอร์แดนมีความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่จะกระทบต่อการตัดสินใจบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ความเสี่ยง (Risk) ความไว้วางใจ (Trust) และการเตือนภัย (Awareness) ของการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร นอกจากนี้หากพิจารณาเรื่องต้นทุนขององค์กร กับ ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการให้บริการทางอินเทอร์เน็ต จะพบว่า องค์กรที่มีต้นทุนสูงด้านอุปกรณ์ในการสื่อสารทางเทคโนโลยี จะส่งผลต่อการตอบสนองของตลาดสูง และ ลดต้นทุนด้านห่วงโซ่อุปทานลงได้ด้วย ดังภาพที่ 2.8 (Tim McLaren et al., 2002) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Joanthan Reynoldx, Steve Wood. (2010) พบว่า แนวโน้มการลงทุนจะมีการใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้น เพราะเทคโนโลยีจะเครื่องสะท้อน หรือ เครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้ลงทุน ผู้ใช้บริการ



ภาพที่ 2.8 Expect overall cost-benefit of supply chain collaboration systems.

ที่มา : Tim McLaren, Milena Head and Yufei Yuan (2002)

มาตรวัดด้านอุปกรณ์/เทคโนโลยี สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) นโยบายขององค์กรด้านเทคโนโลยี 2) เงินลงทุนสำหรับเทคโนโลยีขององค์กร 3) การให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีแก่พนักงาน 4) การให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีแก่ลูกค้าขององค์กร

2.3.12 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

2.3.12.1 ปัจจัยภายในองค์กร-ผลการดำเนินงานของธนาคาร

จากเงื่อนไขของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับการขออนุญาตเปิดสาขาธนาคารพาณิชย์ โดยระบุไว้ว่า ธนาคารพาณิชย์ที่จะขอเปิดสาขาธนาคาร จะต้องเป็นธนาคารที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นผู้กำหนด ซึ่งประกอบด้วย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551)

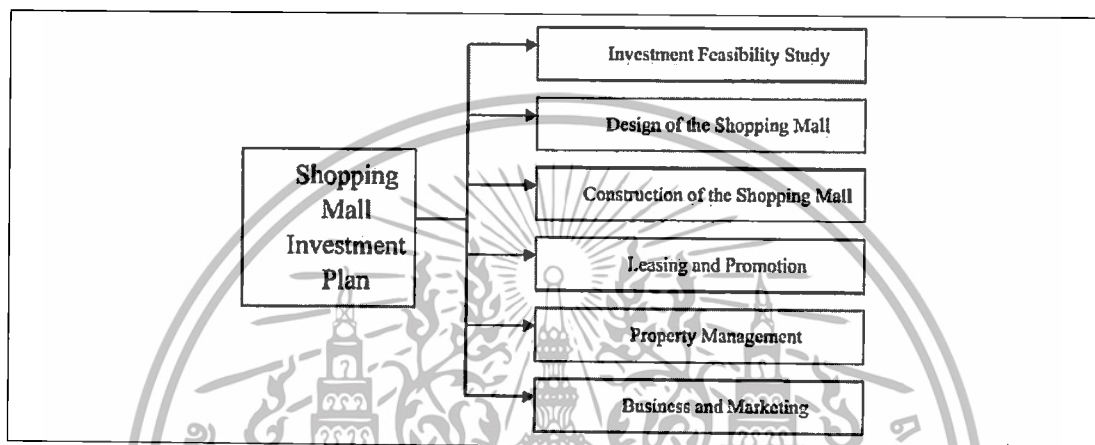
1) มีฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ดี มีระดับความเสี่ยงรวม (Composite Rating) จากผลการตรวจสอบโดยธนาคารแห่งประเทศไทยครั้งล่าสุด ก่อนวันที่ธนาคารพาณิชย์ยื่นหนังสือความจำนงขอเข้ารับการประเมินไม่ต่ำกว่าระดับ 3 และจะต้องไม่มีข้อสังเกตในเรื่อง ธรรมชาติ และการปฏิบัติตามคำสั่งการของธนาคารแห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

2) ดำรงอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง (BIS Ratio) เมื่อสิ้นวันหนึ่งๆตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด นับจากวันที่ธนาคารพาณิชย์ยื่นขอประเมินไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยอาจพิจารณากำหนดเงื่อนไขอื่นๆเพิ่มเติมตามความเหมาะสม

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Eddie W.L. Cgeng, Heng Li, Ling Yu. (2005) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนเปิดสาขาของห้างสรรพสินค้านั้น โดยมีหลายปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์ และปัจจัยหนึ่งที่นำมาวิเคราะห์ในการตัดสินใจ คือ ผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งถึงความคุ้มค่าของเงินลงทุน ดังภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 Shopping mall investment plan

ที่มา: Eddie W.L. Cgeng, Heng Li, Ling Yu. (2005)

จากเงื่อนไขของการขอเปิดสาขานาคารและงานวิจัยดังกล่าว ทำให้มาตรวัดเรื่องผลการดำเนินงานของธนาคารสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) ผลกำไรจากการดำเนินงาน 2) อัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง 3) ต้องไม่มีข้อสังเกตเรื่อง ธรรมชาติบาล 4) ปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคาร 5) ผลตอบแทนจากการลงทุน

2.3.12.2 ปัจจัยภายนอกองค์กร-ภาวะเศรษฐกิจ

จากงานวิจัยของ Ernst and Young Group. เรื่อง Global Consumer Banking Survey 2011 ซึ่งเป็นงานวิจัยโดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั่วโลกประกอบด้วย ชาวยุโรป จำนวน 10,021 ราย ชาวลาติน อเมริกา จำนวน 4,018 ราย ชาวสหรัฐอเมริกา จำนวน 2,001 ราย ชาวญี่ปุ่น จำนวน 1,008 ราย ชาวแคนาดา จำนวน 1,003 ราย ชาวจีน จำนวน 1,000 ราย ชาวอินเดีย จำนวน 1,000 ราย และ ชาวแอฟริกาใต้ จำนวน 503 ราย รวมเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20,556 ราย พบว่า สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อตลาดธนาคาร และยังมีอิทธิพลมากกว่าความสัมพันธ์ที่ธนาคารมีต่อลูกค้าด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rong Ma (2012) ซึ่งได้ทำการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง Three Essays on International Banking. โดยศึกษาจากธนาคารพาณิชย์ จำนวน 1,600 ธนาคารจาก 35 ประเทศในเอเชีย และประเทศในลาตินอเมริกา ระหว่างปี 2000-2008 ได้ข้อค้นพบว่า หลังจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย มีธนาคารของต่างชาติได้ขยายเข้ามาในประเทศที่เกิดวิกฤตแล้ว และมีผลประกอบการที่ดี ดังนั้น การขยายสาขาธนาคาร จึงจำเป็นต้องพิจารณาเรื่องภาวะเศรษฐกิจในพื้นที่ที่จะขยายสาขาด้วย เพราะ โอกาสทางเศรษฐกิจจะช่วยให้ประชาชนสามารถบริหารจัดการทรัพย์สินเพื่อก่อให้เกิดรายได้และทางเลือก (Beth Jenkins ที่มา : The role of the Utilities Sector in Expanding Economic Opportunity, 2007) ดังนั้น อาจกล่าวสรุปได้ว่า เมื่อภาวะเศรษฐกิจดี ประชาชนมีรายได้ได้มากขึ้น มีการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น การลงทุนก็จะมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารมากขึ้นตามไปด้วย การเปิดสาขาธนาคารจึงต้องมีเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้า และเป็นการเพิ่มความเจริญเติบโตของธนาคารด้วย และหากเศรษฐกิจไม่ดี อัตราการเปิดสาขาของธนาคารก็ย่อมต้องน้อยไปด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ B.L.MacCarthy, W. Atthirawong. (2003) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งโรงงานระหว่างประเทศ โดยหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ระบบเศรษฐกิจของประเทศที่จะจัดตั้งโรงงาน ได้แก่ อัตราภาษี ความเข้มแข็งของอัตราแลกเปลี่ยน บรรยากาศในการทำธุรกิจ อัตราการเจริญเติบโตของรายได้ประชาชาติ รายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศนั้น เป็นต้น

ดังนั้น มาตรการภาวะเศรษฐกิจสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) รายได้ประชาชาติ 2) มูลค่าผลผลิตในพื้นที่ที่จะเปิดสาขา ส่งผลต่อการขอเปิดสาขา 3) การใช้จ่ายใช้สอยของประชากรในพื้นที่ที่ขอเปิดสาขานาการ

2.3.13 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎี

จากการทบทวนทฤษฎี วรรณกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และ ตัวแปรตาม ดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
ผู้นำองค์กร	Patricia Hind (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้นำองค์กรจะมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมขององค์กร การกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เป้าหมายขององค์กร เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร
	John Clark, Kirsten Armit. (2010)	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้นำที่มีคุณภาพ จะมีองค์ประกอบ คือ ผู้นำต้องมีคุณสมบัติที่ดี เหมาะสม ผู้นำต้องเป็นผู้กำหนดทิศทางขององค์กร ผู้นำจะต้องสามารถดำเนินการให้มีการส่งมอบบริการได้ตามเป้าหมาย
	Kark, Ronit; Shamir, Boas; Chen, Gilad (2003)	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้นำองค์กรจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผู้ตาม หรือ ทีมงานและผลประกอบการของธนาคาร
	Elaine Wallace, Leslie de Chematony, Isabel Buil (2013)	<ul style="list-style-type: none"> • พฤติกรรมของผู้นำองค์กร จะส่งผลต่อข้อผูกพันกับทีมงาน และการให้บริการของธนาคารซึ่งเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการสร้างตราสินค้าของธนาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
กลยุทธ์	น ภ ว ร ร ณ (2554) และ E. Frank Harrison (1995)	<ul style="list-style-type: none"> กลยุทธ์จะเป็นการสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ และความจงรักภักดีของลูกค้าโดยองค์กรจะต้องทำให้ลูกค้าได้รับมูลค่าเพิ่มขึ้นและเป็นธรรม
	Mohammad Ali Farajian and Shahriar Mohammadi (2010)	<ul style="list-style-type: none"> การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร จะต้องรู้พฤติกรรมของลูกค้า โดยการจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า
	Thabet A. Edris and Mohammad A.Almahmeed. (1997)	<ul style="list-style-type: none"> ธนาคารต้องมีการจัดแบ่งกลุ่มลูกค้า แต่ละประเภท เพื่อการบริหารจัดการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
	Sarich Chotipanich and Veerason Lertariyanun (2011)	<ul style="list-style-type: none"> การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร ควรเป็นไปอย่างเฉพาะเจาะจง
แผนงาน	Mosad Zineldin (1996)	<ul style="list-style-type: none"> ธนาคารจำเป็นต้องวิเคราะห์จุดอ่อน-จุดแข็งของตนเอง เพื่อกำหนดตำแหน่งทางการตลาดได้อย่างถูกต้อง
	Kouzes and Posner (1995) David Brock (2000)	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างจุดแข็งให้กับองค์กรได้ด้วยการวางแผนงาน การวางแผนงานที่ดี จะต้องมีการวางแผนทั้งระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว
	Reuben Sokol (1992)	<ul style="list-style-type: none"> แผนงานจะต้องมีการปรับเปลี่ยนได้ โดยควรปรับเปลี่ยนแผนงานทุก 2-3 ปี เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
ทีมงาน	Kouzes and Posner (1995)	<ul style="list-style-type: none"> • การบริหารทีมงานจะต้องมีการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการร่วมสร้างวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อเป้าหมายร่วมกันทั้งองค์กร รวมทั้งการร่วมกันสร้างพลัง และกระตุ้นความร่วมมือของทีมงาน โดยให้ทีมงานให้มีปฏิริยาได้กลับในเชิงบวก ทั้งนี้เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน
	Yukl (1989)	<ul style="list-style-type: none"> • ทีมงานที่ดี จะต้องมิบุคคลากรที่มุ่งหมายไปสู่ความสำเร็จส่วนรวมขององค์กร
	นภวรรณ (2554)	<ul style="list-style-type: none"> • ทีมงานจะต้องมีการทำงานระหว่างระบบกับคนให้เหมาะสม โดยทีมงานจะต้องสนับสนุนส่งเสริมให้ 1) บุคลากรในทีมมีความเชี่ยวชาญ และหน้าที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการทำงานเป็นทีม เพื่อให้องค์ความรู้จากหลายสาขาวิชา 2) ทีมงานจะต้องสร้างความไว้วางใจ และความเชื่อถือในตัวบุคลากร โดยการกระจายอำนาจ และให้อิสระในการทำงานที่มอบหมาย ซึ่งทีมงานสามารถจัดระบบงานและ โครงสร้างให้มีความคล่องตัว 3) ทีมงานจะต้องมีการมอบรางวัลแก่บุคลากร โดยการสร้างสรรค์ระบบการให้รางวัลอย่างยุติธรรมและเหมาะสมกับลักษณะของการปฏิบัติงานที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ 4) ทีมงานจะต้องมีบุคลากรที่มีความตอบสนองความรับผิดชอบรักในงาน มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่ของตนและมีการเสนอความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่ตนเองเชี่ยวชาญ การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างทีมงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
ทำเลที่ตั้ง	ชินบุตร สุรินทรามนต์. (2012)	<ul style="list-style-type: none"> • ทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อรายได้ขององค์กร
	Stavros P.Kalafatis et al. (2000)	<ul style="list-style-type: none"> • ทำเลที่ตั้งขององค์กร มีส่วนสำคัญต่อการกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจขององค์กร
	Patrycja U. Grzelonska. (2006)	<ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้าจะเปิดบัญชีกับธนาคารที่มีสาขาตั้งใกล้บ้าน หรือ ใกล้ที่ทำงาน หรือ ใกล้สถานที่จับจ่ายใช้สอย (ซ้อปปี้ง) ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการของธนาคาร โดยไม่ต้องเดินทางไกล
	Thompson, Kathryn Ann (1991)	<ul style="list-style-type: none"> • ในการเลือกทำเลที่ตั้งของสาขาธนาคารนั้นขึ้นอยู่กับ ความสอดคล้องกับการขายเชิงรุก โดยรูปแบบสาขาที่จะต้องมีการมีเครื่องมือในการสนับสนุนการทำงานของธนาคาร • ธนาคารจะต้องมีการพัฒนาการสร้างความวัฒนธรรมด้านการขายที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า การมีอุปกรณ์เครื่องมือเทคโนโลยี
รูปแบบสาขา	Thompson (1991)	<ul style="list-style-type: none"> • รูปแบบสาขาที่มีลักษณะสาขาย่อยกลายเป็นปัจจัยในการเพิ่มยอดขายให้กับองค์กร เพราะเป็นรูปแบบของการทำการตลาดเชิงรุก เนื่องจากบางสถานที่ไม่สามารถดำเนินการในรูปแบบสาขาทั่วไปแบบเต็มรูปแบบได้ จำเป็นต้องดำเนินการแบบสาขา
	ธนาคารแห่งประเทศไทย (2556)	<ul style="list-style-type: none"> • รูปแบบการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในช่วงที่ผ่าน มาจะต้องเปลี่ยน ไปเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประชาชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
จำนวนประชากร	Eric Yankson. (2011)	<ul style="list-style-type: none"> • ความหนาแน่นของประชากร รายได้ต่อหัวของประชากรที่สูงในแต่ละพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับการขยายสาขานาการ
	Scott Lansing Fulford, (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • การบริโภคในระยะสั้นของประชาชนเพิ่มมากขึ้น หลังจากมีการเพิ่มขึ้นของการให้บัตรเครดิต และจะมีการออมเพิ่มขึ้นบ้างเล็กน้อย แต่ในระยะยาวกลับมีอัตราการเติบโตที่สูงมากกว่าในระยะสั้น แต่โมเดลของการขยายสาขาที่ชัดเจน คือ การลงทุนในการพัฒนาภาคการผลิต หรือ กระบวนการผลิต การลงทุนในทรัพยากรมนุษย์
	Cem Canel, Sidhartha R.Das. (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจตั้งโรงงาน คือ ขนาดหรือจำนวนของประชากรที่ยอมรับในสินค้าและบริการในประเทศที่จะจัดตั้งโรงงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
ต้นทุน	Cem Canel and Sidhartha R.Das. (1999)	<ul style="list-style-type: none"> • การที่องค์กรมีกำไรจากการดำเนินงาน แต่กำไรจากการดำเนินงานนั้น ขึ้นอยู่กับการเลือกทำเลที่ตั้ง เพราะการเลือกทำเลที่ตั้งจะมีผลต่อต้นทุน
	D Govender (2000)	<ul style="list-style-type: none"> • ปัจจัยส่วนหนึ่งที่มีผลต่อต้นทุนของการดำเนินธุรกิจคือ ขนาดขององค์กรและวัสดุอุปกรณ์ และเป็นฐานของการกำหนดราคาสินค้าและบริการ
	สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552)	<ul style="list-style-type: none"> • ต้นทุนนั้นก็จะถือเป็นค่าใช้จ่าย (Expenses) ดังนั้นค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่กิจการสูญเสียไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า สินทรัพย์ (Assets)
	อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์ (2552)	<ul style="list-style-type: none"> • มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
การรับรู้ของลูกค้า	Ernst and Young Group. (2011)	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าของธนาคารมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านช่องทางต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้ ลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจการใช้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในอัตราร้อยละ 83 ลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจการใช้บริการผ่านสาขาธนาคาร และลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจการใช้บริการผ่าน ATM อัตราร้อยละ 79 และลูกค้าธนาคารไม่เคยใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ อัตราร้อยละ 42
	Philip Kotler (2000)	<ul style="list-style-type: none"> ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ และ ผลของการตัดสินใจ ออกมาเป็นพฤติกรรม การเลือกซื้อ เช่น การมีสาขาของธนาคารที่ใช้บริการได้สะดวก และมีพนักงานที่ให้บริการได้อย่างพึงพอใจส่งผลให้ลูกค้าที่จะใช้บริการสาขาของธนาคารและส่งผลถึงความเชื่อมั่นที่สาขาของธนาคารจะให้บริการได้อย่างพึงพอใจ
	Donald J.Mullineaux and Mark K.Pyles. (2010).	<ul style="list-style-type: none"> ค่าใช้จ่ายของธนาคารด้าน โฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อข้อมูลไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด การเพิ่มขึ้นของผลต่อกำไรของสาขาธนาคาร
	ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร (2553)	<ul style="list-style-type: none"> ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ ผู้บริโภคมีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม มีการรับรู้การสื่อสารด้านการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
การรับรู้ของลูกค้า (ต่อ)	Balsley and Hoover (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • การเข้าถึงโครงสร้าง พฤติกรรมของผู้บริโภค จะเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งด้านมูลค่า กำไร ความเข้มแข็งของตลาด โดยมีองค์ประกอบ ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> 1) ด้านภูมิศาสตร์ ได้แก่ บุคลิกภาพ วิถีชีวิต 2) ด้านกายภาพเชิงจิตวิทยา 3) ประชากรศาสตร์
ขนาดพื้นที่	ชินบุตร สุรินทรามนต์ (2012)	<ul style="list-style-type: none"> • องค์ประกอบในการเลือกขนาดของสถานประกอบการ จะประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น อำนาจการซื้อของลูกค้าในพื้นที่ การบริการ และภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการในพื้นที่ สภาพการแข่งขันในพื้นที่ รวมถึงการแข่งขันเชิงคุณภาพ นโยบายการดำเนินงานขององค์กร
	Dimitris I. Giokas (2008)	<ul style="list-style-type: none"> • ขนาดของสาขามีผลต่อความยั่งยืนของสาขาธนาคาร โดยสาขาขนาดใหญ่ จะมีประสิทธิภาพด้านการดำเนินงานมากกว่าสาขาธนาคารขนาดเล็ก
	Timmons, Tony (1996)	<ul style="list-style-type: none"> • ธนาคารจะสามารถเติบโตได้สำหรับการเป็นธนาคารชุมชนเล็ก เพราะการเติบโตจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ โดยในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ธนาคารขนาดเล็กที่มีพนักงาน 8-10 คนยังสามารถเติบโตได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
อุปกรณ์/ เทคโนโลยี	Tom Wamalwa (2006)	<ul style="list-style-type: none"> • การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการของธนาคาร ดังเช่น วิธีการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการเงิน มูลค่าของผู้เป็นหุ้นส่วน กระบวนการภายในองค์กร ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนขององค์กร ทรัพย์สินทางปัญญา
	Stephen K. Callaway (2011)	<ul style="list-style-type: none"> • การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการของธนาคาร จะส่งผลต่อยอดเงินฝาก รายได้ที่มิใช่ดอกเบี้ย
	Mark G. Durkin and Barry Howcroft (2003)	<ul style="list-style-type: none"> • การทำการตลาดด้วยช่องทางการใช้เทคโนโลยี เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และเป็นวิธีการสร้างการแข่งขันโดยใช้ต้นทุนต่ำ
	James F. Devlin (1995)	<ul style="list-style-type: none"> • การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ การบริหารต้นทุนต่ำด้วยการใช้วิธีการที่แตกต่างในการสื่อสารและส่งมอบสินค้า เช่น ในธุรกิจธนาคารรายย่อยจะใช้วิธีการ Telephone Retail Banking
	Joanthon Reynoldx, Steve Wood (2010)	<ul style="list-style-type: none"> • แนวโน้มการลงทุนจะมีการใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้น เพราะเทคโนโลยีจะเครื่องสะท้อนหรือ เครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ลงทุน ผู้ใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจผลการดำเนินงานของธนาคาร	ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551)	<ul style="list-style-type: none"> • การขออนุญาตเปิดสาขาธนาคารพาณิชย์ โดยระบุไว้ว่า ธนาคารพาณิชย์ที่จะขอเปิดสาขาธนาคาร จะต้องเป็นธนาคารที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นผู้กำหนด ซึ่งประกอบด้วย มีฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ดี และ มีการดำรงอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง (BIS Ratio) เมื่อสิ้นวันหนึ่งๆตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทย กำหนด นับจากวันที่ธนาคารพาณิชย์ยื่นขอรับการประเมิน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12 และไม่มีปัญหาเรื่องธรรมาภิบาล
	Eddie W.L. Cgeng, Heng Li, Ling Yu. (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • การตัดสินใจลงทุนเปิดสาขาของห้างสรรพสินค้า นั้น โดยมีหลายปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์ และปัจจัยหนึ่งที่น่ามาวิเคราะห์ในการตัดสินใจ คือ ผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งถึงความคุ้มค่าของเงินลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

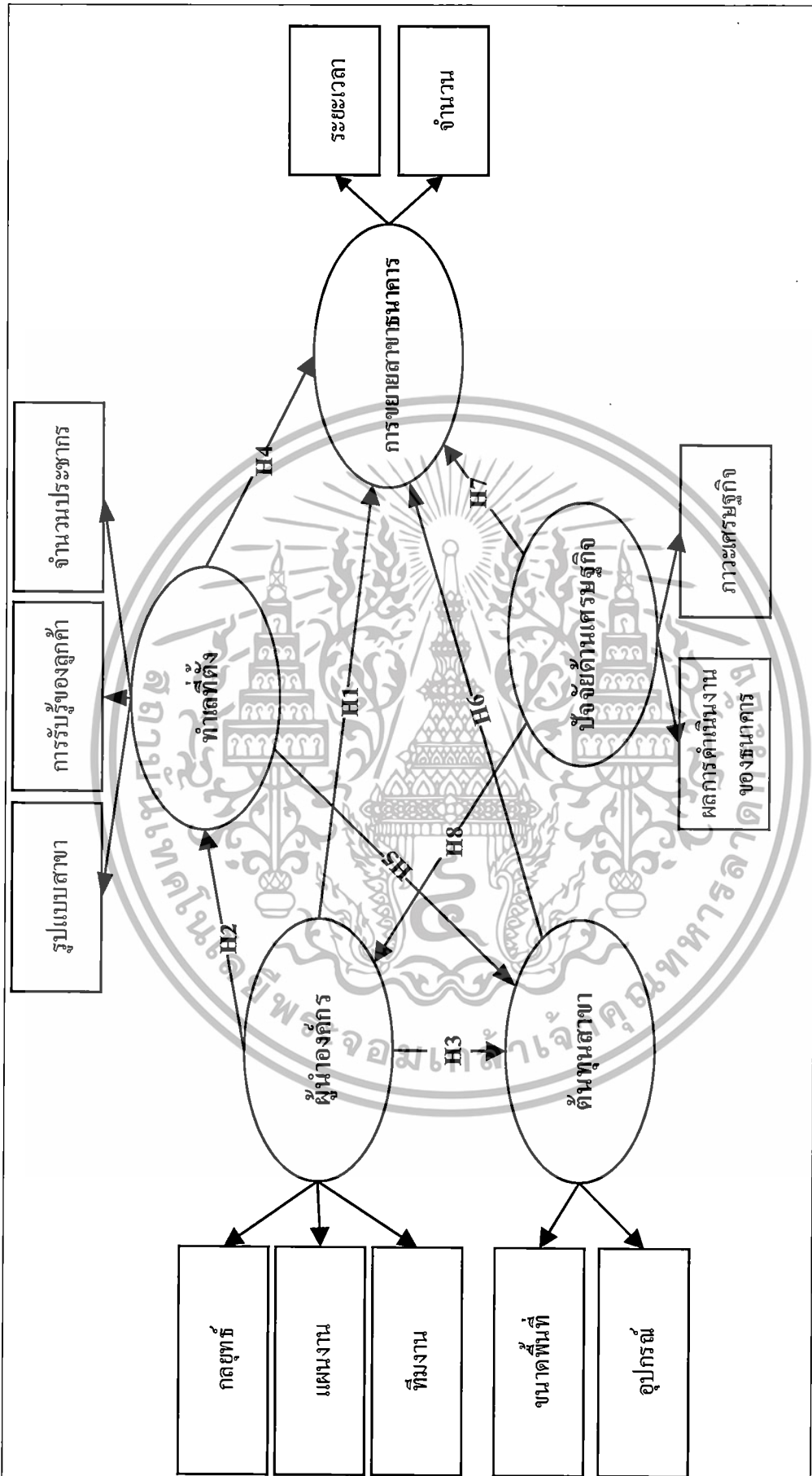
ตารางที่ 2.6(ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		
ตัวแปรอิสระ	นักวิชาการ	ข้อค้นพบ
ภาวะเศรษฐกิจ	Ernst and Young Group (2011)	<ul style="list-style-type: none"> สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อตลาดธนาคาร และยังมีอิทธิพลมากกว่าความสัมพันธ์ที่ธนาคารมีต่อลูกค้าด้วย
	Rong Ma. (2012)	<ul style="list-style-type: none"> ธนาคารต่างชาติได้ขยายสาขาธนาคารในต่างประเทศ โดยจะลงทุนหลังจากประเทศนั้นเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ เช่น ในภูมิภาคเอเชีย และปรากฏว่า มีผลประกอบการที่ดี
	Beth Jenkins (2007)	<ul style="list-style-type: none"> โอกาสทางเศรษฐกิจจะช่วยให้ประชาชนสามารถบริหารจัดการทรัพย์สินเพื่อก่อให้เกิดรายได้และทางเลือก
	B.L.MacCarthy, W. Atthirawong. (2003)	<ul style="list-style-type: none"> ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งโรงงานระหว่างประเทศ โดยหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ระบบเศรษฐกิจของประเทศที่จะจัดตั้งโรงงาน ได้แก่ อัตราภาษีความเข้มแข็งของอัตราแลกเปลี่ยน บรรยากาศในการทำธุรกิจ อัตราการเจริญเติบโตของรายได้ ประชาชาติ รายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศนั้น
การขยายสาขาธนาคาร	ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551)	<ul style="list-style-type: none"> ข้อกำหนดของการขอจัดตั้งสาขาธนาคาร จะต้องมีการละเอียดเกี่ยวกับจำนวนสาขาที่จะทำการเปิด และวันเวลาที่เปิดทำการ
	Michele Determan (2003)	<ul style="list-style-type: none"> ความสำเร็จด้านการตลาดส่วนหนึ่งมาจาก การส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา ตามระยะเวลาที่กำหนด
	ริชพีช ทิพ (2002)	<ul style="list-style-type: none"> กลยุทธ์ด้านการตลาดที่นำมาใช้อย่างหนึ่งคือ การส่งมอบสินค้าที่ตรงตามเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างรวดเร็ว

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนทฤษฎี วรรณกรรม รวมทั้งงานวิจัย บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ดังภาพที่ 2.10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1 ตัวแปรของงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยจะได้ตัวแปรต้น (ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้) และตัวแปรตาม ดังนี้

ตารางที่ 2.7 ตัวแปรของงานวิจัย

ตัวแปร	ตัวแปรต้น	ตัวแปรสังเกตได้
ตัวแปรแฝงภายนอก	ผู้นำองค์กร	- กลยุทธ์ - แผนงาน - ทีมงาน
	ทำเลที่ตั้ง	- รูปแบบสาขา - การรับรู้ของลูกค้า - จำนวนประชากร
	ต้นทุนสาขา	- ขนาดพื้นที่ - อุปกรณ์ / เทคโนโลยี
	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	- ปัจจัยภายในองค์กร-ผลการดำเนินงาน - ปัจจัยภายนอกองค์กร-ภาวะเศรษฐกิจ
ตัวแปรแฝงภายใน	การขยายสาขารักษาการ	- เวลา - จำนวนสาขา

2.5 สมมุติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีสมมุติฐานการวิจัย ดังนี้

- 1) สมมุติฐานที่ 1(H₁) : ผู้นำองค์กร มีอิทธิพลต่อ การขยายสาขารักษาการพาณิชย์
- 2) สมมุติฐานที่ 2(H₂) : ผู้นำองค์กร มีอิทธิพลต่อ ทำเลที่ตั้ง
- 3) สมมุติฐานที่ 3(H₃) : ผู้นำองค์กร มีอิทธิพลต่อ ต้นทุนสาขา
- 4) สมมุติฐานที่ 4(H₄) : ทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลต่อ การขยายสาขารักษาการพาณิชย์
- 5) สมมุติฐานที่ 5(H₅) : ทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลต่อ ต้นทุนสาขา
- 6) สมมุติฐานที่ 6(H₆) : ต้นทุนสาขา มีอิทธิพลต่อ การขยายสาขารักษาการพาณิชย์
- 7) สมมุติฐานที่ 7(H₇) : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อ การขยายสาขารักษาการพาณิชย์
- 8) สมมุติฐานที่ 8(H₈) : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อ ผู้นำองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำ ท่าเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 1) แนวทางที่ใช้ในการวิจัย
- 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3) ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย
- 4) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 5) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 6) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 แนวทางที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการศึกษา ดังนี้

- 1) เป็นการศึกษาทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ
- 2) มีการใช้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิ และ ทุติยภูมิ

ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1.1 แนวทางการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการถ่วงดุลแนวคิด ทฤษฎี องค์ความรู้ ทำให้ได้กรอบแนวคิดที่แสดงถึงองค์ประกอบและรูปแบบความสัมพันธ์ของผู้นำ ท่าเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย

3.1.2 แนวทางการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามหลักทางสถิติที่ได้รับการยอมรับ โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะกล่าวในหัวข้อลำดับต่อไป ทั้งนี้ การวิจัยจากข้อมูลปฐมภูมิ จะประกอบด้วย

3.1.2.1 แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยมาตรวัดตัวแปรหลักตามกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ได้จากข้อ 3.1.1 สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนิน ดังนี้

- 1) การสร้างแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และให้สอดคล้องกับแนวคิดการวิจัย
- 2) การตรวจสอบเครื่องมือ โดยมาตรวัดที่ใช้ได้ผ่านตรวจสอบจากนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่ตรงกับปัจจัยที่ต้องการตรวจสอบ
- 3) การพัฒนาแบบสอบถาม และผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองการใช้ (Try Out) มาตรวัดดังกล่าว พร้อมทั้งปรับปรุงข้อคำถามในแบบสอบถามให้มีความชัดเจน ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้
- 4) การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย
- 5) การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ
- 6) การสรุป และอภิปรายผล

3.1.2.2 แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้บริหารของธนาคาร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการยืนยัน สนับสนุนผลการวิเคราะห์ทางสถิติของการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความชัดเจนมากขึ้น

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ผู้วิจัยได้แบ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารของธนาคารพาณิชย์ไทย คือ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยจำนวนผู้บริหารของธนาคารมี จำนวน 1,022 คน ซึ่งปัจจุบันธนาคารมีผลประกอบการอยู่ในอันดับที่ 3 ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย (การเงินการธนาคาร. 2015)

ธนาคารกสิกรไทย เป็นองค์กรที่มีความน่าสนใจ เพราะมีการพัฒนาช่องทางการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ มีการขยายสาขา และ เพิ่มจุดให้บริการใหม่ๆ ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการของธนาคารได้สะดวกที่สุด และ เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ธนาคารกสิกรไทย มีเป้าหมายต้องการที่จะขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกยุดธุรกรรม และเพิ่มยอดผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร เพื่อให้ธนาคารสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากผลประกอบการ (ดังแสดงในภาคผนวก ฉ) (ธนาคารกสิกรไทย. 2558)

3.2.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3.2.2.1 กรณีการวิจัยเชิงปริมาณ เนื่องจากในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการศึกษาตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของตัวแปร โดยการใช้โปรแกรมในการวิเคราะห์ คือ ตัวแบบสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ โครงสร้าง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ที่วิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นสูง และมีรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่ง Steven J (1986: 147-153) ได้อธิบายว่า ต้องพิจารณาถึงขนาดตัวอย่างหรือประชากรควบคู่ไปกับการพิจารณาพารามิเตอร์อิสระที่ต้องการค่าประมาณ โดยตัวแปรที่ควรใช้จะเป็นอัตราส่วน 20 ต่อ 1 และการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้ จะมีการประมาณค่าพารามิเตอร์ ด้วยวิธีการ Maximum Likelihood ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีขนาดตัวอย่าง (Sampling Size) ที่มากเพียงพอและการแจกแจงจะต้องเป็นการแจกแจงแบบโค้งปกติ (Normal Curve) (นงลักษณ์ วิรัชชัย. 2542: 314) ขณะเดียวกัน Schumacker and Lomax (1996: 20) กล่าวว่า การวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง ผู้วิจัยต้องมีขนาดตัวอย่างที่ให้มากกว่าการวิเคราะห์ด้วยแนวทางอื่น ทั้งนี้เพื่อการประมาณค่าที่ถูกต้องและสามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้ดี ตามแนวคิดของ Schumcker and Lomax ได้เสนอขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมนั้น ควรมีขนาดที่ 10-20 เท่าต่อตัวแปร การวิจัย 1 ตัวแปรเชิงประจักษ์ แต่ถ้าหากโมเดลมีความซับซ้อนมาก หรือ การแจกแจงตัวแปรไม่เป็นแบบ โค้งปกติ (Abnormal Curve) จำเป็นต้องเพิ่มขนาดตัวอย่างให้สอดคล้องกัน ขณะที่ Kelloway (1998: 20) ได้ระบุกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมว่า ควรมีอย่างน้อย 200 คน ซึ่งขนาดตัวอย่างนี้ถือว่า อยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในระดับที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสมการโครงการ ทั้งนี้เพื่อให้การวิเคราะห์สามารถประมาณค่าได้ถูกต้องและเป็นตัวแทนประชากรได้เป็นอย่างดี โดยงานวิจัยครั้งนี้ มีขนาดตัวอย่าง จำนวน 220 ราย หรือ มากกว่า 18 เท่าต่อตัวแปรเชิงประจักษ์ ซึ่งจัดว่า เป็นขนาดตัวอย่างในระดับที่เหมาะสมกับงานวิจัย โดยวิธีการจัดเก็บตัวอย่าง จะดำเนินการจัดเก็บแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ของประชากร

3.2.2.2 กรณีการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้วิธีการแบบเฉพาะเจาะจง โดยจะเป็นผู้บริหารระดับสูงของธนาคารเพราะเป็นผู้ที่มีส่วนกำหนดนโยบายกลยุทธ์ขององค์กรมีขนาดตัวอย่าง 10 ราย

3.3 ขั้นตอนในการวิจัย

ขั้นตอนการศึกษาวิจัย กำหนดไว้ 3 ขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ขั้นตอนที่ 1

วัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งเป็นรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสมมุติฐานเบื้องต้น

วิธีการดำเนินการ มีขั้นตอน 3 ประการ คือ

- 1) การทบทวนทฤษฎี วรรณกรรม บทความ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
- 2) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆตามข้อ 1
- 3) การสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตามข้อ 2 เพื่อให้ได้รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสมมุติฐานเบื้องต้น ซึ่งได้แก่ กรอบแนวคิดการวิจัย

3.3.2 ขั้นตอนที่ 2

3.3.2 ขั้นตอนที่ 2

วัตถุประสงค์ ประกอบด้วย

- 1) เพื่อทดสอบรูปแบบจำลองของตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย
- 2) เพื่อศึกษาระดับของประสิทธิผลของการขยายสาขาของธนาคารพาณิชย์ของไทย

วิธีการดำเนินการ

1) การสำรวจข้อมูล โดยวิธีการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) กับผู้บริหารของธนาคารด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและการทดสอบความเที่ยงตรงแล้ว

2) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมในข้อ 1 ตามสมการโครงสร้าง หรือ Structure Equation Modeling (SEM) เพื่อให้ได้รูปแบบจำลองรูปแบบความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.3 ขั้นตอนที่ 3

วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการสอบทานความถูกต้องของรูปแบบจำลองของตัวแปรที่สมบูรณ์ (ที่ได้จากการดำเนินการในขั้นตอนที่ 2)

วิธีการดำเนินการ จะดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารระดับสูงของธนาคาร

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีการทบทวนทฤษฎี วรรณกรรม บทความ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อสร้างกรอบแนวคิดสำหรับเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และใช้เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งเป็น

3.4.1 เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้เป็นมาตรวัดที่มีคุณภาพ โดยมีทั้งความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และ ความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ด้วยวิธีการดังนี้

1.1) ศึกษา รวบรวมข้อมูล โดยการทบทวนวรรณกรรมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ทฤษฎี งานวิจัย บทความ สถิติต่างๆ เป็นต้น

1.2) การสร้างแบบสอบถาม จะต้องเป็นแบบสอบถามจะต้องเหมาะสมกับตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เป็นแบบสอบถามมีคุณภาพ และมีเนื้อหาการสอบถามครอบคลุมเนื้อหาการวิจัย ดังนั้น ตัวแปรอิสระ จะประกอบด้วยมาตรวัดด้านการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ด้านผู้นำองค์กร ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านต้นทุนสาขา และด้านปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยองค์ประกอบของแบบสอบถาม มีองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว และตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย จำนวนรวมทั้งสิ้น 40 ข้อ ประกอบด้วย

1.1) ตัวแปรด้านผู้นำองค์กร จำนวน 13 ข้อ

1.2) ตัวแปรด้าน ทำเล ที่ตั้ง จำนวน 12 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3) ตัวแปรด้านต้นทุน จำนวน 7 ข้อ

1.4) ตัวแปรด้านปัจจัยด้านเศรษฐกิจ จำนวน 8 ข้อ

1.3) แบบประเมินสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ (ตามข้อ 1.2) มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบวัด 7 – Point Likert Type Scale Likert (1970: 86) โดยมีทางเลือก ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ใช้เลข 7	หมายถึง 5 คะแนน
เห็นด้วย	ใช้เลข 6	หมายถึง 4 คะแนน
ค่อนข้างเห็นด้วย	ใช้เลข 5	หมายถึง 5 คะแนน
เฉยๆ	ใช้เลข 4	หมายถึง 4 คะแนน
ไม่ค่อยเห็นด้วย	ใช้เลข 3	หมายถึง 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ใช้เลข 2	หมายถึง 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ใช้เลข 1	หมายถึง 1 คะแนน

1.4) การพัฒนาแบบสอบถาม

ในงานวิจัยเชิงปริมาณที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย นั้นจะต้องเป็นแบบสอบถามที่เป็นมาตรวัดที่มีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์แบบสอบถาม โดยให้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Context Validity) ทำให้ได้แบบสอบถามที่มีเนื้อหาครอบคลุมทุกด้านของขอบเขตการวิจัย ตลอดจนการใช้ภาษาที่ชัดเจน ทั้งนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา กับ วัตถุประสงค์ (Index of item – Objective Congruence : IOC) แล้วคัดเลือกข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{n} \quad (3.1)$$

R = ค่าคะแนนความสอดคล้อง

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยการให้ค่าคะแนน เป็นดังนี้

1 = สอดคล้อง

0 = ไม่แน่ใจ

-1 = ไม่สอดคล้อง

ค่า IOC จะมีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 ถ้าคำถามข้อใดมีค่าเข้าใกล้ 1 ถือว่า สอดคล้องดี แต่ถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.50 จะต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับผู้เชี่ยวชาญที่ดำเนินการสังเคราะห์ ประกอบด้วย 5 ท่าน

- 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้นำองค์กร จำนวน 1 ท่าน
- 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านทำเลที่ตั้ง จำนวน 2 ท่าน
- 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประมาณการต้นทุนโครงการ จำนวน 2 ท่าน

3.4.2 เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้บริหารระดับสูงของธนาคารที่มีบทบาทในการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ของธนาคาร จำนวน 10 ราย โดยคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ตัวชี้วัดด้านการขยายสาขาธนาคาร รูปแบบการพัฒนา บทบาทผู้นำองค์กร การเลือกทำเลที่ตั้งสาขานาการ ต้นทุนของสาขานาการ และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ใช้ประกอบการยืนยันสนับสนุนข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงปริมาณ เพราะข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นข้อมูลที่มีความเหมาะสมในการเข้าถึงข้อค้นพบที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ได้

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนการวิจัยจะใช้ทั้งข้อมูลทั้งปฐมภูมิ และ ข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ของงานวิจัยจะเป็นการเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง อาทิ วิทยุ งานวิจัย บทความ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ของงานวิจัย จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บจากผู้บริหาร ทั้งระดับต้น ระดับกลาง และ ระดับสูงของธนาคาร การเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละ ด้านและผ่านเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาความเชื่อถือได้ (Reliability) ของมาตรวัดในแต่ละด้าน โดยแบบสอบถามจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบาค อัลฟา (Cronbach Alpha) มากกว่า 0.7 ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือตั้งแต่ระดับปานกลาง ขึ้นไป

ขั้นตอนที่ 3 ของงานวิจัย จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเป็นการยืนยันการศึกษาเชิงปริมาณ โดยจะดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) รวม 10 ราย

สำหรับโมเดลสมการโครงสร้างจะประกอบด้วยตัวแปรที่วิเคราะห์ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 ตัวแปรของงานวิจัย

ตัวแปร	ตัวแปรต้น	ตัวแปรสังเกตได้
ตัวแปรแฝงภายนอก	ผู้นำองค์กร	- กลยุทธ์ - แผนงาน - ทีมงาน
	ทำเลที่ตั้ง	- รูปแบบสาขา - การรับรู้ของลูกค้า - จำนวนประชากร
	ต้นทุนสาขา	- ขนาดพื้นที่ - อุปกรณ์ / เทคโนโลยี
	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	- ปัจจัยภายในองค์กร-ผลการดำเนินงาน - ปัจจัยภายนอกองค์กร-ภาวะเศรษฐกิจ
ตัวแปรแฝงภายใน	การขยายสาขาธนาคาร	- เวลา - จำนวนสาขา

กล่าวโดยสรุป ก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะสร้างเครื่องมือ ซึ่งได้แก่แบบสอบถาม ให้เป็นมาตรวัดที่เชื่อถือได้ และมีความเที่ยงตรง ด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสมบูรณ์ และครอบคลุมเนื้อหาการวิจัย จะดำเนินการปรับปรุงข้อคำถามแต่ละตัวแปรให้เหมาะสม และมีความชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้การปรับปรุงข้อคำถาม จะเป็นไปตามหลักสถิติที่ได้รับการยอมรับ

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล 2 แนวทาง คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการ โดยมีขั้นตอน ดังนี้ ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง กำหนดรหัสข้อมูล บันทึกข้อมูล และ วิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิจัย ประกอบด้วย

3.6.1.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถาม เพื่อเป็นการบรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล การวัดกระจายของข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวน โดยในการวิเคราะห์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

3.6.1.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตรวจสอบสมมุติฐานการวิจัย และ เป็นการแสดงแบบจำลองโครงสร้าง ผู้วิจัยจะใช้โปรแกรมสมการโครงสร้าง (SEM) ด้วยโปรแกรม PLS-Graph (Partial Least Square) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1.3 การแปลผลข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการแปลผลข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยแปลผลผ่านเกณฑ์วัดระดับค่าเฉลี่ยตามแบบของเบสท์ (Best, 1981 อ้างถึงใน พิษณุ, 2550) ซึ่งแบ่งระดับการแปลความหมายออกเป็น 7 ระดับ ดังตารางที่ 3.4



ตารางที่ 3.2 เกณฑ์เฉลี่ยการแปลผลข้อมูลเชิงปริมาณ

เกณฑ์ เฉลี่ย	ระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จ
1.00 – 1.86	ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญตัวชี้วัดดังกล่าวอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1.87 – 2.72	ระดับไม่เห็นด้วย กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญตัวชี้วัดดังกล่าวอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย
2.73 – 3.58	ระดับไม่ค่อยเห็นด้วย กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญตัวชี้วัดดังกล่าวอยู่ในระดับไม่ค่อยเห็น ด้วย
3.59 – 4.44	ระดับเฉยๆ กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญตัวชี้วัดดังกล่าวอยู่ในระดับเฉยๆ
4.45 – 5.30	ระดับค่อนข้างเห็นด้วย กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญตัวชี้วัดดังกล่าวอยู่ในระดับค่อนข้างเห็น ด้วย
5.31 – 6.16	ระดับเห็นด้วย กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญตัวชี้วัดดังกล่าวอยู่ในระดับเห็นด้วย
6.17 – 7.00	ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญตัวชี้วัดดังกล่าวอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่าง ยิ่ง

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วจึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของสุมังค์ จันทวานิช (2550: 146-160) ได้แก่ การจำแนกประเภทข้อมูลการเปรียบเทียบข้อมูล การเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน และการสรุปตีความ ด้วยการบรรยายผล และนำเสนอผลการวิจัยว่า ได้ค้นพบข้อเท็จจริง เพื่อยืนยันความรู้ที่มีมาแต่เดิม หรือได้ความรู้ใหม่ประการใดบ้าง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย รวมทั้งศึกษาโมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา 3 ประเภท คือ ตัวแปรแฝงภายนอก ตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรแฝงภายใน โดยมีรายละเอียดแสดงไว้ในบทที่ 3 ปรากฏผลการวิเคราะห์ตามรายละเอียดดังนี้

ผู้วิจัยได้ทดสอบเครื่องมือที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ด้วยค่าสถิติต่างๆ เพื่อสนับสนุนและยืนยันคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยให้เป็นไปตามมาตรฐานการวิจัยระดับนานาชาติ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- 4.1) ผลความเชื่อมั่นและความเที่ยงของข้อมูล
- 4.2) ผลของข้อมูลเชิงพรรณนา
- 4.3) การวิเคราะห์และผลจากศึกษา
- 4.4) ผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้าง
- 4.5) ผลการทดสอบสมมุติฐาน
- 4.6) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
- 4.7) บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้ ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ผลความเชื่อมั่นและความเที่ยงของข้อมูล ผลของข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการทดสอบสมมุติฐาน ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้าง และสรุป รวมทั้งการวิเคราะห์ความสอดคล้องของแต่ละตัวแปรในกรอบแนวคิด โดยมีสาระสำคัญดังนี้

4.1 ผลความเชื่อมั่นและความเที่ยงของข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ได้ดำเนินการพัฒนามาตรวัดจากการทบทวนวรรณกรรมดังปรากฏในบทที่ 2 ประกอบด้วย

1) มาตรวัดของผู้นำองค์กร พัฒนาจากทฤษฎีการรับรู้ และจากการทบทวนวรรณกรรมของ Reuben Sokol (1992); E. Frank Harrison (1995); Kouzes and Posner. (1995); Mosad Zineldin (1996); Luiz Moutinho te.al.(1997); Thabet A. Edris and Mohammad A.Almahmeed (1997); Stavros P.Kalafatis et al. (2000); David Brock (2000); Abdalla Hagen et al. (2003); Dean Elmuti, et al. (2005); Patricia Hind (2009) ; Hui-Wen Vivian Tang et al. (2010); John Clark, Kirsten Armit. (2010); Mohammad Ali Farajian and Shahriar Mohammadi. (2010); Sarich Chotipanich and Veerason Lertariyanun (2011) อ้างอิงใน Hui-Wen Vivian Tang et al. (2010); Andreas Persson (2012); เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ (2546); อภิสิทธิ์ (2552); นภวรรณ (2554); กัลยาณี (2555); Yukl (1989: 3-4); สืบชาติ อินทะไชย (2552);ปราชญ์ ศรีอักษร (2556)

2) มาตรวัดของทำเลที่ตั้ง พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมของ Thompson, Kathryn Ann. (1991); Stavros P.Kalafatis et al.(2000); Cem Canel, Sidhartha R.Das. (2002); Scott Lansing Fulford. (2009); Donald J.Mullineaux and Mark K.Pyles. (2010); ธัญปวีณ์ รัตนพงษ์พร (2553); ธนาคารแห่งประเทศไทย (2556)

3) มาตรวัดของต้นทุนสาขา พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมของ Timmons, Tony. (1996); Cem Canel et al. (1999); D Govender. (2000); Balsley and Hoover. (2002); Tim McLaren et al. (2002); Mark G. Durkin and Barry Howcroft (2003); Dimitris I. Giokas (2008); Tom Wamalwa. (2006); Donald J.Mullineaux and Mark K.Pyles.(2010); Joanthan Reynoldx, Steve Wood. (2010); Eric Yankson. (2011); Ernst and Young Group. (2011); ชินบุตร สุรินทรามนต์ (2012)

4) มาตรวัดของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม ของ B.L.MacCarthy, W. Atthirawong. (2003); Eddie W.L. Cgeng, Heng Li, Ling Yu. (2005); Ernst and Young Group. (2011); Rong Ma. (2012); ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551)

5) มาตรวัดของศักยภาพการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551); Garment Industry Development Corporation (2001a); ริชพีช ทิพ (2002); Michele Determan (2003)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับการสร้างเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดแบบ 7-Point Likert Scale Likert (1970) จำนวน 46 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาให้เป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ มีความเที่ยงตรงของข้อมูล และมีความเชื่อมั่นเพียงพอที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ โดยดำเนินการให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จำนวน 5 รายร่วมดำเนินการสอบความสมบูรณ์ ถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม รวมทั้งการใช้ภาษา เพื่อให้แบบสอบถามสามารถสื่อสารได้อย่างถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ประกอบด้วย

ตารางที่ 4.1 ผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจสอบแบบสอบถามจำนวน 5 ท่าน

ลำดับผู้ทรงคุณวุฒิ	ชื่อ และ ตำแหน่งของผู้ทรงคุณวุฒิ
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 1	รศ. ดร. พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์ ตำแหน่ง คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 2	รศ. ดร. วิสุทธิ อธิพรธรรม ตำแหน่ง รองคณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 3	คุณมะลิวัลย์ สุภาพาร ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการ ฝ่ายพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายการบริการและการขาย ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 4	คุณสถาชัย ชวาลวิชัย ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการ ฝ่ายงานพัฒนาและสนับสนุน โครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายการบริการและ การขาย ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 5	คุณภาณุ สงพรหม ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหารช่องทางการขาย ธนาคาร ซีเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของข้อคำถามที่เป็นมาตรวัดตัวแปร โดยแสดงค่าแสดงอำนาจจำแนก (Corrected Item-Total Correlation) และค่า Cronbach's alpha ของแต่ละกลุ่มตัวแปร เพื่อเป็นการแสดงและยืนยันว่า ข้อมูลที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้ มีความเชื่อถือได้ โดยผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงและความเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เชื่อถือได้ของมาตรวัดตามวิธีของครอนบาคมีค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ของข้อมูลตามรายชื่อของแต่ละตัวแปร อยู่ในระดับยอมรับได้ มีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง ดังปรากฏตามตาราง ค่าแสดงอำนาจจำแนกและค่าเชื่อถือได้ของแต่ละกลุ่มตัวแปร ตารางที่ 4.2 ถึง 4.5

ตารางที่ 4.2 ค่าแสดงอำนาจจำแนกและค่าเชื่อถือได้ของตัวแปรผู้นำองค์กร

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	องค์ประกอบ ของมาตรวัด	ค่าแสดงอำนาจจำแนก (Corrected Item-Total Correlation)	Cronbach's Alpha
ผู้นำองค์กร				.849
	-กลยุทธ์	กลยุทธ์_1	.781	.892
		กลยุทธ์_2	.784	
		กลยุทธ์_3	.750	
		กลยุทธ์_4	.733	
	-แผนงาน	แผนงาน_1	.768	.892
		แผนงาน_2	.793	
		แผนงาน_3	.724	
		แผนงาน_4	.764	
	-ทีมงาน	ทีมงาน_1	.713	.883
		ทีมงาน_2	.739	
		ทีมงาน_3	.721	
		ทีมงาน_4	.748	
		ทีมงาน_5	.681	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า

1) การวัดค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนตัวชี้วัด (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าระหว่าง .681 - .793

2) การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์รวมของตัวแปรสังเกตได้คะแนนรวมมาตรวัดเท่ากับ มีค่าระหว่าง .883 - .892

ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha รวมของตัวแปรแฝงด้านผู้นำองค์กร เท่ากับ .849 ถือว่า เป็นมาตรวัดที่มีระดับความเชื่อถือได้ในระดับสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 ค่าแสดงอำนาจจำแนกและค่าเชื่อถือได้ของตัวแปรด้านทำเลที่ตั้ง

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	องค์ประกอบ ของมาตรวัด	ค่าแสดงอำนาจจำแนก (Corrected Item-Total Correlation)	Cronbach's alpha
ทำเลที่ตั้ง				.810
	-รูปแบบสาขา	รูปแบบสาขา_1	.649	.877
		รูปแบบสาขา_2	.774	
		รูปแบบสาขา_3	.787	
		รูปแบบสาขา_4	.733	
		รูปแบบสาขา_5	.606	
	-การรับรู้ของลูกค้า	การรับรู้_1	.774	.861
		การรับรู้_2	.643	
		การรับรู้_3	.711	
		การรับรู้_4	.710	
	-จำนวนประชากร	จำนวนประชากร_1	.778	.905
		จำนวนประชากร_2	.854	
		จำนวนประชากร_3	.806	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า

- 1) การวัดค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนตัวชี้วัด (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าระหว่าง .606 - .854
- 2) การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์รวมของตัวแปรสังเกตได้คะแนนรวมมาตรวัดเท่ากับ มีค่าระหว่าง .861 - .905

ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha รวมของตัวแปรแฝงด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนเท่ากับ .810 ถือว่า เป็นมาตรวัดที่มีระดับความเชื่อถือได้ในระดับสูง

ตารางที่ 4.4 ค่าแสดงอำนาจจำแนกและค่าเชื่อถือได้ของตัวแปรต้นทุนสาขา

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	องค์ประกอบ ของมาตรวัด	ค่าแสดงอำนาจจำแนก (Corrected Item-Total Correlation)	Cronbach's alpha
ต้นทุนสาขา				.739
	-ขนาดพื้นที่	ขนาดพื้นที่_1 ขนาดพื้นที่_2 ขนาดพื้นที่_3	.774 .819 .768	.891
	-อุปกรณ์/เทคโนโลยี	อุปกรณ์_1 อุปกรณ์_2 อุปกรณ์_3 อุปกรณ์_4	.793 .841 .850 .771	.919

จากตารางที่ 4.4 พบว่า

- 1) การวัดค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนตัวชี้วัด (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าระหว่าง .768 - .850
- 2) การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์รวมของตัวแปรสังเกตได้คะแนนรวมมาตรวัดเท่ากับ มีค่าระหว่าง .891 - .919

ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha รวมของตัวแปรแฝงด้านนโยบายภาครัฐเท่ากับ .739 ถือว่า เป็นมาตรวัดที่มีระดับความเชื่อถือได้ในระดับสูง

ตารางที่ 4.5 ค่าแสดงอำนาจจำแนกและค่าเชื่อถือได้ของตัวแปรปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	องค์ประกอบ ของมาตรวัด	ค่าแสดงอำนาจจำแนก (Corrected Item-Total Correlation)	Cronbach's alpha
ปัจจัยด้าน เศรษฐกิจ				.805
	-ปัจจัยภายในองค์กร -ผลการดำเนินงาน	ปัจจัยภายใน_1 ปัจจัยภายใน_2 ปัจจัยภายใน_3 ปัจจัยภายใน_4 ปัจจัยภายใน_5	.807 .809 .745 .775 .650	.902
	-ปัจจัยภายนอกองค์กร -ภาวะเศรษฐกิจ	ปัจจัยภายนอก_1 ปัจจัยภายนอก_2 ปัจจัยภายนอก_3	.723 .772 .601	.835

จากตารางที่ 4.5 พบว่า

1) การวัดค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนตัวชี้วัด (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าระหว่าง .601 - .809

2) การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์รวมของตัวแปรสังเกตได้คะแนนรวมมาตรวัดเท่ากับ มีค่าระหว่าง .835 - .902

ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha รวมของตัวแปรแฝงด้านนโยบายภาครัฐเท่ากับ .805 ถือว่า เป็นมาตรวัดที่มีระดับความเชื่อถือได้ในระดับสูง

4.2 ผลของข้อมูลเชิงพรรณนา

ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการอธิบายถึง โมเดลความสัมพันธ์ของผู้นำทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ตามแบบโครงสร้างของกรอบแนวคิดการวิจัย และแผนภาพเส้นทางตามทฤษฎีที่ได้เสนอไว้ในบทที่ 3 โดยใช้การวิเคราะห์กำลังน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยแสดงเป็นแบบจำลองโครงสร้าง ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป PLS-Graph Chin (2001) ในการตรวจสอบมาตรวัด และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งปรากฏผลการวิเคราะห์ ตามรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 220 ตัวอย่าง ด้วยการสำรวจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สาขาที่จบการศึกษา และ ตำแหน่ง โดยมีรายละเอียดข้อมูลทั่วไปดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ข้อมูล เพศ ระดับการศึกษา สาขาที่จบการศึกษา และ ตำแหน่ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 220)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	115	52.3
	หญิง	105	47.7
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ากว่าปริญญาตรี	12	5.5
	ปริญญาตรี	140	63.6
	ปริญญาโท	68	30.9
	ปริญญาเอก	-	-
สาขาที่จบการศึกษา	เกษตรกรรม	4	1.8
	บริหารธุรกิจ	122	55.5
	รัฐศาสตร์	16	7.3
	มนุษยศาสตร์	7	3.2
	สื่อสารมวลชน	2	0.9
	นิติศาสตร์	6	2.7
	อื่นๆ	63	28.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6(ต่อ) ข้อมูล เพศ ระดับการศึกษา สาขาที่จบการศึกษา และ ตำแหน่ง ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 220)	ร้อยละ
ตำแหน่ง	ผู้บริหารระดับต้น	96	43.6
	ผู้บริหารระดับกลาง	84	38.2
	ผู้บริหารระดับสูง	40	18.2

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.3 ส่วนมากเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 140 รายคิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาโท จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.9 โดยสาขาที่จบการศึกษาจำนวนมากสุด ได้แก่ สาขาบริหารธุรกิจ จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.5 และส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามดำรงตำแหน่ง ผู้บริหารระดับต้น จำนวน 96 ราย หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 43.6 รองลงมาดำรงตำแหน่ง ผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 84 ราย หรือ คิดเป็นอัตราร้อยละ 38.2 และเป็นผู้บริหารระดับสูง จำนวน 40 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 18.2

4.2.2 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับตัวชีวิตของแต่ละตัวแปร โดยมีเกณฑ์ของระดับความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1.00 – 1.86	เท่ากับ	ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.87 – 2.72	เท่ากับ	ระดับไม่เห็นด้วย
2.73 – 3.58	เท่ากับ	ระดับไม่ค่อยเห็นด้วย
3.59 – 4.44	เท่ากับ	ระดับเฉยๆ
4.45 – 5.30	เท่ากับ	ระดับค่อนข้างเห็นด้วย
5.31 – 6.16	เท่ากับ	ระดับเห็นด้วย
6.17 – 7.00	เท่ากับ	ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปรากฏรายละเอียด ปรากฏดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 ตัวชี้วัดผู้นำองค์กร

ปัจจัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
กลยุทธ์	5.7341	.89728	เห็นด้วย
1) องค์กรของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์	5.8273	.99183	เห็นด้วย
2) องค์กรของท่านมีการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า	5.7091	1.04550	เห็นด้วย
3) องค์กรของท่านมีการสำรวจความต้องการของลูกค้า	5.6636	1.00934	เห็นด้วย
4) องค์กรของท่านมีการกำหนดส่วนแบ่งตลาด	5.7364	1.08268	เห็นด้วย
แผนงาน	5.5489	1.03155	เห็นด้วย
1. องค์กรของท่านมีการวางแผนล่วงหน้า	5.8545	1.16522	เห็นด้วย
2. องค์กรของท่านมีการจัดทำแผนงานขององค์กรมีทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว	5.6636	1.14499	เห็นด้วย
3. องค์กรของท่านมีการจัดทำแผนงานของท่านมีการปรับเปลี่ยนทุก 3 ปี	5.2227	1.25346	ค่อนข้างเห็นด้วย
4. องค์กรมีการสำรวจข้อมูลก่อนดำเนินการจัดทำแผนงาน	5.4545	1.18311	เห็นด้วย
ทีมงาน	5.3555	1.00484	เห็นด้วย
1) องค์กรของท่านมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคลากร	5.6455	1.09450	เห็นด้วย
2) องค์กรของท่านมีการกระจายอำนาจและให้อิสระในการทำงาน	5.1545	1.19119	ค่อนข้างเห็นด้วย
3) องค์กรของท่านมีการกระตุ้นให้ทีมงานมีความคิดสร้างสรรค์ด้วยการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกัน	5.3136	1.25214	เห็นด้วย
4) องค์กรของท่านมีการให้ความรู้แก่บุคลากรขององค์กร	5.3409	1.30232	เห็นด้วย
5) องค์กรของท่านมีการให้รางวัลเพื่อเป็นแรงจูงใจแก่บุคลากร	5.3227	1.23511	เห็นด้วย
รวม	5.5461	.85856	เห็นด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย และมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของปัจจัยด้านผู้นำองค์กรในระดับที่แตกต่างกัน โดยเรียงตามลำดับดังนี้

1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ มีความเห็นระดับเห็นด้วย เช่น องค์กรควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ มีการกำหนดส่วนแบ่งตลาด มีการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า รวมทั้งมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าด้วย

2) ปัจจัยด้านแผนงาน มีความเห็นระดับเห็นด้วย เช่น องค์กรควรมีการวางแผนล่วงหน้า โดยการจัดทำแผนงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว แต่จะต้องดำเนินการสำรวจข้อมูลก่อนดำเนินการจัดทำแผนงาน และ การจัดทำแผนงานควรมีการปรับเปลี่ยนทุก 3 ปี

3) ปัจจัยด้านทีมงาน มีความเห็นระดับเห็นด้วย เช่น องค์กรควรมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคลากร มีการให้ความรู้แก่บุคลากร มีการให้รางวัลเพื่อเป็นแรงจูงใจแก่บุคลากร มีการกระตุ้นให้ทีมงานมีความคิดสร้างสรรค์ด้วยการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกัน และ มีการกระจายอำนาจและให้อิสระในการทำงาน



ตารางที่ 4.8 ตัวชี้วัดด้านทำเลที่ตั้ง

ปัจจัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
รูปแบบสาขา	5.2782	1.01030	ค่อนข้างเห็นด้วย
1) รูปแบบของสาขาที่กำหนดจากนโยบายของธนาคาร	5.5955	1.17624	เห็นด้วย
2) รูปแบบสาขาที่กำหนดจากปริมาณสาขาทั่วไปของธนาคาร	5.2455	1.17186	ค่อนข้างเห็นด้วย
3) รูปแบบสาขาที่กำหนดจากปริมาณสาขาอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร	5.2045	1.26743	ค่อนข้างเห็นด้วย
4) รูปแบบของสาขาที่กำหนดจากเงื่อนไขของธนาคารแห่งประเทศไทย	5.2591	1.36196	ค่อนข้างเห็นด้วย
5) รูปแบบของสาขาที่กำหนดจากบุคลากรที่พร้อมปฏิบัติงานในสาขาที่ขอเปิด	5.0864	1.18082	ค่อนข้างเห็นด้วย
การรับรู้ของลูกค้า	5.6625	.91569	เห็นด้วย
1) องค์กรของท่านมีระบบการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้า	5.5955	1.08749	เห็นด้วย
2) องค์กรของท่านมีการกำหนดความถี่ในการสื่อสารข้อมูล	5.4455	1.13545	เห็นด้วย
3) องค์กรของท่านมีช่องทางในการสื่อสารข้อมูลมากกว่า 3 ช่องทาง อาทิ โดยพนักงาน โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยสื่อการโฆษณา	5.7955	1.11404	เห็นด้วย
4) องค์กรของท่านมีการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้า	5.8136	1.01891	เห็นด้วย
จำนวนประชากร	5.2348	1.04389	ค่อนข้างเห็นด้วย
1) มูลค่าการลงทุนในการพัฒนาภาคการผลิต	5.3045	1.08665	ค่อนข้างเห็นด้วย
2) รายได้ต่อหัวของประชากร	5.1409	1.14802	ค่อนข้างเห็นด้วย
3) คุณลักษณะของลูกค้า	5.2591	1.17864	ค่อนข้างเห็นด้วย
รวม	5.3918	.84426	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพการขยายสาขาราชการพาณิชย์ของไทย และมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ในระดับที่แตกต่างกัน โดยเรียงตามลำดับดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ปัจจัยด้านการรับรู้ของลูกค้า มีความเห็นระดับเห็นด้วย เช่น องค์กรควรมีการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้า โดยจะต้องมีช่องทางในการสื่อสารข้อมูลมากกว่า 3 ช่องทาง อาทิ โดยพนักงาน โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยสื่อการโฆษณา มีการสร้างระบบการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้า และ การกำหนดความถี่ในการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้าด้วย

2) ปัจจัยด้านรูปแบบสาขา มีความเห็นระดับค่อนข้างเห็นด้วย เช่น รูปแบบของสาขา กำหนดจากนโยบายของธนาคาร โดยพิจารณากำหนดจากเงื่อนไขของธนาคารแห่งประเทศไทย กำหนดจากปริมาณสาขาทั่วไปของธนาคาร กำหนดจากปริมาณสาขาอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร และ กำหนดจากบุคลากรที่พร้อมปฏิบัติงานในสาขาที่ขอเปิด

3) ปัจจัยด้านจำนวนประชากร มีความเห็นระดับค่อนข้างเห็นด้วย เช่น มูลค่าการลงทุน ในการพัฒนาภาคธุรกิจ คุณลักษณะของลูกค้า และ รายได้ต่อหัวของประชากร

ตารางที่ 4.9 ตัวชี้วัดด้านต้นทุนสาขา

ปัจจัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ขนาดพื้นที่	5.2106	1.16197	ค่อนข้างเห็นด้วย
1) ขนาดพื้นที่ของสาขาที่กำหนดจากนโยบายขององค์กร	5.1909	1.29977	ค่อนข้างเห็นด้วย
2) ขนาดพื้นที่สาขาที่กำหนดจากเงินลงทุนของธนาคาร	5.1818	1.32197	ค่อนข้างเห็นด้วย
3) ขนาดพื้นที่ของสาขาที่กำหนดจากจำนวนลูกค้าเป้าหมายในแต่ละสาขา	5.2591	1.22424	ค่อนข้างเห็นด้วย
อุปกรณ์/เทคโนโลยี	5.5250	1.00595	เห็นด้วย
1) การใช้อุปกรณ์/เทคโนโลยีของสาขาที่กำหนดจากนโยบายขององค์กร	5.6136	1.11887	เห็นด้วย
2) การใช้อุปกรณ์/เทคโนโลยีของสาขาที่กำหนดจากเงินลงทุนขององค์กร	5.5182	1.14861	เห็นด้วย
3) องค์กรมีการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีแก่พนักงาน	5.4409	1.09843	เห็นด้วย
4) องค์กรมีการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ใช้กับบริการของธนาคาร แก่ลูกค้า	5.5273	1.12025	เห็นด้วย
รวม	5.3678	.96779	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่ปัจจัยด้านต้นทุนสาขา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการขยายสาขารธนาคารพาณิชย์ของไทย และมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ในระดับที่แตกต่างกัน โดยเรียงตามลำดับดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ปัจจัยด้านอุปกรณ์/เทคโนโลยี มีความเห็นระดับเห็นด้วย เช่น การใช้อุปกรณ์/เทคโนโลยีของสาขากำหนดจากนโยบายขององค์กร มีการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ใช้กับบริการของธนาคาร แก่ลูกค้า การใช้อุปกรณ์/เทคโนโลยีของสาขากำหนดจากเงินลงทุนขององค์กร และควรมีการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีแก่พนักงาน

2) ปัจจัยด้านขนาดพื้นที่ มีความเห็นระดับค่อนข้างเห็นด้วย เช่น ขนาดพื้นที่ของสาขา กำหนดจากจำนวนลูกค้าเป้าหมายในแต่ละสาขา กำหนดจากนโยบายขององค์กร และ กำหนดจากเงินลงทุนของธนาคาร

ตารางที่ 4.10 ตัวชี้วัดปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ปัจจัยภายในองค์กร-ผลการดำเนินงาน	5.2536	1.08482	ค่อนข้างเห็นด้วย
1) การเปิดสาขาพิจารณาจากผลการดำเนินงานของธนาคาร	5.4773	1.23659	เห็นด้วย
2) การเปิดสาขาพิจารณาจากอัตราเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงของธนาคาร	5.1318	1.34670	ค่อนข้างเห็นด้วย
3) การเปิดสาขาพิจารณาจากหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคาร	4.9545	1.31993	ค่อนข้างเห็นด้วย
4) การเปิดสาขาพิจารณาจากองค์กรมีระบบบรรณาภิบาลที่ดี	5.1273	1.28645	ค่อนข้างเห็นด้วย
5) การเปิดสาขาพิจารณาจากผลตอบแทนจากการลงทุน	5.5773	1.20062	เห็นด้วย
ปัจจัยภายนอกองค์กร-ภาวะเศรษฐกิจ	5.5091	.99334	เห็นด้วย
1) รายได้ประชาชาติสูงขึ้น ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคาร	5.4500	1.15559	เห็นด้วย
2) มูลค่าผลผลิตในพื้นที่ที่จะเปิดสาขา ส่งผลต่อการขอเปิดสาขา	5.4818	1.18385	เห็นด้วย
3) การจับจ่ายใช้สอยของประชากรในพื้นที่ที่ขอเปิดสาขาธนาคาร ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคาร	5.5955	1.09585	เห็นด้วย
รวม	5.3814	1.95153	เห็นด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสภาพการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย และมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ในระดับที่แตกต่างกัน โดยเรียงตามลำดับดังนี้

1) ปัจจัยภายนอกองค์กร-ภาวะเศรษฐกิจ มีความเห็นระดับเห็นด้วย เช่น การจับจ่ายใช้สอยของประชากรในพื้นที่ที่ขอเปิดสาขาธนาคาร ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคาร มูลค่าผลผลิตในพื้นที่ที่จะเปิดสาขา ส่งผลต่อการขอเปิดสาขา และรายได้ประชาชาติสูงขึ้น ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคาร

2) ปัจจัยภายในองค์กร-ผลการดำเนินงาน มีความเห็นระดับค่อนข้างเห็นด้วย เช่น การเปิดสาขาพิจารณาจากผลตอบแทนจากการลงทุน จากผลการดำเนินงานของธนาคาร จากอัตราเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงของธนาคาร จากองค์กรมีระบบธรรมาภิบาลที่ดี และจากหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคาร

ตารางที่ 4.11 ตัวชี้วัดด้านการขยายสาขาธนาคาร

ปัจจัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
จำนวนสาขา	5.5364	1.07845	เห็นด้วย
เวลา	5.3273	1.20584	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามค่อนข้างเห็นด้วยที่ตัวชี้วัดสภาพการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทยประกอบด้วย จำนวนสาขา และ เวลา โดยมีระดับความเห็นระดับเห็นด้วยทั้งจำนวนสาขา และเวลา

4.3 การวิเคราะห์และผลจากศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของมาตรวัดตามวิธีของครอนบาค มีค่าความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยมาตรวัดมีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา มีค่าระหว่าง .784 - .956

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วยโปรแกรมตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Path Modeling – PLS Path Modeling) โดยการตรวจสอบความเชื่อถือได้ และความเที่ยงตรงของมาตรวัด ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ของมาตรวัดตัวแปรแฝง แบบ Reflective และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ดังนี้

ค่าความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) มีเกณฑ์การพิจารณาที่ค่า Loading ของตัวชี้วัดใน block ต้องเป็นปริมาณ บวก และต้องมีค่าสูงกว่า 0.707 หรือ อย่างน้อยต้องไม่ต่ำกว่า 0.50 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($|t| \geq 1.96$) และค่า AVE (Average Variance Extracted) ≥ 0.50 จึงจะแสดงว่า มาตรวัดมีความเที่ยงตรงเชิงเหมือน Lauro and Vinzi (2004); Henseler et al. (2009) อ้างถึงใน มนตรี พิริยะกุล (2553: c-11)

ดังนั้น การวิเคราะห์ของงานวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการแบบ reflective ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเหมือนของมาตรวัดตัวแปรแฝง โดยดำเนินการตัดตัวแปรที่มีค่า Loading ต่ำกว่า 0.707 ออก ทำให้มาตรวัดของแบบจำลองโครงสร้างทุกตัวมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเหมือนเป็นบวกและมากกว่า 0.707 ถือว่า เที่ยงตรงและเชื่อถือได้ ปรากฏดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.12 ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ของมาตรวัดตัวแปรแฝงแบบ Reflective

Construct / Item	Loading	AVE	t-test
ผู้นำองค์กร (Leadership)		.771	
-กลยุทธ์ (Strategy)	.8812		
-แผนงาน (Planning)	.8711		
-ทีมงาน (Team)	.8818		
ทำเลที่ตั้ง (Location)		.726	
-รูปแบบสาขา (Form)	.8520		37.2205
-การรับรู้ของลูกค้า (Know)	.8421		20.6460
-จำนวนประชากร (Population)	.8624		39.9884
ต้นทุนสาขา (Cost)		.796	
-ขนาดสาขา (Size)	.8875		38.4830
-อุปกรณ์ (Techno.)	.8970		28.4913
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Econ. Factor)		.838	
-ผลการดำเนินงานของธนาคาร (Econ.in)	.9110		58.1403
-ภาวะเศรษฐกิจ (Econ.out)	.9201		68.0468
การขยายสาขานักการ (Branch expansion)		.679	
-ด้านจำนวนสาขา (Per_a1)	.7650		8.1331
-ด้านเวลา (Per_a2)	.8796		33.2926

ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.12 สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงคั่นกลาง ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ กลยุทธ์ แผนงาน และ ทีมงาน ที่มีค่า Loading สูงกว่า 0.707 ณ ระดับนัยสำคัญที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 99 (ค่า t-stat มากกว่า 2.58) ถือว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อศักยภาพการขยายสาขานักการพาณิชย์ของไทย

2) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงคั่นกลาง ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ รูปแบบสาขา การรับรู้ของลูกค้า และ จำนวนประชากร ที่มีค่า Loading สูงกว่า 0.707 ณ ระดับนัยสำคัญที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 99 (ค่า t-stat = 2.58) ถือว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อศักยภาพการขยายสาขานักการพาณิชย์ของไทย

3) ปัจจัยด้านต้นทุนสาขา ซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลาง ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ ขนาดสาขา และ อุปกรณ์/เทคโนโลยี ที่มีค่า Loading สูงกว่า 0.707 ณ ระดับนัยสำคัญที่ความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เชื่อมั่นร้อยละ 99 (ค่า t-stat มากกว่า 2.58) ถือว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อศักยภาพการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย

4) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นตัวแปรต้น ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ ปัจจัยภายในองค์กร –ผลการดำเนินงานของธนาคาร และ ปัจจัยภายนอกองค์กร –ภาวะเศรษฐกิจ ที่มีค่า Loading

สูงกว่า 0.707 ณ ระดับนัยสำคัญที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 99 (ค่า t-stat มากกว่า 2.58) ถือว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อศักยภาพการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย

5) การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ซึ่งเป็นตัวแปรตาม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ จำนวนสาขา และ เวลา มีค่า Loading สูงกว่า 0.707 ณ ระดับนัยสำคัญที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 99 (ค่า t-stat = 2.58) ถือว่า ตัวชี้วัดของศักยภาพการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย

ค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ซึ่งเป็นดัชนีที่แสดงถึงมาตรวัดของแต่ละ Construct ที่แยกจากกัน โดยค่าสหสัมพันธ์ ระหว่าง ตัวแปรแฝง (Latent Variable = LV) หรือที่เรียกว่า Cross Construct Correlation จะต้องมีค่าต่ำกว่า \sqrt{AVE} โดยค่า AVE จะต้องมีค่ามากกว่า 0.50 และ Constructs Reliability (CR) ของตัวแปรต้อง ≥ 0.70 สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ปรากฏดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ค่าสถิติแสดงความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

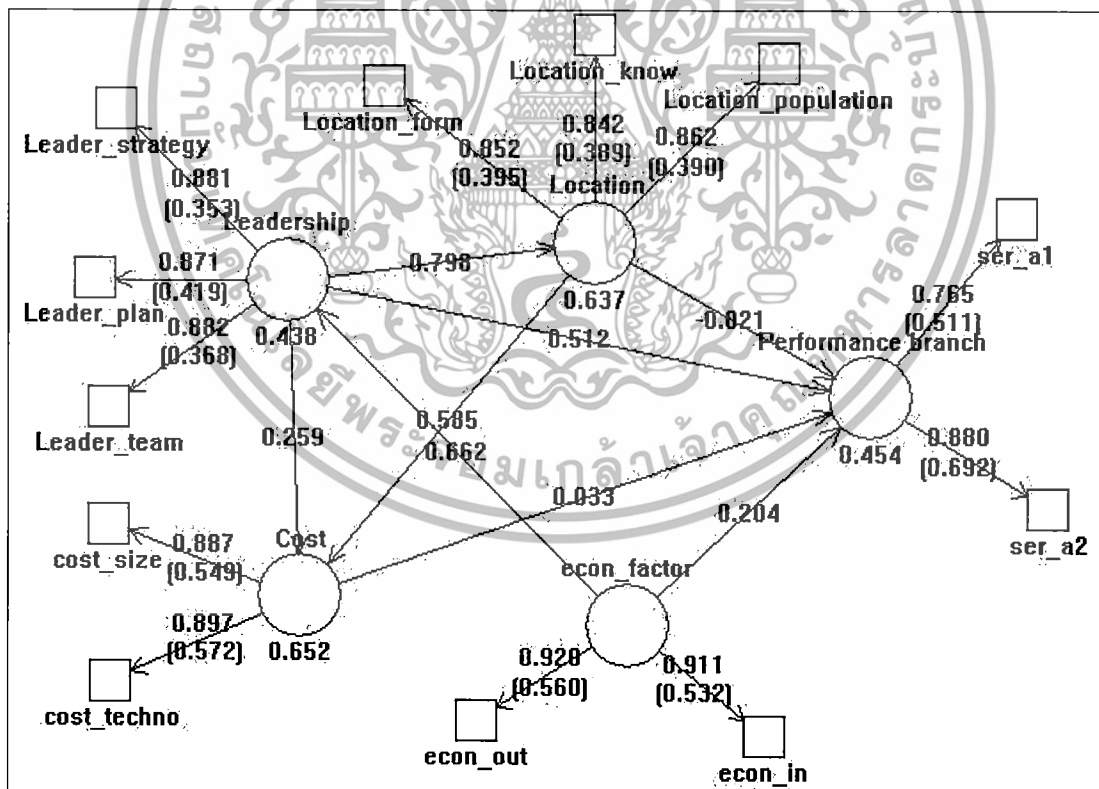
Construct	CR	R ²	AVE	Cross Construct Correlation				
				ผู้นำองค์กร	ทำเลที่ตั้ง	ต้นทุนสาขา	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	ศักยภาพการเปิดสาขา
ผู้นำองค์กร	.910	.4378	.771	.878				
ทำเลที่ตั้ง	.888	.6371	.726	.798	.852			
ต้นทุนสาขา	.886	.6516	.796	.726	.792	.892		
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	.912		.838	.662	.776	.810	.915	
การขยายสาขา	.808	.4542	.679	.654	.572	.553	.553	.824

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ค่า \sqrt{AVE} มีค่าสูงกว่า Interconstruct Correlation ที่อยู่ในสควมภ์เดียวกัน ทุกค่า ค่า Constructs Reliability (CR) สูงกว่า 0.70 ทุกค่า และค่า AVE สูงกว่า 0.50 ทุกค่า ซึ่งแสดงว่า มาตรวัดทุกตัวมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก เป็นมาตรวัดที่มีความน่าเชื่อถือและเที่ยงตรง

4.4 ผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้าง

จากกรอบแนวคิดการวิจัยในภาพที่ 2.8 แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างที่แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย โดยมีตัวแปรอิสระ 1 ตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ตัวแปรต้นกลาง ได้แก่ ผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และตัวแปรตาม คือ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้จำนวน 220 ราย มาทำการวิเคราะห์เพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยจำนวน 8 ข้อ และได้ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ปรากฏดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 Final Model

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งแบบจำลองรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านผู้นำองค์กร ทำเลที่ตั้ง ต้นทุนสาขา และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทยดังภาพที่ 4.1 เป็นแบบจำลองที่มีความสมบูรณ์ สามารถทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้อย่างถูกต้อง เป็นจริงมากที่สุด โดยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร
- 2) ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ กลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน
- 3) ปัจจัยด้านต้นทุนสาขา ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ ขนาดสาขา และ อุปกรณ์และเทคโนโลยี

ส่วนปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งนั้น พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานไม่มีผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย

จากปัจจัยดังกล่าว พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมเชิงบวกสูงสุด (ทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม) ต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยมีปัจจัยรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร และ ปัจจัยด้านต้นทุนสาขา โดยปัจจัยด้านต้นทุนสาขามีอิทธิพลอย่างไม่มีนัยสำคัญ และปัจจัยที่อิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุด ได้แก่ ผู้นำองค์กร ทั้งนี้รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ค่าอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ (Antecedent)			ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
			ผู้นำองค์กร	ทำเลที่ตั้ง	ต้นทุนสาขา	
ผู้นำองค์กร	.438	อิทธิพลทางตรง	N/A	N/A	N/A	.662
		อิทธิพลทางอ้อม	N/A	N/A	N/A	-
		อิทธิพลรวม	N/A	N/A	N/A	.662
ทำเลที่ตั้ง	.637	อิทธิพลทางตรง	.798	N/A	N/A	-
		อิทธิพลทางอ้อม	-	N/A	N/A	.528
		อิทธิพลรวม	.798	N/A	N/A	.528
ต้นทุนสาขา	.652	อิทธิพลทางตรง	.259	.585	N/A	-
		อิทธิพลทางอ้อม	.467	-	N/A	.171
		อิทธิพลรวม	.726	.585	N/A	.171

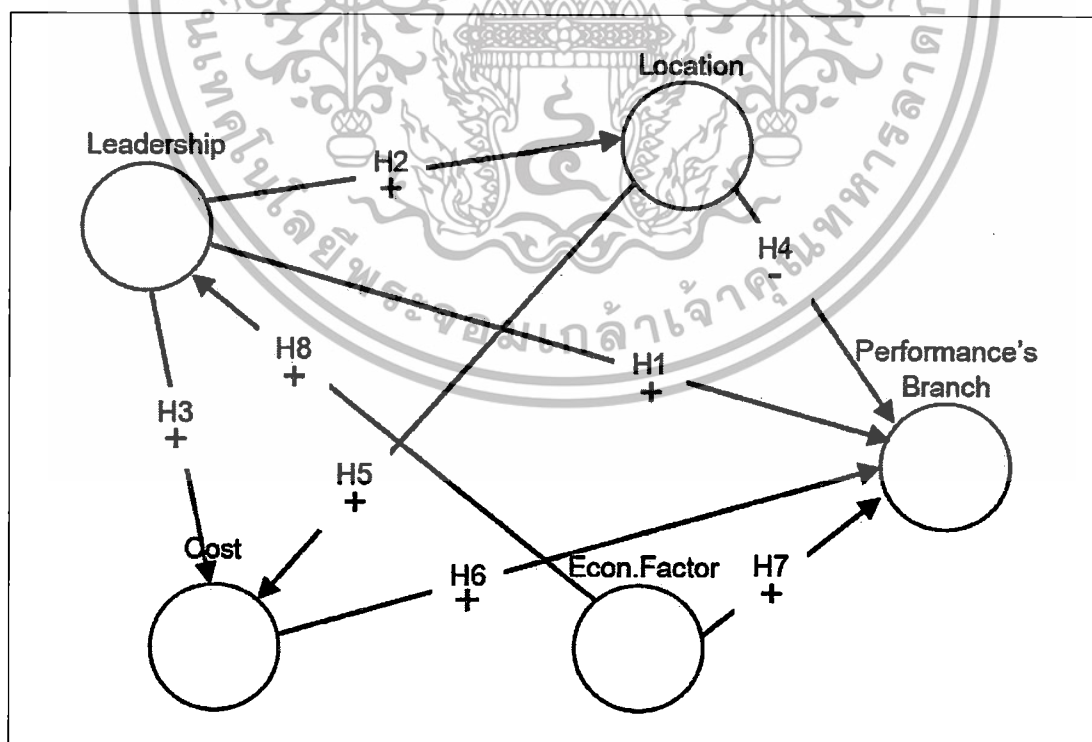
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14(ต่อ) ค่าอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ (Antecedent)			
			ผู้นำองค์กร	ทำเลที่ตั้ง	ต้นทุนสาขา	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
การขยายสาขา	.454	อิทธิพลทางตรง	.512	-.021	.033	.204
		อิทธิพลทางอ้อม	-.008	.019	-	.334
		อิทธิพลรวม	.504	-.002	.033	.538

4.5 ผลการทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิเคราะห์สมมุติฐานการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยด้านผู้นำทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ t-test ของเส้นทางความสัมพันธ์แต่ละเส้นตามข้อสมมุติฐานการวิจัย ปรากฏค่า t-test ที่มีนัยสำคัญมากกว่า 1.96* และ 2.58** และสามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ดังภาพที่ 4.2 และตารางที่ 4.15 ดังนี้



ภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สมมุติฐาน

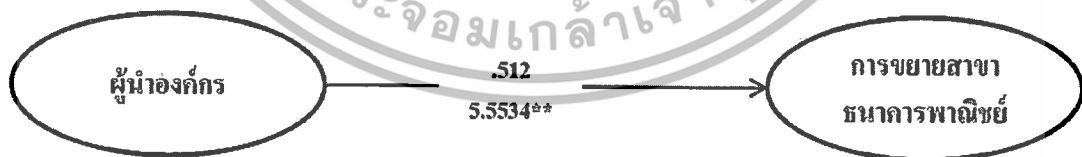
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมุติฐาน

	สมมุติฐาน	Coef.	t-test	ผลสรุป
H1	ผู้นำองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย	.512	5.5534	สนับสนุน
H2	ผู้นำองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ทำเลที่ตั้ง	.798	25.6200	สนับสนุน
H3	ผู้นำองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ต้นทุนสาขา	.259	4.196	สนับสนุน
H4	ทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย	-.021	.2035	ไม่สนับสนุน
H5	ทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ต้นทุนสาขา	.585	10.3865	สนับสนุน
H6	ต้นทุนสาขา มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย	-.033	.3113	ไม่สนับสนุน
H7	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย	.204	2.1822	สนับสนุน
H8	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ผู้นำองค์กร	.662	14.1597	สนับสนุน

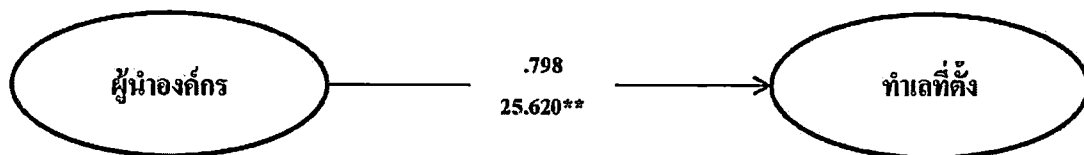
ผลการวิเคราะห์ที่ปรากฏดังตารางที่ 4.15 สามารถอธิบายได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 (H1) : ผู้นำองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย มีค่า coef. = .512 มีความเป็นจริง ยอมรับตามสมมุติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ $p \leq 0.01$ (t-test มีค่า = 5.5534)

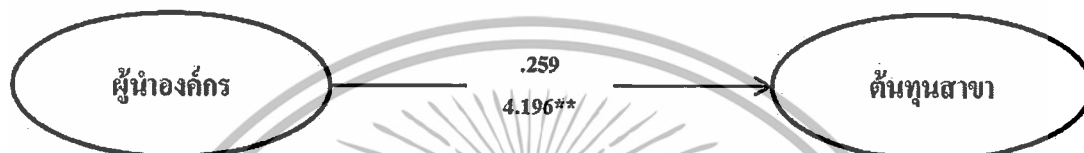


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมุติฐานที่ 2 (H2) : ผู้นำองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ทำเลที่ตั้ง มีค่า coef. = .798 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมุติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ $p \leq 0.01$ (t-test มีค่า = 25.620)



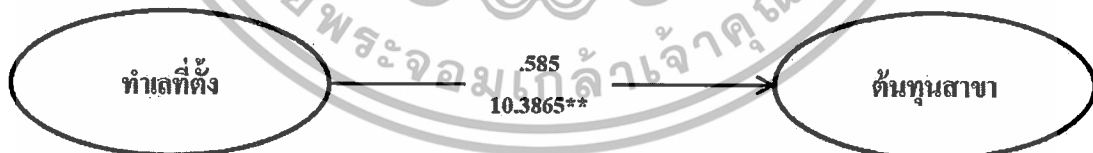
สมมุติฐานที่ 3 (H3) : ผู้นำองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ต้นทุนสาขา มีค่า coef. = .259 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมุติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ $p \leq 0.01$ (t-test มีค่า = 4.196)



สมมุติฐานที่ 4 (H4) : ทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย มีค่า coef. = -.021 มีความเป็นจริง ไม่ยอมรับตามสมมุติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ $p \leq 0.05$ (t-test มีค่า = .2035)

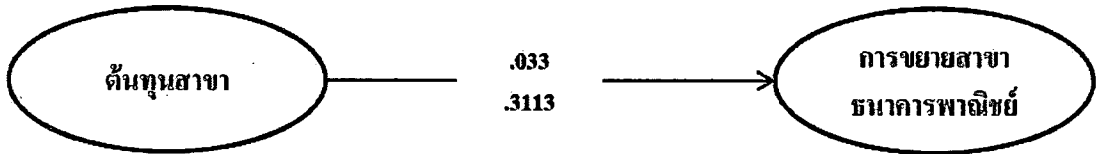


สมมุติฐานที่ 5 (H5) : ทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ต้นทุนสาขา มีค่า coef. = .585 มีความเป็นจริง ยอมรับตามสมมุติฐานที่นัยสำคัญ $p \leq 0.01$ (t-test มีค่า = 10.3865)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

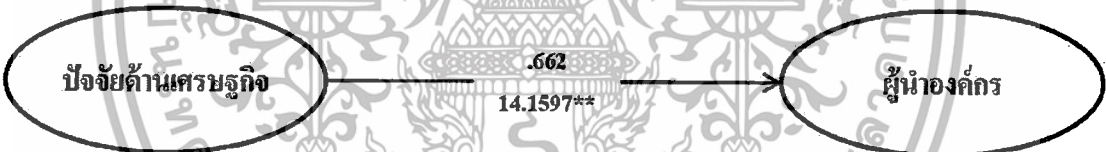
สมมุติฐานที่ 6 (H6) : ต้นทุนสาขา มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย มีค่า coef. = .033 มีความเป็นจริง ไม่ยอมรับตามสมมุติฐานที่นัยสำคัญ $p \leq 0.05$ (t-test มีค่า = .3113)



สมมุติฐานที่ 7 (H7) : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย มีค่า coef. = .204 มีความเป็นจริง ยอมรับตามสมมุติฐานที่นัยสำคัญ $p \leq 0.05$ (t-test มีค่า = 2.1822)



สมมุติฐานที่ 8 (H8) : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ผู้นำองค์กร มีค่า coef. = .662 มีความเป็นจริง ยอมรับตามสมมุติฐานที่นัยสำคัญ $p \leq 0.01$ (t-test มีค่า = 14.1597)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สำหรับการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ วิธีการศึกษาดำเนินการจากการทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์แนวคิดและทฤษฎี หลักการ ตลอดจน การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) เพื่อค้นหาคำตอบจากคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) จากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารของธนาคาร ซึ่งเป็นบุคคลที่ส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายด้านการขยายสาขาของธนาคาร จำนวนรวม 10 ราย ได้แก่

ตารางที่ 4.16 รายชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

ชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
1) คุณกำพล สุทธิพิเชษฐ์	ผู้อำนวยการฝ่าย
2) คุณสถาชัย ชาวลาภิชัยชัย	รองผู้อำนวยการฝ่าย
3) คุณเกียรติพงษ์ ช่อนกลิ่น	รองผู้อำนวยการฝ่าย
4) คุณทศพร อัญญอิม	รองผู้อำนวยการฝ่าย
5) คุณสุรพล ศรีสมบูรณ์	รองผู้อำนวยการฝ่าย
6) คุณทศพร อัญญอิม	รองผู้อำนวยการฝ่าย
7) คุณพศพงษ์ รัตนาภิรมย์มาศ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย
8) คุณกษิต์เดช นันทิพัฒน์สกุล	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย
9) คุณธีรเดช ลิมนานาคุณิกร	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย
10) คุณกวี วงษ์จิรภัทร	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย

ประเด็นในการสอบถาม ได้แก่ ผู้นำองค์กร ทำเลที่ตั้ง ต้นทุนสาขา ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และการขยายสาขานาครพาณิชย์ของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการยืนยันผลงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้จัดทำตารางเปรียบเทียบผลงานวิจัยเชิงปริมาณ กับ ผลงานวิจัยเชิงคุณภาพ ทั้งนี้ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1) การกำหนดประเด็นในการสัมภาษณ์ ตามรูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ได้จากงานวิจัยเชิงปริมาณ

2) เก็บรวบรวมข้อมูลตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยการสัมภาษณ์ทั้งการจดบันทึก และการบันทึกเทป เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล และเพื่อให้สามารถตรวจสอบข้อมูลได้ในภายหลัง ซึ่งการบันทึกเทปจะดำเนินการต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์เท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) การจัดระเบียบข้อมูล โดยเรียงเรียงข้อมูล จัดลำดับเนื้อหา เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จะเป็นการจัดกลุ่มของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามตัวแปรของงานวิจัย พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูลที่รวบรวมมาได้

4) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ผนวกกับแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

5) การนำเสนอข้อมูล จะดำเนินการในรูปแบบการพรรณนาตามรูปแบบความสัมพันธ์

6) การดำเนินการเปรียบเทียบผลงานวิจัยเชิงปริมาณ กับ ผลงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการหาข้อสรุป การตีความและการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลวิจัย ทั้งนี้ เพื่อยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ดังนั้น คำถามการวิจัยเชิงคุณภาพ จึงสอดคล้องกับกรอบของการวิจัยเชิงปริมาณ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17 ประเด็นคำถามการวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อคำถาม	รายละเอียดข้อคำถาม
ประเด็นที่ 1	ท่านคิดว่า ตัวชี้วัดการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ประกอบด้วย จำนวนสาขาที่เปิด และ เวลาใช้หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีตัวชี้วัดอื่นอีกหรือไม่
ประเด็นที่ 2	ท่านคิดว่า ผู้นำองค์กร ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด และเป็นผู้ว่าองค์กร ระดับใด
ประเด็นที่ 3	ท่านคิดว่า กลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน คือ องค์ประกอบของผู้นำองค์กร ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่
ประเด็นที่ 4	ท่านคิดว่า ทำเลที่ตั้ง ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด
ประเด็นที่ 5	ท่านคิดว่า รูปแบบสาขา การรับรู้ของลูกค้า จำนวนประชากร คือ องค์ประกอบของทำเลที่ตั้ง ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่
ประเด็นที่ 6	ท่านคิดว่า ต้นทุนในการเปิดสาขา ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด
ประเด็นที่ 7	ท่านคิดว่า ขนาดสาขา และ อุปกรณ์ คือ องค์ประกอบของต้นทุนในการเปิดสาขา ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่
ประเด็นที่ 8	ท่านคิดว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด
ประเด็นที่ 9	ท่านคิดว่า ผลการดำเนินงานของธนาคาร และ ภาวะเศรษฐกิจ คือ องค์ประกอบของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่
ประเด็นที่ 10	ท่านคิดว่า ระดับอิทธิพลของผู้นำองค์กร ทำเลที่ตั้ง ต้นทุนในการเปิดสาขา และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยใดมีอิทธิพลสูงสุด เพราะเหตุใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6.1 สรุปผลจากประเด็นจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) จำนวน 10 ราย สามารถสรุปแต่ละประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ท่านคิดว่า ตัวชี้วัดการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ประกอบด้วยจำนวนสาขาที่เปิด และ เวลาใช้หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีตัวชี้วัดอื่นอีกหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ให้ความเห็นสอดคล้องว่าจำนวนของสาขาที่เปิดและ เวลาให้บริการแล้วก็มีส่วนสำคัญต่อการวางแผน ขยายสาขาธนาคารพาณิชย์เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการใช้บริการของลูกค้า และมีความเหมาะสมต่อ Lifestyle ของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้การขยายสาขาเป็นตัวชี้วัดศักยภาพของธนาคารว่ามีสาขาให้บริการ ครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการและเกิดความสะดวกในการใช้บริการ เมื่อลูกค้าสะดวกจะทำให้ลูกค้ามาใช้บริการและเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการ กับธนาคารเพิ่มมากขึ้นกรณีมีจำนวนสาขาที่มากเพียงพอจะทำให้ธนาคารสามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ

ประเด็นที่ 2 ท่านคิดว่า ผู้นำองค์กร ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทยหรือไม่ เพราะเหตุใด และเป็นผู้นำองค์กร ระดับใด

ผลการสัมภาษณ์ที่สนทนากับผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องว่าผู้นำองค์กรส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคาร เพราะจะเป็นผู้วางแผนกำหนดทิศทาง นโยบาย กลยุทธ์ และผลักดันให้เป็นไปตามแผนงาน โดยมีผู้นำองค์กรระดับสูงเป็นผู้กำหนดคนโยบาย และรองลงมาจะเป็น ผู้รับนโยบายมาดำเนินการให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ ดังนั้นผู้นำองค์กรจึงเป็นผู้ที่ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ และมีผลในการขับเคลื่อนให้เกิดความสำเร็จในการขยายสาขาได้อย่างเหมาะสม

ประเด็นที่ 3 ท่านคิดว่า กลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน คือ องค์ประกอบของผู้นำองค์กรใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ที่สนทนากับผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องว่าผู้นำองค์กร ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ แผนงานและทีมงานเพราะทั้ง 3 ตัวหลักครอบคลุม องค์ประกอบของผู้นำองค์กรทั้งหมด และสามารถแตกรายละเอียดได้ว่าผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดคนนโยบาย การบริหารทีมงานเป็นผู้รับนโยบายและดำเนินการเพื่อจะนำข้อมูลมาทำเป็น กลยุทธ์หลังจากนั้นจึงดำเนินการตามแผนงานให้แล้วเสร็จ

ประเด็นที่ 4 ท่านคิดว่า ทำเลที่ตั้ง ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทยหรือไม่ เพราะเหตุใด

ผลการสัมภาษณ์ที่สนทนากับผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องว่าทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและต้องเป็นที่ให้บริการกับคนจำนวนมากอีกทั้งเป็นการสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในการทำธุรกรรมเนื่องจากธุรกิจทุกประเภทก็ควรขยาย สาขาให้ตอบสนองพฤติกรรมและ Lifestyle ของลูกค้าในปัจจุบันเช่นสาขาในห้างสรรพสินค้าเหมาะกับผู้ที่ไม่มีเวลาจำกัดและเป็นพื้นที่ที่สะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการและทำธุรกรรมต่างๆ

ประเด็นที่ 5 ท่านคิดว่า รูปแบบสาขา การรับรู้ของลูกค้า จำนวนประชากร คือ องค์ประกอบของทำเลที่ตั้ง ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ที่สนทนากับผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องว่าธนาคารมีนโยบาย ในการสร้างสาขาให้เหมาะสม กับสถานที่และจำนวนประชากรในพื้นที่โดยรูปแบบสาขาจะสะท้อนถึงทำเล ในพื้นที่นั้นๆซึ่งเป็นเรื่องสำคัญและปัจจัยความสำเร็จที่เป็นการบ่งบอกการเข้ากันได้ของ ธนาคารกับลูกค้าก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในแต่ละท้องถิ่น

ประเด็นที่ 6 ท่านคิดว่า ต้นทุนในการเปิดสาขา ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด

ผลการสัมภาษณ์ที่สนทนากับผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องว่าธนาคารกำหนดและวิเคราะห์ กลยุทธ์อย่างเหมาะสมแล้วต้นทุนจะถูกสะท้อนออกมาในเรื่องของงบประมาณการที่ธนาคารจะเปิดสาขานั้น ธนาคารต้องคำนึงถึงการ ได้มาซึ่งผลกำไรในการที่ธนาคารมีต้นทุนในการเปิดสาขาสูงเปรียบเทียบกับจุด ที่ลงทุนไม่สูงมากก็จะสามารถ ขยายสาขาได้มาก

ประเด็นที่ 7 ท่านคิดว่า ขนาดสาขา และ อุปกรณ์ คือ องค์ประกอบของต้นทุนในการเปิดสาขา ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ที่สนทนากับผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องว่าธนาคารใช้ขนาดพื้นที่ ในการจัดกลุ่มสาขาโดยในแต่ละกลุ่มจะมีการกำหนดอุปกรณ์ที่เหมาะสม โดยจะถือเป็นองค์ประกอบของต้นทุนแต่ทั้งนี้จะมีปัจจัยอื่นๆมาทำให้ต้นทุนสูงหรือต่ำ ซึ่งจะประกอบไปด้วยรูปแบบการตกแต่งที่แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบ ที่ขนาดพื้นที่เท่ากันแต่ทำเลที่ตั้งต่างกันอีกทั้งจำนวนบุคลากรก็เป็นอีก องค์ประกอบหนึ่งของต้นทุนด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 8 ท่านคิดว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด

ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นสอดคล้องว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคาร โดยธนาคารจะต้องวิเคราะห์ รายได้ประชากรท้องถิ่นซึ่งจะสะท้อนแนวโน้มทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นกรณีที่เศรษฐกิจดี คิดดีก็จะมีกรมวนเวียนทางการเงินซึ่งเป็นเหตุให้มีความต้องการในการใช้บริการทางสถาบันการเงินมากขึ้นซึ่งธนาคารเองก็ มีรายได้เพื่อนำมาใช้เป็นงบประมาณในการลงทุนเปิดสาขาอ่านเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ธนาคารต้องวางแผนการขยายสาขาต่อไป

ประเด็นที่ 9 ท่านคิดว่า ผลการดำเนินงานของธนาคาร และ ภาวะเศรษฐกิจ คือองค์ประกอบของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่

ผลการสัมภาษณ์ที่สนะผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็น สอดคล้องว่าผลการดำเนินการของธนาคารเป็นปัจจัยชี้วัดตัวหนึ่งของเศรษฐกิจ ถ้าธนาคารมีผลกำไรที่ดีก็ส่งผล ต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนภาวะเศรษฐกิจ เป็นองค์ประกอบด้านการพิจารณาเศรษฐกิจว่าดีหรือไม่ องค์ประกอบอื่นนอกจากนี้เห็นว่าเป็นปัจจัยด้านการบริโภค และความเชื่อมั่น ในด้านการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ หากมีความเชื่อมั่นมากก็จะมีการลงทุนอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 10 ท่านคิดว่า ระดับอิทธิพลของผู้นำองค์กร ทำเลที่ตั้ง ต้นทุนในการเปิดสาขา และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยใดมีอิทธิพลสูงสุด เพราะเหตุใด

ผลการสัมภาษณ์ที่สนะผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าควรจะไม่เสร็จอิทธิพลของผู้นำองค์กรมีอิทธิพลสูงสุด เนื่องจากเป็นผู้ให้ นโยบายผู้ตัดสินใจและเป็นผู้กำหนดแนวทาง อิทธิพลรองลงมาคือทำเลที่ตั้ง ต้นทุนในการเปิดสาขา และปัจจัยด้านเศรษฐกิจซึ่งมีอิทธิพลสำคัญ เรียงกันตามลำดับลงมา

บทสรุปการศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ดังนี้

1) สิ่งบ่งชี้ถึงการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย คือ จำนวนสาขา และ เวลา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1) จำนวนสาขา จะเป็นเครื่องแสดงการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย เพราะเป็นการแสดงถึงความครอบคลุม Coverage ในแต่ละพื้นที่ที่ให้บริการ เพื่อรองรับ Transaction ของลูกค้า เพื่อการตอบสนองความสะดวกสบายให้กับลูกค้า นอกจากนี้ มีการนับจำนวนสาขาในการจัดลำดับของธนาคาร ด้วย

1.2) ช่วงเวลาในการขยายสาขาใหม่ ที่สามารถดำเนินการได้ตามแผนงาน จะเป็นเครื่องบ่งชี้ความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ ส่วนเวลาในการให้บริการในแต่ละพื้นที่จะเป็นไปตาม Lifestyle ของแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะแสดงถึงค่านิยม ความพร้อมในการให้บริการของธนาคาร รวมถึงระยะเวลาการให้บริการด้วย หากใช้ระยะเวลาสั้น จะแสดงถึงศักยภาพของพนักงาน ดังนั้น ธนาคารจะสร้างเครื่องมือในการให้บริการได้รวดเร็วขึ้น และให้พนักงานได้เหลือเวลาเพื่อใช้ในการทำการขายผลิตภัณฑ์อื่น ได้มากขึ้น

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย จะประกอบด้วย

2.1) ปัจจัยด้าน ผู้นำองค์กร พบว่า ผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบายการขยายสาขา ซึ่งในทุกนโยบาย ทุกกลยุทธ์อันมีผลต่อการขยายสาขาในจุดที่เข้าถึงได้ เพื่อให้ปัจจัยการขยายมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน จะต้องมีกระบวนการในการพิจารณาจาก Management Committee แล้ว โดยการขยายสาขาเป็นการบริหารงานเชิงของนโยบายจากผู้นำองค์กรส่วนกลาง ส่วนผู้นำระดับกลางมีผลในการขับเคลื่อนให้เกิดความสำเร็จในการขยายได้อย่างเหมาะสม ส่วนการวิเคราะห์พื้นที่ที่จะเปิดให้บริการนั้น จะได้รับข้อมูลจากผู้บริหารส่วนท้องถิ่นด้วย เนื่องจาก ในบางครั้ง การได้รับข้อมูลหรือการเสนอ จากผู้ที่รู้จักพื้นที่ดี อันส่งผลทั้งการเพิ่ม หรือ ลด การขยายสาขา เนื่องจาก ผู้นำองค์กร จะสามารถกำหนดและปรับเปลี่ยนได้ ดังนั้น องค์กร จะต้องมีความเห็นงานและทีมงานเป็นองค์ประกอบเพื่อเป็นแนวทางการทำงานของแต่ละส่วนให้สามารถประสานกันอย่างลงตัว และมีแนวทางที่ดี ส่งผลให้การขยายสาขาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากธุรกิจธนาคารเป็นการให้บริการกับคนจำนวนมาก การเข้าถึงและการสร้างความน่าเชื่อถือของธนาคาร ดังนั้น ทำเลที่ตั้ง จะเป็นตัวกำหนดทิศทางการขยายสาขาในพื้นที่นั้นๆ เพราะการมีทำเลที่ตั้งเป็นหลักแหล่งและชัดเจน ลูกค้าจะเชื่อมั่นและใช้บริการมากกว่า โดยธนาคาร ก็ควรมีนโยบายที่จะขยายการเปิดสาขาให้ตอบสนองความต้องการ ในเขตทุกพื้นที่ ด้วย โดยองค์ประกอบของทำเลที่ตั้ง คือ รูปแบบสาขา ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่น จำนวนประชากรในแต่ละพื้นที่จะเป็นเครื่องชี้ถึงปริมาณความต้องการใช้บริการในพื้นที่นั้นๆ ส่วนการรับรู้ของลูกค้า นั้น จะเป็นเรื่องที่แสดงให้เห็นว่า ธนาคารฯ พยายามปรับตัวเข้ากับสภาพท้องถิ่นและอนุรักษ์กับสภาพเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท้องถิ่น เช่น ปาย ปัว ภูเก็ต ที่ได้รับเสียงตอบรับจากหน่วยงานราชการเป็นอย่างมาก รวมทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์ของธนาคารด้วย แต่ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งจะถูกกำหนดโดยผู้นำองค์กร และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

2.3) ปัจจัยด้านต้นทุนในการเปิดสาขา พบว่า การขยายสาขามีเป้าหมายเพื่อแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น แต่ต้นทุนในการดำเนินการทางธุรกิจ การเปิดสาขาที่ต้องควบคุมงบประมาณ (Cost Saving) เพื่อให้มีการคืนทุนที่เร็วขึ้น โดยต้นทุนจะมีทั้งขนาดพื้นที่ รูปแบบสาขา และอุปกรณ์ ซึ่งธนาคารจะกำหนดให้เหมาะสมด้วย นอกจากนี้ยังมีต้นทุนด้านบุคลากรด้วย ปัจจุบัน ธนาคารบริหารทรัพยากรเจ้าหน้าที่ให้เหมาะสม และนำอุปกรณ์อัตโนมัติแบบ Self Service เข้ามาใช้ แต่ก็จะใช้ได้กับ New Generation เช่น การใช้บริการระบบ Mobile เรียกว่า Digital Ambassador โดยพนักงานเหล่านี้จะทำการสอนให้ลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการเหล่านี้ เพื่อให้สามารถใช้สมาร์ทโฟนในการใช้ธุรกรรมบนระบบ Mobile ได้ แต่ส่วนกลุ่มฐานลูกค้ารุ่นเก่า ก็จะใช้การบริการจากพนักงานเช่นเดิม เนื่องจากด้านความเคยชิน และบางครั้งคนรุ่นเก่าก็ยังไม่วางใจเครื่องมืออัตโนมัติ ซึ่งก็จะต้องใช้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในการใช้งานต่อไป

2.4) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า ปัจจัยภายนอกจะส่งผลต่อการขยายสาขา เช่น การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ธนาคารฯ ก็มีแผนในการเร่งเปิดสาขาในพื้นที่เศรษฐกิจ และยังเปิดสาขาในประเทศที่อยู่ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้วย หรือ กรณีที่เศรษฐกิจดี มีการหมุนเวียนทางการเงิน ซึ่งเป็นเหตุให้มีความต้องการในการใช้บริการทางสถาบันการเงินมากขึ้น ซึ่งธนาคารจะมีรายได้เพื่อนำมาใช้เป็นงบประมาณในการลงทุนในการเปิดสาขาเพิ่ม ดังนั้น ธนาคารจะวิเคราะห์รายได้ประชากรท้องถิ่น ซึ่งจะสะท้อนแนวโน้มทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยหลักกว่าธนาคารฯ จะมีแผนการขยายสาขาแค่ไหน ส่วนปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งได้แก่ ผลการดำเนินงานของธนาคารนั้นจะเป็นปัจจัยที่สะท้อนภาวะเศรษฐกิจด้วย

3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการขยายสาขานาครพาณิชย์ของไทย พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความสำคัญ 2 ปัจจัยหลัก คือ ผู้นำองค์กร กับ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เพราะผู้นำองค์กรจะเป็นผู้กำหนดนโยบายในการขยายสาขา โดยใช้ข้อมูลจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจในการพิจารณาการขยายสาขา ส่วนปัจจัยอื่น คือ ต้นทุนสาขา และทำเลที่ตั้งนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์จะให้ความสำคัญในระดับที่รองลงมา ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบผลการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

ปัจจัย	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	สรุปผล
<p>ตัวชี้วัดศักยภาพ การขยายสาขา ของธนาคาร พาณิชย์ไทย</p>	<p>ตัวชี้วัดของการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของ ไทย ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด เรียงตามลำดับ ดังนี้ -จำนวนสาขา มีค่า Loading .7650 -เวลา มีค่า Loading .8796</p>	<p>ข้อมูลที่ได้อาจการสัมภาษณ์พบว่า ทั้งจำนวนสาขา และเวลา จะเป็นตัวชี้วัดศักยภาพการขยายสาขาของธนาคารพาณิชย์ ไทย เพราะการที่มีจำนวนสาขามาก จะเป็นการเพิ่มความ สะดวกสบายให้แก่ลูกค้ามากขึ้น ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้า ได้มากขึ้น ส่งผลต่อการขยายผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ได้มากขึ้น และส่งผลต่อผลการดำเนินงานของการธนาคารต่อไปด้วย แต่ ผู้สัมภาษณ์บางส่วน ได้เพิ่มตัวชี้วัด คือ ปริมาณของลูกค้าที่ ใช้บริการแต่ละสาขา</p>	<p>ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิง ปริมาณ และ การวิจัยเชิง คุณภาพ พบว่า มีความ สอดคล้องกัน คือ จำนวนสาขา และ เวลา เป็นตัวชี้วัดการขยาย สาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย</p>
<p>ผู้นำองค์กร</p>	<p>พบว่า มีอิทธิพลต่อการขยายสาขานาการ พาณิชย์ของไทย โดยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก สูงสุด และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปร คั่นกลาง คือ ทำเลที่ตั้ง และ ต้นทุนสาขา โดย องค์ประกอบของผู้นำองค์กร ได้แก่ -กลยุทธ์ มีค่า Loading .8812 -แผนงาน มีค่า Loading .8711 -ทีมงาน มีค่า Loading .8818 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05</p>	<p>ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นด้วยในกรณีนี้ ผู้นำองค์กร มี อิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย และเป็น ตัวกับองค์ประกอบของผู้นำองค์กรทั้ง 3 ประการดังกล่าว ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ให้เหตุผลว่า การขยายสาขาเป็นการ บริหารงานเชิงของนโยบายจากผู้นำองค์กรส่วนกลาง จะต้อง มีกระบวนการในการพิจารณาจาก Management Committee แล้ว โดยจะต้องเป็นการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร ร่วมกับ ข้อมูลในแต่ละพื้นที่ เพื่อการกำหนดแผนงาน และมีทีมงานเป็น ผู้ปฏิบัติให้การขยายสาขาประสบผลสำเร็จ</p>	<p>ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิง ปริมาณ และ การวิจัยเชิง คุณภาพ พบว่า มีความ สอดคล้องกัน คือ มี องค์ประกอบเหมือนกัน</p>

ตารางที่ 4.18(ต่อ) การเปรียบเทียบผลการวิจัยปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

ปัจจัย ทำเลที่ตั้ง	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	สรุปผล
<p>ทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลต่อ การขยายสาขาขนาดพาณิชย์ของไทย เป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลทางตรง แต่จะมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรด้านต้นทุนสาขา โดยองค์ประกอบที่เป็นมาตรวัดของทำเลที่ตั้ง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> -รูปแบบสาขา มีค่า Loading .8520 -การรับรู้ของลูกค้า มีค่า Loading .8421 -จำนวนประชากร มีค่า Loading .8624 <p>ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05</p>	<p>ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นด้วยในกรณีทำเลที่ตั้ง มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาขนาดพาณิชย์ของไทย เพราะในบางพื้นที่ โดยเฉพาะในต่างจังหวัด การที่ธนาคารมีสถานที่ในการให้บริการ จะเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้ามากกว่า การให้บริการด้วยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังเห็นด้วยกับองค์ประกอบของทำเลที่ตั้ง ได้แก่ รูปแบบสาขา การรับรู้ของลูกค้า และจำนวนสาขา เนื่องจาก ปัจจุบันรูปแบบสาขาจะดำเนินการให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ในทิศทางเดียวกันระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ และรูปแบบสาขายังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเปรียบเสมือนการสร้างตราสินค้าด้วย นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านยังเพิ่มเติมองค์ประกอบมากกว่า 3 ประการดังกล่าว คือ อาชีพของประชากร โดยรูปแบบสาขาจะต้องตอบสนองในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในแต่ละอาชีพ หรือ ในอาชีพที่มีความสำคัญในพื้นที่นั้นๆ และ คู่แข่ง ในแต่ละพื้นที่ ด้วย</p>	<p>ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ และ การวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า มีความสอดคล้องกัน โดยจะต้องมีทั้ง 3 องค์ประกอบร่วมกัน เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดแก่ลูกค้า</p>	

ตารางที่ 4.18(ต่อ) การเปรียบเทียบผลการวิจัยปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

ปัจจัย	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	สรุปผล
ต้นทุนสาขา	พบว่า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ การขยาย สาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย แต่เป็นอิทธิพล อย่างไม่มีนัยสำคัญ แต่จะเป็นปัจจัยที่รับอิทธิพล จากปัจจัยด้านผู้นำองค์กร และทำเลที่ตั้ง โดยมี องค์ประกอบที่เป็นมาตรวัดของต้นทุนสาขา ได้แก่ -ขนาดพื้นที่ มีค่า Loading 0.8875 -อุปกรณ์/เทคโนโลยี มีค่า Loading 0.8970 -ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยที่ ต้นทุนสาขาเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการขยายสาขาธนาคาร พาณิชย์ของไทย เพราะธนาคารเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งซึ่ง ต้องคำนึงถึงจุดคุ้มทุนของการดำเนินการด้วย แต่บางครั้งอาจ ต้องตัดสินใจเปิดสาขาในบางพื้นที่ เนื่องจากเหตุผลด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น กรณีที่นโยบายของรัฐต้องการ กระตุ้นเศรษฐกิจในบางพื้นที่ จึงต้องมีองค์กรที่ให้บริการ ด้านต่างๆรวมทั้งด้านการเงิน ซึ่งได้แก่ ธนาคาร ให้บริการใน พื้นที่นั้นๆด้วย ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เพิ่มองค์ประกอบที่ นอกเหนือจากจำนวนพื้นที่ และอุปกรณ์ คือ จำนวนพนักงาน ของสาขา ซึ่งจัดเป็นต้นทุนด้วยเช่นกัน	ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิง ปริมาณ และการวิจัยเชิง คุณภาพ พบว่า มีความ สอดคล้องกัน แต่เพิ่ม องค์ประกอบเรื่อง จำนวน พนักงานเป็นส่วนหนึ่งของ ต้นทุนสาขาด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18(ต่อ) การเปรียบเทียบผลการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

ปัจจัย	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	สรุปผล
ปัจจัยด้าน เศรษฐกิจ	พบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุด(อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม) ต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย โดยอิทธิพลทางอ้อมจะเป็นอิทธิพลผ่านปัจจัยผู้ส่งออก ซึ่งจะมีองค์ประกอบของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 2 องค์ประกอบ คือ -ปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งได้แก่ ผลการดำเนินการงานของธนาคาร มีค่า Loading = .9110 -ปัจจัยภายนอกองค์กร ซึ่งได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ มีค่า Loading = .9201	ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจจะส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย เพราะหากเศรษฐกิจดี ความต้องการใช้บริการสถาบันการเงินก็เพิ่มขึ้นด้วย แต่ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า บางครั้งธนาคารอาจต้องตัดสินใจเปิดสาขา เพื่อรองรับการขยายตัวในอนาคต เพื่อเป็นการแข่งขันด้านการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด	ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ และ การวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า มีความสอดคล้องกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7 บทสรุป

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และ การวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยของสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.7.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

เป็นดำเนินการโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 46 ข้อ มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 220 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.3 โดยส่วนมากมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 140 รายคิดเป็นร้อยละ 63.6 เป็นผู้ที่จบการศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.5 ดำรงตำแหน่ง ผู้บริหารระดับต้น จำนวน 96 ราย หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 43.6 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างตามกรอบแนวคิดการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่อิทธิพลรวมสูงสุด (ทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม) ต่อ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยมีค่า $\text{coef.} = 0.204$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จะมีองค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร คือ ผลการดำเนินงานของธนาคาร และ ปัจจัยภายนอกองค์กร คือ ภาวะเศรษฐกิจ โดยมีค่า loading เท่ากับ .9110 และ .9201 แต่ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย คือ ผู้นำองค์กร เพราะเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์ แผนงาน และทีมงานในการขยายสาขาธนาคาร โดยค่า coef. ของผู้นำองค์กร มีค่าเท่ากับ 0.512 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนองค์ประกอบผู้นำองค์กรทั้ง 3 ประการ คือ กลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน มีค่า Loading เท่ากับ .8812 .8711 และ .8818

ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การขยายสาขาของธนาคารพาณิชย์ไทย รวม 10 ราย ประกอบด้วย ตัวแทนจากผู้บริหารธนาคารกสิกรไทย ผลสัมภาษณ์ พบว่า ตัวชี้วัดการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย คือ จำนวนสาขาและ กำหนดเวลาที่สามารถเปิดดำเนินการได้ตามเป้าหมาย และได้เพิ่มตัวชี้วัดด้าน จำนวนพนักงานด้วย ส่วนปัจจัยด้านผู้นำองค์กร ทำเลที่ตั้ง ต้นทุนสาขา และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ นั้นส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ซึ่งความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 ท่านให้ความสำคัญกับ ผู้นำองค์กร และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มากกว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและต้นทุนสาขา แต่ระดับความสำคัญระหว่างผู้นำองค์กร กับ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจนั้นมีการให้ความสำคัญโดยเฉลี่ยใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังได้ให้ความเห็นในการเพิ่มปัจจัยอื่นอีกด้วย ซึ่งได้แก่ ปริมาณลูกค้า อาชีพของประชาชนและคู่แข่งในแต่ละพื้นที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม และ ความต้องการเพิ่ม ส่วนแบ่งด้านการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ และผลการวิจัยเชิงคุณภาพดังกล่าว พบว่า การวิจัยเชิงปริมาณ สอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพทั้งตัวชี้วัดศักยภาพการขยายสาขาของธนาคารพาณิชย์ไทย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขานาคารพาณิชย์ของไทย หรือแม้กระทั่งการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผู้นำองค์กร และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เพราะจะเห็นได้ว่า จากการวิเคราะห์ทางสถิติของการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า อิทธิพลของทั้ง 2 ปัจจัยอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันมาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การวิเคราะห์ อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย 2) เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย การวิจัยครั้งนี้ จะมีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณดำเนินการ โดยออกแบบสอบถามและพัฒนาด้วยการทำ Try-out จำนวน 30 ตัวอย่าง และให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ดำเนินการตรวจสอบ เพื่อให้เกิดความถูกต้อง สมบูรณ์ และครบถ้วนทั้งด้านเนื้อหา และด้านการใช้ภาษา ทั้งนี้เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ หลังจากนั้นจึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 220 ราย และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และใช้สถิติการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) โปรแกรมสำเร็จรูป PLS-Graph Chin (2001) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของตัวแปรด้านผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขยายสาขา จำนวน 10 ราย ประกอบด้วย ตัวแทนจากผู้บริหารธนาคารกสิกรไทย

สำหรับบทที่ 5 นี้ ผู้วิจัยจะขออภิปรายผลสรุปการวิจัย พร้อมทั้งข้อเสนอแนะการวิจัยที่ได้จากการศึกษา และข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์และอภิปรายผลตามคำถามวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามวิจัยไว้ 2 ข้อดังนี้

5.1.1 คำถามวิจัย ข้อ 1

องค์ประกอบของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย อย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า

1) ปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ผู้นำองค์กร 2) ทำเลที่ตั้ง 3) ต้นทุน และ 4) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ประกอบด้วย

1.1) ผู้นำองค์กร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านแผนงาน และ ปัจจัยด้านทีมงาน

1.2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยภายนอกองค์กร-ภาวะเศรษฐกิจ และ ปัจจัยภายในองค์กร-ผลการดำเนินงาน

5.1.2 คำถามวิจัย ข้อ 2

รูปแบบความสัมพันธ์ของระหว่างผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ กับ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย เป็นเช่นไร

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านผู้นำองค์กร ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน สาขา และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมเชิงบวกสูงสุด (ทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม) ต่อ ต่อศักยภาพการเปิดสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยมีปัจจัยรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร แต่ปัจจัยที่อิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุด ได้แก่ ผู้นำองค์กร ส่วนปัจจัยด้านต้นทุนสาขาจะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ แต่ไม่มีอิทธิพลต่อกัน และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งนั้น พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานไม่มีผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย แต่จะมีอิทธิพลต่อต้นทุนสาขา

5.2 การนำผลวิจัยและ/หรือโมเดลที่ได้ไปประยุกต์ใช้

ในการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์จะเป็นการแสดงถึงศักยภาพในการให้บริการของธนาคาร แต่ปัจจุบัน โลกที่การเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และจะส่งผลกระทบต่อทุกองค์กร ต่อประชากรในทุกพื้นที่ และปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ จะดำเนินการได้ คือ การสร้างเครื่องมือในการป้องกัน หรือ การเตือนภัย จะเห็นได้ว่า ปัจจัยภายนอกจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก และอาจจะมากกว่าปัจจัยภายในด้วย เพราะปัจจัยภายนอกองค์กรส่งผลกระทบต่อปัจจัยภายในองค์กร เช่น ผลตอบแทนจากการลงทุน ส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น ดังนั้น ธนาคารจึงต้องดำเนินการศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกให้ครอบคลุมทุกด้าน ดังเช่น ธนาคารได้มีการจัดตั้งหน่วยงานด้านการวิจัยของธนาคารขึ้น โดยเป็นหน่วยงานที่จะศึกษาในทุกเรื่องที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งค้ำนมหภาค แต่เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร องค์กรควรมีการเผยแพร่ผลงานวิจัยดังกล่าวแก่สาธารณะด้วย เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ประชากร และหากผลงานวิจัยดี สามารถคาดการณ์ได้อย่างแม่นยำ จะเป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นต่อธนาคารให้เกิดแก่ประชากรผู้ใช้บริการด้วย (ปัจจุบันจะเปิดเผยผลงานวิจัยอย่างละเอียดเฉพาะสมาชิก ซึ่งหมายถึง จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับธนาคาร)

5.3 การค้นพบความสัมพันธ์ใหม่ของตัวเอง

ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ข้อค้นพบใหม่ คือ ทำเลที่ตั้งไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย แต่จะมีอิทธิพลต่อปัจจัยต้นทุนสาขา โดยปัจจัยด้านต้นทุนสาขามีความสัมพันธ์ต่อการขยายสาขา แต่ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการขยายสาขา เพราะหากต้นทุนสูง แต่หากยังสามารถทำกำไรได้ ก็ยังคงได้รับการพิจารณาในการขยายสาขา เนื่องจากเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ คือ ผลตอบแทนจากการลงทุน และแต่ละทำเลที่ตั้งจะมีต้นทุนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อรายได้กำไรของธุรกิจ

5.4 การวิเคราะห์และอภิปรายผลตามงานวิจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง

รายละเอียดของการวิเคราะห์และอภิปรายผลของงานวิจัยโดยเรียงลำดับตามค่าอิทธิพลรวมของแต่ละตัวแปรที่มีต่อศักยภาพการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ไทย ดังนี้

5.4.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

จะประกอบด้วย ปัจจัยภายในองค์กร และ ปัจจัยภายนอกองค์กร จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย จะสอดคล้องกับ ทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์ที่ว่าด้วยเศรษฐศาสตร์มหภาค ซึ่งได้แก่ การพิจารณาเกี่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ประชาชาติ รายได้ต่อหัวของประชากรในประเทศ (B.L.MacCarthy, W. Atthirawong, 2003) ซึ่งได้แก่ ผลตอบแทนจากการลงทุน ความคุ้มค่าของเงินลงทุน (Eddie W.L. Cgeng, Heng Li, Ling Yu. 2005) เพราะถ้าหากมีธุรกิจให้พิจารณาหลายประเภท นักลงทุนย่อมเลือกลงทุนในธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนที่ดีที่สุด ภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rong Ma. (2012) ว่า ธนาคารต่างชาติจะสนใจลงทุนในประเทศที่เกิดวิกฤตแล้ว เพราะการเกิดวิกฤตแสดงถึงการตกต่ำสุดแล้ว มีความเป็นไปได้สูงที่เศรษฐกิจจะฟื้น ขยายตัวจากวิกฤต และปรากฏว่า หลังจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย มีธนาคารของต่างชาติได้ขยายเข้ามาในประเทศที่เกิดวิกฤตแล้ว และมีผลประกอบการที่ดี เนื่องจาก เมื่อภาวะเศรษฐกิจดี ประชาชนมีรายได้ได้มากขึ้น มีการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น การลงทุนก็จะมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารมากขึ้นตามไปด้วย การขยายสาขาธนาคารจึงต้องมีเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้า และเป็นการเพิ่มความเจริญเติบโตของธนาคารด้วย ดังนั้น จัดว่า เป็นปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อตลาดธนาคาร และยังมีอิทธิพลมากกว่าความสัมพันธ์ที่ธนาคารมีต่อลูกค้าด้วย (Emst and Young Group 2011) นอกจากนี้ การขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ยังมีธนาคารแห่งประเทศไทยที่กำหนดเกณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ขอเปิดสาขาว่า ธนาคารจะลงทุนเปิดสาขาเพิ่มเติมได้ จะต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสม คือ มีฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ดี มีระดับความเสี่ยงรวมตามเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด เพราะธนาคารแห่งประเทศไทยจะเป็นผู้อนุมัติให้เปิดสาขาได้ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551) และ Eddie W.L. Cgeng, Heng Li, Ling Yu. (2005) กล่าวว่า ปัจจัยหนึ่งที่น่ามาวิเคราะห์ในการตัดสินใจลงทุน คือ ผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งแสดงถึงความคุ้มค่าของเงินลงทุน ซึ่งจัดเป็นปัจจัยภายในองค์กร

5.4.2 ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร (Leadership)

จะประกอบด้วย กลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Patricia Hind (2009) กล่าวว่า ผู้นำที่มีศักยภาพจะเป็นผู้กำหนดทิศทาง กลยุทธ์ ตำแหน่งทางธุรกิจขององค์กร (Stavros P.Kalafatis et al., 2000) เนื่องจากผู้นำองค์กรจะเป็นผู้กำหนดทิศทางขององค์กร รวมถึง การกำหนดกลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน เพื่อให้การบริหารจัดการและพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น (John Clark, Kirsten Armit., 2010) และปัจจุบันซึ่งเป็นยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการไหลลื่นของข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน ดังนั้น ผู้นำองค์กรจะต้องเป็นผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ (Dean Elmuti, et al., 2005) สามารถบริหารการเปลี่ยนแปลง (เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์, 2538) เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เกิดแก่องค์กรธุรกิจ (Abdalla Hagen et al., 2003)

ดังนั้น การบริหารจัดการของผู้นำ จำเป็นจะต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งวิสัยทัศน์ด้านหนึ่งคือ วิสัยทัศน์ทางกลยุทธ์ (Strategy Vision) เป็นการเชื่อมโยงสิ่งที่เป็นจริงในปัจจุบัน (Organization Vision) กับ ความเป็นไปได้ในอนาคต (Future Vision) ในวิถีทางที่เฉพาะเจาะจง (Personal Vision) ซึ่งเหมาะสมกับองค์กรและผู้นำ จึงเห็นได้ว่ากลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับโอกาสทางธุรกิจ (Abdalla Hagen et al., 2003) แต่การที่จะกำหนดกลยุทธ์ได้ จำเป็นจะต้องรู้พฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายด้วยการจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า (Mohammad Ali Farajian and Shahriar Mohammadi, 2010) ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ทำให้ลูกค้าได้รับคุณค่าที่มากขึ้นและอย่างเท่าเทียมกัน Andreas Persson (2012) ส่งผลต่อการเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กรให้มากขึ้น และองค์กรอยู่ได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ผู้นำองค์กรจะต้องจัดทำแผนงานไว้ล่วงหน้า อภิสิทธิ์ (2552) ทั้งระยะสั้น ระยะปานกลาง และ ระยะยาว David Brock (2000) เพราะมีเช่นนั้นแล้ว ธุรกิจอาจประสบภาวะวิกฤตเนื่องจากสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป และธุรกิจอาจไม่สามารถแก้ไขปัญหาวิกฤตได้สำเร็จ เพราะการไม่มีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้า (Grant and Powell, 2000; Seitel, 2007 อ้างถึงใน อภิสิทธิ์, 2552) ซึ่งการจัดทำแผนงานได้ด้วยวิธีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละประเภท (Thabet A. Edris and Mohammad A.Almahmeed, 1997) มีการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ทั้งนี้เพื่อเป็นการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของธนาคารขององค์กร Mosad Zineldin (1996) เพื่อเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับองค์กร (Kouzes and Posner, 1995 อ้างอิงใน Hui-Wen Vivian Tang et al., 2010) และจะต้องมีการปรับเปลี่ยนได้ โดยควรปรับเปลี่ยนแผนงานทุก 2-3 ปี เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ Reuben Sokol (1992) นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในแผนงาน คือ การกำหนดทีมงาน เป็นทีมงานที่ดี ให้ทุกคนมุ่งหมายความสำเร็จส่วนร่วมขององค์กร กัลยาณี (2555) ผู้นำองค์กรจะต้องกำหนดทีมงานพร้อมทั้งสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อให้มีปฏิกิริยาได้กลับในเชิงบวก เกิดความร่วมมือ เกิดพลังในการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน (Kouzes and Posner, 1995 อ้างอิงใน Hui-Wen Vivian Tang et al., 2010)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4.3 ปัจจัยด้านต้นทุนสาขา (Cost)

จะเป็นปัจจัยที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านผู้นำองค์กร และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยประกอบด้วย ขนาดสาขา และ อุปกรณ์และเทคโนโลยี จะสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dimitris I. Giokas. (2008) กล่าวว่า ขนาดของสาขามีผลต่อความยั่งยืนของสาขาธนาคาร โดยสาขาขนาดใหญ่ จะมีประสิทธิภาพด้านการดำเนินธุรกิจมากกว่า สาขาธนาคารขนาดเล็ก แต่สำหรับชุมชนขนาดเล็ก ธนาคารขนาดเล็กที่มีพนักงาน 8-10 คนยังสามารถเติบโตได้ Timmons, Tony (1996) นอกจากนี้ วิธีทำการตลาดด้วยช่องทางการใช้เทคโนโลยี เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นวิธีการสร้างการแข่งขันโดยใช้ต้นทุนต่ำ (Mark G. Durkin and Barry Howcroft. 2003) และยังสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้ลงทุน ผู้ใช้บริการอีกด้วย (Joanathan Reynoldx, Steve Wood. 2010) แต่การทำการตลาดด้วยช่องทางใดจะส่งผลต่อต้นทุนของการดำเนินธุรกิจและจะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของลูกค้า โดยปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของลูกค้า ได้แก่ รายได้ของลูกค้าและประสบการณ์ที่ผ่านมาของลูกค้า และจากงานวิจัยของ D Govender (2000) พบว่า ปัจจัยส่วนหนึ่งซึ่งได้แก่ ขนาดขององค์กร วัตถุประสงค์ มีอิทธิพลต่อต้นทุนขององค์กรและเป็นฐานของการกำหนดราคาสินค้าและบริการ โดย Running cost ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาคาร สถานที่ตั้งของธนาคาร รวมทั้งค่าติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆ และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการของธนาคาร จะส่งผลให้การบริหารไร้ขอบเขต (Tom Wamalwa. 2006) และส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และเป็นวิธีการสร้างการแข่งขันโดยใช้ต้นทุนต่ำ (Mark G. Durkin and Barry Howcroft. 2003) เพราะเมื่อพิจารณาเรื่องต้นทุนขององค์กร กับ ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการให้บริการทางอินเทอร์เน็ต จะพบว่า องค์กรที่มีต้นทุนสูงด้านอุปกรณ์ในการสื่อสารทางเทคโนโลยี จะส่งผลต่อการตอบสนองของตลาดสูง และ ลดต้นทุนด้านห่วงโซ่อุปทานลงได้ด้วย (Tim McLaren et al., 2002) นอกจากนี้ เทคโนโลยีจะเครื่องสะท้อน หรือ เครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้ลงทุน ผู้ใช้บริการ (Joanathan Reynoldx, Steve Wood. 2010) และปัจจุบันผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงสุด ในอัตราร้อยละ 83 (Ernst and Young Group. 2011) แต่จากการค้นพบในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า ต้นทุนสาขามีความสัมพันธ์ทางตรงกับการขยายสาขา แต่ไม่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขา เพราะการตัดสินใจในทางธุรกิจจะพิจารณาจาก รายได้และกำไรจากการประกอบการ เพราะต้นทุนสูง แต่ผลประโยชน์การยังมีรายได้และกำไรที่ดี ย่อมได้รับการพิจารณาให้ดำเนินธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4.4 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (Location)

จากงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย แต่จะมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านต้นทุนสาขา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cem Canel et al. (1999) กล่าวว่า โครงสร้างของต้นทุนในการดำเนินธุรกิจประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ และ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนในการเลือกทำเลที่ตั้งจัดเป็นต้นทุนคงที่ เนื่องจากแต่ละทำเลมีราคาที่ไม่เท่ากัน และจะส่งผลต่อกำไรจากการดำเนินงานที่ต่างกัน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณา ได้แก่ ต้นทุนขององค์กร นโยบายขององค์กร สภาพการแข่งขัน ปริมาณของลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อรายได้ขององค์กร ชินบุตร สุรินทรามนต์ (2012) เพราะความหนาแน่นของประชากร รายได้ต่อหัวของประชากรที่สูงในแต่ละพื้นที่มีความสัมพันธ์กับการขยายสาขาธนาคาร (Eric Yankson 2011) ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องเข้าถึง โครงสร้าง พฤติกรรมของผู้บริโภค จะเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งด้านมูลค่า กำไร ความเข้มแข็งของตลาด (Balsley and Hoover 2002) โดยจะเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายของธนาคารด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อข้อมูลไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด การเพิ่มขึ้นของผลต่อกำไรของสาขาธนาคาร (Donald J.Mullineaux and Mark K.Pyles. 2010)

5.5 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ข้อเสนอแนะเป็นประโยชน์ต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อเสนอแนะ รวม 5 ประเด็น คือ 1) ข้อเสนอแนะทางวิชาการ 2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐ 3) ข้อเสนอแนะด้านระเบียบวิธีวิจัย 4) ข้อเสนอแนะเชิงวิชาชีพ และ 5) ข้อเสนอแนะของการวิจัยในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.5.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ผลงานวิจัยครั้งนี้ได้พบว่า ผู้นำองค์กรมีอิทธิพลต่อการกำหนดต้นทุนสาขาทั้งในเรื่องของขนาดสาขา และ อุปกรณ์/เทคโนโลยี และมีอิทธิพลต่อทำเลที่ตั้งสาขา ซึ่งจะมียอดประกอบสำคัญประการหนึ่ง คือ ด้านรูปแบบสาขา ซึ่งจากงานวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า รูปแบบสาขามีความสำคัญมากในเรื่องของการสร้างความเชื่อมั่น ดังนั้น ผู้นำองค์กรควรใส่ใจในการออกแบบให้สาขาโดดเด่นมีเอกลักษณ์เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งควรมีการคิดค้นการให้บริการโดยใช้เทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้น เป็นเทคโนโลยีที่เพิ่มความมั่นใจ ความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการ รวมทั้งเป็นเทคโนโลยีที่เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการที่ดีขึ้น เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐ

จากงานวิจัยครั้งนี้ได้รับทราบข้อมูลทั้งจากงานวิจัยเชิงปริมาณ และงานวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า เทคโนโลยีมีผลต่อการให้บริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วของบริการ และทำให้พนักงานมีเวลาเหลือที่ให้บริการอื่น หรือ จำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นของธนาคารได้ รวมทั้งการขยายสาขาจะคำนึงถึง Lifestyle ของผู้ใช้บริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะนโยบายภาครัฐ ดังนี้

1) การพัฒนาเทคโนโลยีจะมีผลต่อผู้ใช้บริการทั้งด้านบวกและด้านลบ ภาครัฐจึงควรมีนโยบายการออกกฎหมายในการป้องกันผลกระทบด้านลบที่อาจส่งผลต่อผู้ใช้บริการด้วย เช่นออกกฎหมายคุ้มครองผู้ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในการใช้บริการทางการเงิน กฎหมายคุ้มครองสิทธิในการได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และครบถ้วน และกฎหมายคุ้มครองสิทธิในการร้องเรียนเมื่อประสบปัญหาการใช้บริการทางการเงิน เป็นต้น

2) ปัจจุบันธนาคารทั้งหลายเริ่มมีการขยายสาขาในห้างสรรพสินค้าเพิ่มมากขึ้น เวลาให้บริการ จึงเป็นเวลาเช่นเดียวกับเวลาการเปิด-ปิดของห้างสรรพสินค้า แต่ธนาคารก็ยังมีสาขาเดิมที่เปิดให้บริการในลักษณะอาคารนอกห้างสรรพสินค้า ซึ่งสาขาดังกล่าวจะมีช่วงเวลาเปิดให้บริการในลักษณะเดิม คือ 8.30 – 15.00 น. และไม่เปิดให้บริการในวันหยุด และหากจะมีการเปลี่ยนแปลงเวลาการให้บริการ จะต้องดำเนินการขออนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย ดังนั้น จึงควรมีการทบทวนกฎระเบียบดังกล่าว โดยน่าจะเป็นการอิสระของธุรกิจที่จะเลือกเวลาการให้บริการได้เอง เพราะธุรกิจจะต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการให้บริการอยู่แล้ว รวมทั้งพิจารณาถึงผลกระทบด้านอื่นด้วย เช่น ความปลอดภัย เป็นต้น

5.5.3 ข้อเสนอแนะด้านระเบียบวิธีวิจัย

1) ควรมีการดำเนินการวิจัย โดยเปลี่ยนประชากรเป็น ธนาคารขนาดเล็กด้วย เนื่องจากประชากรของงานวิจัยครั้งนี้ เป็นธนาคารขนาดใหญ่ของไทย ซึ่งผลไม่อาจนำไปใช้ได้ในกลุ่มธนาคารขนาดเล็ก ดังนั้น หากดำเนินการวิจัยโดยเปลี่ยนประชากร จะได้ทราบข้อแตกต่างแนวคิดในการบริหารจัดการด้านการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ที่ครบวงจรอย่างแท้จริง

2) ควรมีการดำเนินการวิจัยให้มีการเก็บข้อมูลแยกระดับรายละเอียดผู้บริหารจะได้ข้อมูลที่แตกต่างและเป็นประโยชน์

5.5.4 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาชีพ

จากงานวิจัยพบว่า เป้าหมายของการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ คือ เพื่อเป็นการแสดงถึงประสิทธิภาพของธนาคารกสิกรไทยที่จะสามารถขยายสาขาในการให้บริการได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และเป็นธนาคารที่บริการที่สะดวกรวดเร็ว และ เมื่อลูกค้าสามารถมาใช้บริการได้สะดวก และพนักงานสามารถให้บริการได้รวดเร็ว จะส่งผลให้มีโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์อื่นของธนาคาร ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

และจากงานวิจัยยังพบว่า เป้าหมายของการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ ของธนาคาร กสิกรไทย ยังรวมไปถึงรวมไปถึงคัสตอมเมอร์ พนักงานที่มีประสิทธิภาพพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้า ในทุกระดับ ให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดีเยี่ยม เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า

ดังนั้น ธนาคารสามารถนำผลของงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบเป็นข้อมูลสนับสนุนในการ พิจารณาการขยายสาขาของธนาคารต่อไป

5.5.5 ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งต่อไป

จากงานวิจัยครั้งนี้ แนะนำให้เป็นแนวทางในการวิจัยต่อ

1) ควรมีการวิจัยในเชิง CSR เพราะจากงานวิจัยครั้งนี้พบว่า การขยายสาขาธนาคารจะ พิจารณาตาม Lifestyle ในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้การบริการสามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง และเพื่อเป็นการตอบสนองด้านการรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เพราะเป็น สาขาที่ผลตอบแทนไม่คุ้มค่าการลงทุน ดังนั้น หากมีการวิจัยในเชิง CSR ที่จะสร้างภาพลักษณ์ ให้กับองค์กร เช่น ความพึงพอใจในบริการ และ ความจงรักภักดีในการใช้บริการธนาคารต่อไป

2) ควรมีการวิจัยในธนาคารของภาครัฐ และ ธนาคารของต่างชาติ ว่า มีปัจจัยใดที่ส่งผล ต่อการขยายสาขา เพราะธนาคารภาครัฐและธนาคารของต่างชาติมีนโยบายและวัตถุประสงค์ในการ ดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อปัจจัยในการขยายสาขาหรือไม่อย่างไร

3) ควรมีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเพิ่มปัจจัยตามความเห็นจากงานวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ เช่น ปัจจัยด้านอาชีพของประชาชนในแต่ละพื้นที่ คู่แข่ง เป็นต้น

4) ควรมีการวิจัยด้านความพร้อมในการให้บริการของธนาคารในแต่ละพื้นที่ก่อนการ ให้บริการ เพราะจากงานวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ในบางพื้นที่ โดยเฉพาะในต่างจังหวัด รูปแบบสาขา มีความสำคัญมากกว่า เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ให้บริการ เช่น บริการทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ดังนั้น จึงน่าศึกษาว่า มีสาเหตุจากปัจจัยใด เพื่อเป็นการให้ทราบถึงความพร้อมในการให้บริการของ ประชาชนในแต่ละพื้นที่ และจะได้จัดบริการที่เหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กนต์ลี นันท์ ก้นทะวงศ์วาร. 2555. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหภาค. โครงการทบทวนวิชาพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2555.
- จิรเกียรติ อภิภูณ โยภาส. 2548. หลักทฤษฎีในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://202.29.22.164/e-learning/cd-1511/SOC29/tp3/linkfile/print5.htm>
- ชัยเสถียร พรหมศรี. 2551. ผู้นำองค์กรแห่งยุค. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: สยามศิลป์ พริน แอน แพค.
- ชินบุตร สุรินทรามนต์. 2012. กลยุทธ์ในการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location Strategies). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.plu.ac.th/doc/L3-2553-Production-layout%20strategy.ppt
- ซี.เอส.เอ็น.แอนด์ แอสโซซิเอท บริษัท,จำกัด. 2546. โครงการศึกษาความต้องการบริการทางการเงิน เสนอต่อ ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ดิลก บุญเรืองรอด. 2535. การแผนการศึกษาระดับสถาบันการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : แสง สุทธิการพิมพ์.
- ทองอินทร์ วงศ์โสธร และ ชิตีรัตน์ วิศาลเวทย์. 2537. แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการวางแผน. ในประมวลสาระชุดวิชา นโยบายและการวางแผนการศึกษาหน่วยที่ 6. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2536. การวางแผน. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- “ธ.กรุงเทพ & ธ.ไทยพาณิชย์ Bank of the Year 2015.” (2558, เมษายน). วารสารการเงินธนาคาร. (386). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.moneyandbanking.co.th/hotcolumn.php?defTab2=0&isb=isb001|1&newsID=11648&numMag=&monMag=&yearMag=
- ธนาคารกสิกรไทย. 2558. จุดเด่นผลประกอบการ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.kasikornbank.com/TH/Investors/FinanInfoReports/Pages/FinancialHighlights.aspx
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2551. หลักเกณฑ์การประกอบกิจการสาขาธนาคารพาณิชย์. ตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยที่ สนส.63/2551. หน้า 2-4.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2555. **ปัจจัยพื้นฐานที่เสริมความมั่นคงของระบบการเงิน.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/FIStructure/Preconditions/Documents/Preconditions.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2556. **หลักเกณฑ์การประกอบกิจการสาขาธนาคารพาณิชย์.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2556/ThaiPDF/25560066.pdf
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558. **โครงสร้างระบบการเงินไทย.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/FIStructure/Pages/default.aspx>
- ชาริษา วัฒนเกส. 2548. **การเปิดเสรีและเสถียรภาพของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย.** เอกสารงานวิจัยส่วนบุคคลตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐ เอกชน และการเมือง รุ่นที่ 3 ประจำปีการศึกษาพุทธศักราช 2548-2549.
- รัชฎีพรวิทย์ รัตน์พงศ์พร. 2553. **“แบบจำลองพฤติกรรมการณ์ที่ผลิตภัณท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค.”** ปรัชญาเศรษฐกิตติบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นภวรรณ คณานุกรณ์. 2554. **บทบาทผู้นำองค์กรที่มีพนักงานวิชาชีพ.** วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ปีที่ 31 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม 2554.
- ปราชญ์ ศรีอักษร. 2556. **แกะรอยหยักตมอง ธุรการตลาดโลก (ฟิลิป คอตเลอร์).** กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์ ปราชญ์.
- พิชญ์ อภิธมาจารย์ โยธิน. 2550. **การศึกษาผลการดำเนินงานโครงการส่งเสริมทักษะทางสังคม “Hail Trip”.** คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2552. **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการของประเทศ.**
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2012. **ความหมายทำเลที่ตั้ง.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/index.php?option=com_contentandtask=viewandid=370andItemid=144
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. 2012. **ความหมายทำเลที่ตั้ง.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.nsr.ac.th/e-learning/sonthaya/lesson%206/lesson%206.html>
- ลัดดา ปานสำลี. 2541. **“การศึกษาการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดนครสวรรค์.”** ภาควิชาบริหารธุรกิจและสหกรณ์ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครสวรรค์ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักวิจัยฯ สถาบันราชภัฏนครสวรรค์ ปีการศึกษา 2541.
- เรวดี แก้วมณี. 2555. **ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์กับการขนย้ายฐานการผลิตไปเมียนมาร์ของอุตสาหกรรมไทย.** สำนักนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค (สม). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/Relocation_Myanmar.pdf

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ริชพีช ทิพ. 2002. **บริหารการใช้วัตถุดิบอย่างไรให้ได้กำไรสูงสุด**. Cut and Sew International Garment Trade Magazine in Thailand. ปีที่ 2 เล่ม 11 หน้า 37.
- วรลักษณ์ หิมะกลัศ. 2555. **รายได้ประชาชาติ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.econ.cmu.ac.th/teacher/woraluck/econ100/Sheet/5_National%20Income.pdf.
- สืบชาติ อันทะไชย. 2552. **การบริหารการตลาด**. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.udru.ac.th/website/attachments/elearning/07/01.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. 2541. **ชุดฝึกอบรมผู้บริหารสถานศึกษาระดับสูง เล่มที่ 5** กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลิฟวิ่ง จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา วิทยาลัยการอาชีพเทิง. 2012. **ความหมายทำเลที่ตั้ง**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.tice.ac.th/ออนไลน์/ออนไลน์-2549/bussiness/anchana/pp%2015.htm>.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. 2552. **การบัญชีต้นทุน**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: แมคกรอฮิล.
- ศุภางค์ จันทวานิชพ 2549. **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร.
- สัณห์สิทธิ์ โฆษินทร์เดชา. 2554. **หลักเศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น**. คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรัฐ ศิลปะอนันต์. 2538. **หลักและกระบวนการบริหารการศึกษา**. ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและระบบบริหารการศึกษา หน่วยที่ 4. พิมพ์ครั้งที่ 12. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์. 2546. **ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารการศึกษา หน่วยที่ 5-8**. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2546. **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซีเอ็ด ยูนิเคชั่น จำกัด.
- อนันต์ เกตุวงศ์. 2534. **หลักและเทคนิคการวางแผน**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. 2552. **การบัญชีต้นทุน**. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. 2552. **กลยุทธ์การบริหารภาวะวิกฤตสำหรับผู้บังคับการ**. วารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปีที่ 32 ฉบับที่ 122 เดือนเมษายน-มิถุนายน 2552, หน้า 8-18.
- เอกชัย กี่สุขพันธ์. 2538. **การบริหาร ทักษะ และการปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : เนติกุลการพิมพ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Abdalla Hagen, Semere Haile, and Ahmad Maghrabi. 2003. "The Impact of The Type Of Strategy on Environmental Scanning Activities In The Banking Industry: An International Perspective." *International Journal of Commerce and Management*. Vol.13 Iss: 2. pp.122 – 143.
- Andreas Persson. 2012. "Profitable customer management: reducing costs by influencing customer behavior." *European Journal of Marketing*. Vol. 47 Iss: 5/6.
- Beth Jenkins. 2007. **Expanding Economic Opportunity: The Role of Large Firms**. Harvard University.
- B.L.MacCarthy, W. Atthirawong. 2003. "Factors affecting location decisions in international operations-a Delphi study." *International Journal of Operations and Production Management*. Vol. 23 Iss: 794-818.
- Balsley, R.D. and Hoover, R.J. 2002. "The survival strategies in global economy: Contingency selection of marketing strategy in international brand decisions." The twelfth international conference of Ramkhamhaeng University. Bangkok.
- Cem Canel, Sidhartha R.Das. 1999. "The uncapacitated multi-period facilities location problem with profit maximization." *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*. Vol.29 Iss: 6 pp.409-433.
- Cem Canel, Sidhartha R.Das. 2002. "Modeling global facility location decisions: integrating marketing and manufacturing decision." *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 102 Iss: 110-118.
- Christopher N. Sutton. 2007. **The role of the Utilities Sector in Expanding Economic Opportunity** John F. Kennedy School of Government. Harvard University.
- D. Govender. 2000. "The choice of a cost base for product pricing." *Meditari Accountancy Research*. Vol. 8 Iss: 1, pp.47 – 67.
- David Brock. 2000. **Is More Planning Better?** *On the Horizon*, Vo. 8 Iss: 4, pp.8-9.
- Dean Elmuti, William Minnis, Michael Abebe. 2005. "Does education have a role in developing leadership skills?." *Management Decision*, Vol. 43 Iss: 7/8, pp.1018 – 1031.
- Dimitris I. Giokas. 2008. **Cost efficiency impact of bank branch characteristic and location : An illustrative application to Greek bank branches**. *Managerial Financial*. Vol.34 Iss: 3 pp.172-185.
- Donald J.Mullineaux and Mark K.Pyles. 2010. "Bank marketing investments and bank performance." *Journal of Financial Economics Policy*. Vol.2 Iss: 4 pp.326-345.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Eddie W.L. Cgeng, Heng Li, Ling Yu. 2005. **The analytic network process(ANP) approach to location selection : a shopping mall illustration.** Construction Innovation: Information , Process, Management. Vol. 5 Iss: 2 pp.83-97.
- E. Frank Harrison. 1995. **Strategic planning maturities.** Management Decision. Vol. 33 Iss: 2, pp.48 – 55.
- Elaine Wallace, Leslie de Chernatony, Isabel Buil. 2013. “Building bank brands: How leadership behavior influences employee commitment.” Journal of Business Research. Volume 66, Issue 2, February 2013, Pages 165–171.
- Eric Yankson. 2011. **Exploring Location and Accessibility Relationships between Manufactured Housing and Banking Facilities in Tuscaloosa County, Alabama.** Thesis of Science in the Department of Geography in the Graduate School of The University of Alabama.
- Ernst and Young Group. 2011. **A New Era of Customer Expectation, Global Consumer Banking Survey 2011.**
- Garment Industry Development Corporation. 2001a. **Activity improvement.** Retrieved May 28, 2001. [ออนไลน์]. Available: <http://www.gidc.org/productivity.html>.
- Hui-Wen Vivian Tang, Mu-Shang Yin and Darwin B.Nelson. 2010. “The relationship between emotional intelligence and leadership practices: A cross-cultural study of academic leaders in Taiwan and the USA.” Journal of Managerial Psychology, Vol.25 Iss: 8 pp.899-926.
- James F. Devlin. 1995. “Technology and innovation in retail banking distribution.” International Journal of Bank Marketing, Vol. 13 Iss: 4, pp.19 – 25.
- John Clark, Kirsten Armit. 2010. **Leadership competency for doctors: a framework.** Leadership in Health Services. Vol.23 Iss: 2 pp.115-129.
- Joanathan Reynoldx, Steve Wood. 2010. “Location decision making in retail firms : evaluation and challenge.” International Journal of Retail and Distribution Management. Vol. 38 Iss: 11 pp.828-845.
- Kark, Ronit; Shamir, Boas; Chen, Gilad. 2003. “The two faces of transformational leadership: Empowerment and dependency.” Journal of Applied Psychology, Vol 88(2), Apr 2003, pp.246-255.
- Kelloway, E.K. 1998. **Using LISREL for structural equation modelling.** Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Luiz Moutinho, Fiona Davies, Shengliang Deng, Salvador Miguel Peris and J.Enrique Bigné Alcañiz. 1997. "The future role of bank branches and their managers: comparing managerial perceptions in Canada and Spain." *International Journal of Bank Marketing*, Vol.15 Iss: 3 pp.99-105.
- Malek AL-Majali. 2011. "The Use of Theory Reasoned of Action to Study Information Technology in Jordan." *Journal of International Banking and commerce*. August 2011, Vol.16, no.2.
- Mark G. Durkin and Barry Howcroft. 2003. **Relationship marketing in the banking sector: the impact of new technologies**. *Marketing Intelligence and Planning*. Vol. 21 Iss: 1. pp.61 – 71.
- Mc Cuddy, M.K. 2003. **Organizational Behavior**. New York: John Wiley and Sons.
- Michele Determan. 2003. **Marketing 101 some basic marketing theory: Marketing basics**. Retrieved March 3. 2003. [ออนไลน์]. Available: <http://www.determan.net/Michele/mposition.htm>.
- Mike Wright and Christine Ennew. 1990. "The Single European Market: Its Impact on Strategic Bank Marketing." *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 8 Iss: 3, pp.5– 10.
- Mohammad Ali Farajian and Shahriar Mohammadi. 2010. "Mining the Banking Customer Behavior Using Clustering and Association Rules Methods." *International Journal of Industrial Engineering and Production Research*. Vol.21 No.4 pp.239-245.
- Mosad Zineldin. 1996. "Bank strategic positioning and some determinants of bank." *International Journal of Bank Marketing*. Vol.14 Iss: 6. pp.12-22.
- Niels Peter Mols, Per Nikolaj D. Bukh and JØrn Flohr Nielsen. 1999. "Distribution channel strategies in Danish retail banking." *International Journal of Retail and Distribution Management*. Vol.27 Iss: 1 pp.37-47.
- Patricia Hind, Andrew Wilson and Gilbert Lenssen. 2009. **Developing leaders for sustainable business**. *Corporate Governance*. Vol.9 Iss: 1 pp.7-20.
- Patrycja U. Grzelonska. 2006. **Bank Branching and Branch Network**. A dissertation of The Graduate School of The University of Minnesota.
- Philip Kotler 2000. **Marketing Management**. Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Reuben Sokol. 1992. **Simplifying Strategic Planning. Management Decision.** Vol. 30 Iss: 7.
From Emerald Group Publishing Limited.
- Rong Ma. 2012. "Three essays on international banking." Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy Department of Economics. Western Michigan University.
- Sarich Chotipanich and Veerason Lertariyanun. 2011. "A study of facility management strategy: the case of commercial banks in Thailand." *Journal of Facilities Management*, Vol.9 Iss:4 pp.282-299.
- Schumacker, R. E. and Lomax, R. G. 1996. **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling.** Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Scott Lansing Fulford. 2009. "Essays in Development Economics: Banking, Fertility, and Education in India." Dissertation of the department of Economics. Princeton University.
- Stavros P.Kalafatis, Markos H.Tsogas and Charles Blankson. 2000. "Positioning strategies in business markets." *Journal of Business and Industrial Marketing*. Vol. 15 No.6. pp.416-437.
- Stephen K. Callaway. 2011. "Internet banking and performance: The relationship of web site traffic rank and bank performance." *American Journal of Business*. Vol. 26 Iss:1, pp.12 - 25
- Steven,J. 1996. **Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences.** 3rded. New York, Lawrence Erlbaum.
- Thabet A.Edris. 1997. "Services considered important to business customers and determinants of bank selection in Kuwait: a segmentation analysis." *International Journal of Bank Marketing*. Vol.15 Iss:4 pp.126-133.
- Thompson, Kathryn Ann. 1991. **Branch design for the 1990's: Retail style facilities that support the sales culture.** The Stonier Graduate School of Banking. pp.40
- Tim McLaren, Milena Head and Yufei Yuan. 2002. "Supply chain collaboration alternative: understanding the expected costs and benefits." *International Research*. Vol.12 Iss: 4 pp.348
- Timmons, Tony. 1996. **Las Vegas Business Bank announces branch expansion plans.** Las Vegas Business Press Iss: 13(5). pp.5.
- Tom Wamalwa. 2006. "The Impact of Internet Banking on Banks: A Descriptive and Evaluative Case Study of A Large U.S.Bank (LUSB)." Dissertation of the Degree Doctor of Philosophy, Capella University.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- William A.DRago. 1999. "Leadership characteristics and Strategic Planning." Management Research News, Vol.22 ISS: 1, pp.11-18.
- Yukl, G., 1989. "Managerial Leadership: a review of theory and research." Journal of Management. Vol. 15 Issue 2. p.251-290



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามสำหรับงานคุณวุฒิพิเศษ

เรื่อง

“รูปแบบความสัมพันธ์ของผู้นำ ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ”

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามชุดนี้ ประกอบด้วยส่วนต่างๆ 5 ส่วน ขอความกรุณาท่านช่วยตอบคำถามทุกข้อ เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปอย่างถูกต้อง คำตอบของท่านถือว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยครั้งนี้ และผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับ ไม่เผยแพร่เป็นรายบุคคล

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำที่แจ้ง โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่าง () ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. ระดับการศึกษา
() ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() ปริญญาโท () ปริญญาเอก
3. สาขาที่จบการศึกษา
() เกษตรกรรม () บริหารธุรกิจ
() รัฐศาสตร์ () มนุษยศาสตร์
() สื่อสารมวลชน () นิติศาสตร์
() อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ตำแหน่ง ผู้บริหารระดับต้น ผู้บริหารระดับกลาง
 ผู้บริหารระดับสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 แบบประเมินศักยภาพด้านการตลาดของธุรกิจ

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ท่านคิดว่า ตัวชี้วัดศักยภาพด้านการขยายสาขานาคารได้แก่

รายการ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง →				ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	7	6	5	4	3	2	1
1. จำนวนสาขาที่สามารถเปิดดำเนินการตามเป้าหมาย							
2. กำหนดเวลาที่สามารถเปิดดำเนินการตามเป้าหมาย							

ส่วนที่ 3 แบบประเมินวิธีการบริหารจัดการ

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ผู้นำองค์กร หมายถึง บุคลากรของธนาคารที่เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบาย ทิศทาง เป้าหมายขององค์กร ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร								
ข้อ	กลยุทธ์ หมายถึง แผนการปฏิบัติซึ่งกำหนดไว้เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด	เห็นด้วยอย่างยิ่ง →				ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
		7	6	5	4	3	2	1
1	องค์กรของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์							
2	องค์กรของท่านมีการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า							
3	องค์กรของท่านมีการสำรวจความต้องการของลูกค้า							
4	องค์กรของท่านมีการกำหนดส่วนแบ่งตลาด							
แผนงาน หมายถึง กำหนดเวลา วิธีปฏิบัติ บุคลากรขององค์กรดำเนินการ								
1	องค์กรของท่านมีการวางแผนล่วงหน้า							
2	องค์กรของท่านมีการจัดทำแผนงานขององค์กรมีทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว							
3	องค์กรของท่านมีการจัดทำแผนงานของท่านมีการปรับเปลี่ยนทุก 3 ปี							
4	องค์กรมีการสำรวจข้อมูลก่อนดำเนินการจัดทำแผนงาน							
ทีมงาน หมายถึง บุคลากรที่ร่วมดำเนินกิจกรรมตามภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายการดำเนินการ								
1	องค์กรของท่านมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคลากร							
2	องค์กรของท่านมีการกระจายอำนาจและให้อิสระในการทำงาน							
3	องค์กรของท่านมีการกระตุ้นให้ทีมงานมีความคิดสร้างสรรค์ด้วยการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกัน							
4	องค์กรของท่านมีการให้ความรู้แก่บุคลากรขององค์กร							
5	องค์กรของท่านมีการให้รางวัลเพื่อเป็นแรงจูงใจแก่บุคลากร							

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำเลที่ตั้ง หมายถึง สถานที่ตั้งของสาขาธนาคาร								
ข้อ	รูปแบบสาขา หมายถึง ลักษณะของสาขา รวมถึงบริการของสาขา	เห็นด้วยอย่างยิ่ง →				ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
		7	6	5	4	3	2	1
1	รูปแบบของสาขา กำหนดจากนโยบายของธนาคาร							
2	รูปแบบสาขา กำหนดจากปริมาณสาขาทั่วไปของธนาคาร							
3	รูปแบบสาขา กำหนดจากปริมาณสาขาอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร							
4	รูปแบบของสาขา กำหนดจากเงื่อนไขของธนาคารแห่งประเทศไทย							
5	รูปแบบของสาขา กำหนดจากจำนวนบุคลากรที่พร้อมปฏิบัติงานในสาขาที่ขอเปิด							
	การรับรู้ของลูกค้า หมายถึง ข้อมูลที่ลูกค้ารับทราบจากการสื่อสารของธนาคาร							
1	องค์กรของท่านมีระบบการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้า							
2	องค์กรของท่านมีการกำหนดความถี่ในการสื่อสารข้อมูล							
3	องค์กรของท่านมีช่องทางในการสื่อสารข้อมูลมากกว่า 3 ช่องทาง อาทิ โดยพนักงาน โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยสื่อการโฆษณา							
4	องค์กรของท่านมีการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้า							
	จำนวนประชากร หมายถึง จำนวนประชากรในพื้นที่ที่จะเปิดทำการสาขาธนาคาร							
1	มูลค่าการลงทุนในการพัฒนาภาคธุรกิจ							
2	รายได้ต่อหัวของประชากร							
3	คุณลักษณะของลูกค้า							

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้นทุน หมายถึง เงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งสาขาธนาคาร ประกอบด้วย ต้นทุนด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านอุปกรณ์เครื่องมือ								
ข้อ	ขนาดพื้นที่ หมายถึง จำนวนพื้นที่ของที่ตั้งสาขาธนาคาร	เห็นด้วยอย่างยิ่ง →				ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
		7	6	5	4	3	2	1
1	ขนาดพื้นที่ของสาขากำหนดจากนโยบายขององค์กร							
2	ขนาดพื้นที่สาขากำหนดจากเงินลงทุนของธนาคาร							
3	ขนาดพื้นที่ของสาขากำหนดจากจำนวนลูกค้าเป้าหมายในแต่ละสาขา							
	อุปกรณ์/เทคโนโลยี หมายถึง อุปกรณ์ เครื่องมือ รวมถึงเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงานของสาขาธนาคาร							
1	การใช้อุปกรณ์/เทคโนโลยีของสาขากำหนดจากนโยบายขององค์กร							
2	การใช้อุปกรณ์/เทคโนโลยีของสาขากำหนดจากเงินลงทุนขององค์กร							
3	องค์กรมีการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีแก่พนักงาน							
4	องค์กรมีการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ใช้กับบริการของธนาคาร แก่ลูกค้า							

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ผลการดำเนินงานขององค์กรและภาวะเศรษฐกิจภายนอกองค์กร								
ข้อ	ปัจจัยภายในองค์กร-ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลประกอบการของธนาคาร	เห็นด้วยอย่างยิ่ง →				ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
		7	6	5	4	3	2	1
1	การเปิดสาขาพิจารณาจากผลการดำเนินงานของธนาคาร							
2	การเปิดสาขาพิจารณาจากอัตราเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงของธนาคาร							
3	การเปิดสาขาพิจารณาจากพื้นที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคาร							
4	การเปิดสาขาพิจารณาจากองค์กรมีระบบธรรมาภิบาลที่ดี							
5	การเปิดสาขาพิจารณาจากผลตอบแทนจากการลงทุน							
	ปัจจัยภายนอกองค์กร-ภาวะเศรษฐกิจ หมายถึง สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจภายนอกองค์กรในพื้นที่ที่จะเปิดสาขาธนาคาร							
1	รายได้ประชาชาติสูงขึ้น ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคาร							
2	มูลค่าผลผลิตในพื้นที่ที่จะเปิดสาขา ส่งผลต่อการขอเปิดสาขา							
3	การจับจ่ายใช้สอยของประชากรในพื้นที่ที่ขอเปิดสาขาธนาคาร ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคาร							

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ลำดับข้อคำถาม	รายละเอียดข้อคำถาม
ข้อที่ 1	ท่านคิดว่า ตัวชี้วัดการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ประกอบด้วย จำนวนสาขาที่เปิด และเวลาใช้หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีตัวชี้วัดอื่นอีกหรือไม่
ข้อที่ 2	ท่านคิดว่า ผู้นำองค์กร ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด และเป็นผู้นำองค์กร ระดับใด
ข้อที่ 3	ท่านคิดว่า กลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน คือ องค์ประกอบของผู้นำองค์กร ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่
ข้อที่ 4	ท่านคิดว่า ทำเลที่ตั้ง ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด
ข้อที่ 5	ท่านคิดว่า รูปแบบสาขา การรับรู้ของลูกค้า จำนวนประชากร คือ องค์ประกอบของทำเลที่ตั้ง ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่
ข้อที่ 6	ท่านคิดว่า ต้นทุนในการเปิดสาขา ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด
ข้อที่ 7	ท่านคิดว่า ขนาดสาขา และ อุปกรณ์ คือ องค์ประกอบของต้นทุนในการเปิดสาขา ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่
ข้อที่ 8	ท่านคิดว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด
ข้อที่ 9	ท่านคิดว่า ผลการดำเนินงานของธนาคาร และ ภาวะเศรษฐกิจ คือ องค์ประกอบของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่
ข้อที่ 10	ท่านคิดว่า ระดับอิทธิพลของผู้นำองค์กร ทำเลที่ตั้ง ต้นทุนในการเปิดสาขา และ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยใดมีอิทธิพลสูงสุด เพราะเหตุใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างจากโปรแกรม PLS Graph

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างจากโปรแกรม PLS Graph: ไฟล์ .LIST

```

P L S G R A P H
      for
Partial Least Squares Analysis
(2004 Feb 27)

YEAR-MONTH-DAY: 2013-10-18
HOUR:MIN:SECS: 07:55:58.

(HOWDY PARDNER!! HOW Y'ALL DOING, EH?)
0 600000 = Available Field Length.
 600000 = Requested Field Length.

0CPU-Time = 0 min 0.00 sec
Total = 0 min 0.00 sec

0 Comments..
  COMM
  . PLS Deck generated for Associated Professor Dr. Montree Piriyakul
0JBL 1.8
=====
0-- P L S X --
0-- LATENT VARIABLES PATH ANALYSIS --
-- PARTIAL LEAST-SQUARES ESTIMATION --
0
=====
0Number of Blocks NBLOCS = 5
Number of Cases NCASES = 220
Number of Dimensions NDIM = 1
0Output Quantity OUT = 2255
Inner Weighting Scheme IWGHT = 1
Number of Iterations NITER = 100
Estimation Accuracy EPS = 5
Analysed Data Metric METRIC = 1
0=====
Block N-MV Deflate LV-Mode Model
-----
Leadersh 3 yes outward Endogen
Location 3 yes outward Endogen
Cost 2 yes outward Endogen
econ_fac 2 yes outward Exogen
Performa 2 yes outward Endogen
-----
12
=====
0Real words needed 5485 from 600000
0Char words needed 475 from 40000
1
0Dimension No. 1
0Partial Least-Squares Parameter Estimation
0Change of Stop Criteria during Iteration
0Cycle No. CR1 CR2 CR3 CR4 CR5
1 0.6454E+00 0.4337E+00 0.6963E+00 0.6891E+00 0.3853E+00
2 0.8487E-02 0.2247E-02 0.4952E-03 0.5544E-03 0.2603E-04
3 0.7968E-03 0.1184E-03 0.7083E-04 0.7455E-04 -0.1626E-04
4 0.6406E-04 0.3121E-04 0.6947E-05 0.7110E-05 -0.2296E-05
5 0.7320E-05 0.3654E-05 0.6199E-06 0.6203E-06 -0.1762E-06
0Convergence at Iteration Cycle No. 5

0B .. Path coefficients
=====
Leadersh Location Cost econ_fac Performa
-----
Leadersh 0.000 0.000 0.000 0.662 0.000
Location 0.798 0.000 0.000 0.000 0.000
Cost 0.259 0.585 0.000 0.000 0.000
econ_fac 0.000 0.000 0.000 0.000 0.000
Performa 0.512 -0.021 0.033 0.204 0.000
=====

```

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

OR .. Correlations of latent variables

	Leadersh	Location	Cost	econ_fac	Performa
Leadersh	1.000				
Location	0.798	1.000			
Cost	0.726	0.792	1.000		
econ_fac	0.662	0.776	0.810	1.000	
Performa	0.654	0.572	0.553	0.553	1.000

OInner Model

Block	Mean	Location	Mult.RSq	AvResVar	AvCommun	AvRedund
Leadersh	0.0000	0.0000	0.4378	0.2291	0.7709	0.3375
Location	0.0000	0.0000	0.6371	0.2738	0.7262	0.4627
Cost	0.0000	0.0000	0.6516	0.2039	0.7961	0.5187
econ_fac	0.0000	0.0000	0.0000	0.1618	0.8382	0.0000
Performa	0.0000	0.0000	0.4542	0.3205	0.6795	0.3086
Average			0.4361	0.2401	0.7599	0.3379

OOuter Model

Variable	Weight	Loading	Location	ResidVar	Communal	Redundan
Leadersh outward						
Leader_s	0.3527	0.8812	0.0000	0.2234	0.7766	0.3399
Leader_p	0.4187	0.8711	0.0000	0.2413	0.7587	0.3321
Leader_t	0.3680	0.8818	0.0000	0.2225	0.7775	0.3404
Location outward						
Location	0.3947	0.8520	0.0000	0.2741	0.7259	0.4625
Location	0.3889	0.8421	0.0000	0.2909	0.7091	0.4518
Location	0.3899	0.8624	0.0000	0.2563	0.7437	0.4738
Cost outward						
cost_siz	0.5487	0.8875	0.0000	0.2124	0.7876	0.5132
cost_tec	0.5720	0.8970	0.0000	0.1954	0.8046	0.5242
econ_fac outward						
econ_out	0.5601	0.9201	0.0000	0.1535	0.8465	0.0000
econ_in	0.5320	0.9110	0.0000	0.1701	0.8299	0.0000
Performa outward						
ser_a1	0.5113	0.7650	0.0000	0.4147	0.5853	0.2658
ser_a2	0.6922	0.8796	0.0000	0.2263	0.7737	0.3514

OTheta .. Outer residual covariance

	Leader_s	Leader_p	Leader_t	Location	Location	Location	cost_siz
Leader_s	0.223						
Leader_p	-0.135	0.241					
Leader_t	-0.060	-0.145	0.222				
Location	-0.038	0.088	-0.064	0.274			
Location	0.080	-0.108	0.046	-0.155	0.291		
Location	-0.041	0.018	0.019	-0.122	-0.133	0.256	
cost_siz	-0.063	0.100	-0.054	0.080	-0.138	0.057	0.212
cost_tec	0.060	-0.096	0.052	-0.076	0.132	-0.054	-0.204
econ_out	0.059	-0.027	-0.026	-0.020	0.037	-0.017	-0.031
econ_in	-0.062	0.028	0.027	0.021	-0.038	0.018	0.033
ser_a1	0.111	-0.110	0.020	-0.042	0.071	-0.027	-0.096
ser_a2	-0.082	0.082	-0.015	0.031	-0.052	0.020	0.071
Leadersh	0.000	0.000	0.000	0.004	0.035	-0.039	-0.065
Location	-0.026	0.062	-0.046	0.000	0.000	0.000	0.025
Cost	-0.069	0.055	0.004	-0.008	-0.021	0.030	0.000
econ_fac	-0.080	0.124	-0.064	0.058	-0.098	0.040	0.100
Performa	-0.031	0.022	0.005	0.027	-0.005	-0.023	-0.021

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

0Theta .. Outer residual covariance

```
=====
cost_tec econ_out econ_in ser_a1 ser_a2 Leadersh Location
-----
cost_tec    0.195
econ_out    0.030    0.153
econ_in    -0.031   -0.162    0.170
ser_a1     0.092    0.062   -0.066    0.415
ser_a2    -0.068   -0.046    0.048   -0.306    0.226
Leadersh   0.062    0.000    0.000   -0.003    0.002    1.000
Location  -0.024   -0.003    0.003   -0.072    0.053    0.798    1.000
Cost       0.000   -0.028    0.029   -0.073    0.054    0.726    0.792
econ_fac  -0.096    0.000    0.000   -0.154    0.114    0.662    0.776
Performa   0.020    0.025   -0.026    0.000    0.000    0.654    0.572
=====
```

0Theta .. Outer residual covariance

```
=====
Cost econ_fac Performa
-----
Cost      1.000
econ_fac  0.810    1.000
Performa  0.553    0.553    1.000
=====
```

0 ==PLSW no prob, eh?

0CPU-Time = 0 min 0.02 sec

Total = 0 min 0.02 sec

0 No errors reported.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างจากโปรแกรม PLS Graph: ไฟล์ .OUT

Output results with Construct Level sign change preprocessing:

Bootstrap raw data generated for Associated Professor Dr. Montree Piriyakul

Number of cases in full model: 220

Number of cases per sample: 220

Number of samples generated: 220

Number of good samples: 220

Outer Model Weights:

	Original sample estimate	Mean of subsamples	Standard error	T-Statistic
Leadersh:				
Leader_s	0.3527	0.3523	0.0127	27.7029
Leader_p	0.4187	0.4222	0.0360	11.6364
Leader_t	0.3680	0.3650	0.0127	28.9238
Location:				
Location	0.3947	0.3965	0.0157	25.0646
Location	0.3889	0.3853	0.0157	24.8336
Location	0.3899	0.3899	0.0213	18.3338
Cost :				
cost_siz	0.5487	0.5521	0.0347	15.7901
cost_tec	0.5720	0.5697	0.0221	25.9184
econ_fac:				
econ_out	0.5601	0.5584	0.0232	24.0986
econ_in	0.5320	0.5329	0.0224	23.7688
Performa:				
ser_al	0.5113	0.4965	0.0664	7.6988
ser_a2	0.6922	0.7000	0.0776	8.9236

Outer Model Loadings:

	Original sample estimate	Mean of subsamples	Standard error	T-Statistic
Leadersh:				
(Composite Reliability =	0.910	AVE =	0.771)
Leader_s	0.8812	0.8805	0.0265	33.2449
Leader_p	0.8711	0.8751	0.0341	25.5728
Leader_t	0.8818	0.8802	0.0286	30.8688
Location:				
(Composite Reliability =	0.888	AVE =	0.726)
Location	0.8520	0.8544	0.0229	37.2205
Location	0.8421	0.8413	0.0408	20.6460
Location	0.8624	0.8642	0.0216	39.9884
Cost :				
(Composite Reliability =	0.886	AVE =	0.796)
cost_siz	0.8875	0.8891	0.0231	38.4830
cost_tec	0.8970	0.8942	0.0315	28.4913
econ_fac:				
(Composite Reliability =	0.912	AVE =	0.838)
econ_out	0.9201	0.9203	0.0135	68.0468
econ_in	0.9110	0.9120	0.0157	58.1403

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Performa:

(Composite Reliability = 0.808 , AVE = 0.679)
 ser_a1 0.7650 0.7490 0.0941 8.1331
 ser_a2 0.8796 0.8872 0.0264 33.2926

Path Coefficients Table (Original Sample Estimate):

	Leadersh	Location	Cost	econ_fac	Performa
Leadersh	0.0000	0.0000	0.0000	0.6620	0.0000
Location	0.7980	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Cost	0.2590	0.5850	0.0000	0.0000	0.0000
econ_fac	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Performa	0.5120	-0.0210	0.0330	0.2040	0.0000

Path Coefficients Table (Mean of Subsamples):

	Leadersh	Location	Cost	econ_fac	Performa
Leadersh	0.0000	0.0000	0.0000	0.6672	0.0000
Location	0.8003	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Cost	0.2591	0.5893	0.0000	0.0000	0.0000
econ_fac	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Performa	0.5072	-0.0168	0.0239	0.2130	0.0000

Path Coefficients Table (Standard Error):

	Leadersh	Location	Cost	econ_fac	Performa
Leadersh	0.0000	0.0000	0.0000	0.0468	0.0000
Location	0.0311	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Cost	0.0617	0.0563	0.0000	0.0000	0.0000
econ_fac	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Performa	0.0922	0.1032	0.1060	0.0935	0.0000

Path Coefficients Table (T-Statistic)

	Leadersh	Location	Cost	econ_fac	Performa
Leadersh	0.0000	0.0000	0.0000	14.1597	0.0000
Location	25.6200	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Cost	4.1960	10.3865	0.0000	0.0000	0.0000
econ_fac	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Performa	5.5534	0.2035	0.3113	2.1822	0.0000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ตรวจแบบสอบถาม

ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจสอบแบบสอบถามจำนวน 5 ท่าน มีรายชื่อดังต่อไปนี้

ลำดับผู้ทรงคุณวุฒิ	ชื่อ และ ตำแหน่งของผู้ทรงคุณวุฒิ
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 1	รศ. ดร. พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์ ตำแหน่ง คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 2	รศ. ดร. วิสุทธิ อธิพรธรรม ตำแหน่ง รองคณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 3	คุณมะลิวัลย์ สุภาพร ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการ ฝ่ายพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายการบริการและการขาย ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 4	คุณสถาชัย ชวาลฉิมชัย ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการ ฝ่ายงานพัฒนาและสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายการบริการและ การขาย ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ผู้ทรงคุณวุฒิ ท่านที่ 5	คุณภาณุ สงพรหม ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหารช่องทางการขาย ธนาคาร ซีเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญ ผู้ตรวจสอบแบบสัมภาษณ์

จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย

1. ตำแหน่งรองผู้อำนวยการฝ่าย	จำนวน	3	ท่าน
2. ตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย	จำนวน	1	ท่าน
3. ตำแหน่งหัวหน้าส่วนอาวุโส	จำนวน	1	ท่าน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

จำนวน 10 ท่าน ประกอบด้วย

ชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
1. คุณกำพล สุทธิพิเชษฐ์	ผู้อำนวยการฝ่าย
2. คุณสถาชัย ชวาลวณิชชัย	รองผู้อำนวยการฝ่าย
3. คุณเกียรติพงษ์ ช่อนกลิ่น	รองผู้อำนวยการฝ่าย
4. คุณทศพร อੰบุญอ้อม	รองผู้อำนวยการฝ่าย
5. คุณสุรพล ศรีสมบูรณ์	รองผู้อำนวยการฝ่าย
6. คุณทศพร อัญญอ้อม	รองผู้อำนวยการฝ่าย
7. คุณพศพงษ์ รัตนาภิรมย์มาศ	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย
8. คุณกษิต์เดช นันทิพัฒน์สกุล	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย
9. คุณธีรเดช ลิ้มปานาวุฒิกร	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย
10. คุณกวี วงษ์จิรภัทร	ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) จำนวน 10 ราย สามารถสรุปแต่ละประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ท่านคิดว่า ตัวชี้วัดการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ประกอบด้วยจำนวนสาขาที่เปิด และ เวลาใช้หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีตัวชี้วัดอื่นอีกหรือไม่

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 1

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ใช่, จำนวนสาขาที่เปิดและกำหนดเวลาที่สามารถเปิดสาขาใหม่เพื่อให้บริการได้ตรงตามกำหนดของแผนงาน เป็นตัวชี้วัดการขยายสาขาของธนาคาร นอกจากนี้ธนาคารใช้การเปิดสาขาให้มากกว่าคู่แข่งเพื่อรองรับ Transaction ของลูกค้า โดยพิจารณาให้ตอบ
คนที่ 2	ใช่, เนื่องจากวัตถุประสงค์ของธนาคาร คือ การตอบสนองความสะดวกสบายให้กับลูกค้า และลดระยะเวลาในการให้บริการของพนักงาน โดยการสร้างเครื่องมือในการให้บริการได้รวดเร็วขึ้น และให้พนักงานได้เหลือเวลาเพื่อใช้ในการทำการขายผลิตภัณฑ์อื่นได้มากขึ้น นอกเหนือจากนั้น คือรูปแบบสาขาและสถานที่เปิดสาขาที่เหมาะสม จะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยด้วย
คนที่ 3	ใช่, เนื่องจาก ปัจจุบันจำนวนสาขาจะบ่งบอกถึงของธนาคารพาณิชย์นั้นๆ เช่น การนับจำนวนสาขาตามลำดับ Top ส่วนตัวชี้วัดอื่นๆ จะเป็นการตอบสนอง Lifestyle ของลูกค้าด้วย หากธนาคารฯ ไม่สามารถบริหารการให้บริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าตาม Lifestyle ได้ จะถือว่าไม่มีศักยภาพ
คนที่ 4	ใช่, จำนวนสาขาที่เปิดและกำหนดเวลาที่สามารถเปิดสาขาใหม่เพื่อให้บริการได้ตรงตามกำหนดของแผนงาน เป็นตัวชี้วัดการขยายสาขาของธนาคาร นอกจากนี้ธนาคารใช้การเปิดสาขาให้มากกว่าคู่แข่งเพื่อรองรับ Transaction ของลูกค้า โดยพิจารณาให้ตอบ
คนที่ 5	ใช่, เนื่องจากวัตถุประสงค์ของธนาคาร คือ การตอบสนองความสะดวกสบายให้กับลูกค้า และลดระยะเวลาในการให้บริการของพนักงาน โดยการสร้างเครื่องมือในการให้บริการได้รวดเร็วขึ้น และให้พนักงานได้เหลือเวลาเพื่อใช้ในการทำการขายผลิตภัณฑ์อื่นได้มากขึ้น นอกเหนือจากนั้น คือรูปแบบสาขาและสถานที่เปิดสาขาที่เหมาะสม จะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 1

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 6	ใช่, จำนวนการเปิดสาขาและช่วงเวลาการขยายสาขาใหม่นั้น จะสะท้อนถึงกลุ่มผู้ใช้บริการ ส่วนเวลาในการเปิดให้บริการในแต่ละวันจะสะท้อน lifestyle และพฤติกรรมของลูกค้า
คนที่ 7	ใช่, การที่เปิดสาขาแล้วมีการตอบรับโดยการเข้ามาใช้บริการจากลูกค้า ก็ถือว่าเป็นอีกหนึ่งวิธีวัดศักยภาพคุณภาพ ดังนั้น ปริมาณลูกค้าผู้มาใช้บริการ จะเป็นอีกหนึ่งตัววัดการขยายสาขา
คนที่ 8	ใช่, โดยในแง่กลยุทธ์ จะประกอบด้วย Coverage & Convenience ของลูกค้า การที่ธนาคารสามารถทำให้ลูกค้าในแต่ละท้องที่เกิดความสะดวกในการใช้บริการธนาคาร และสามารถให้ความสะดวกเมื่อไปใช้บริการได้นั้น ครอบคลุม coverage ในแต่ละพื้นที่จะเป็นอีกหนึ่งตัววัดการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย ดังนั้น ธนาคารพยายามให้มีพื้นที่ให้บริการที่สะดวกที่จะไปใช้บริการมากที่สุด หากว่าลูกค้าสะดวกในการใช้บริการแล้วนั้น ก็จะเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการกับธนาคารมากขึ้น อันมีผลด้านผลกำไรของธนาคารด้วย
คนที่ 9	ใช่, ผู้นำองค์กรเปรียบเหมือนเป็นตัวหลักในการผลักดันแผนการขยายสาขาของธนาคาร โดยในธนาคารกสิกรไทย ผู้นำองค์กรในระดับผู้บริหารสายงาน จะมี direction ที่ชัดเจนที่จะแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด เช่น การวางแผนการเปิดสาขาทั้งด้านพื้นที่ที่จะทำการเปิดสาขาใหม่ และ ช่วงเวลาของการเปิดสาขาใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้าในธุรกิจเดียวกัน
คนที่ 10	ใช่, สาขาที่มีตรงรองรับบริการมีจำนวนที่เหมาะสมและมีการเปิดเพื่อดูกลุ่มลูกค้ามีเหตุผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 2 ท่านคิดว่า ผู้นำองค์กร ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทยหรือไม่ เพราะเหตุใด และเป็นผู้นำองค์กร ระดับใด

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 2

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ใช่, เพราะผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบายการขยายสาขา ซึ่งในทุกนโยบายจะต้องมีกระบวนการในการพิจารณาจาก Management Committee แล้ว, โดยมีผู้นำองค์กรที่เป็นCEOจะเป็นผู้กำหนดนโยบาย
คนที่ 2	ใช่, กลยุทธ์และนโยบายจะเป็นผู้กำหนดนโยบาย ตำแหน่งCEO และกรรมการขึ้นไปเป็นผู้กำหนดนโยบาย
คนที่ 3	ใช่, ผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบายการขยายสาขา
คนที่ 4	ใช่ ผู้นำระดับสูงจะเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์ขององค์กร
คนที่ 5	ใช่ ผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบายการขยายสาขา
คนที่ 6	ใช่, การขยายสาขาเป็นการบริหารงานเชิงของนโยบายจากผู้นำองค์กร ส่วนกลาง ส่วนการวิเคราะห์พื้นที่ที่จะเปิดให้บริการนั้น จะได้รับข้อมูลจากผู้บริหารส่วนท้องถิ่นด้วย เนื่องจาก ในบางครั้งการได้รับข้อมูลหรือการเสนอจากผู้รู้จักรู้พื้นที่ดี อันส่งผลทั้งการเพิ่ม หรือ ลด การขยายสาขา เนื่องจาก ผู้นำองค์กร จะสามารถกำหนดและปรับเปลี่ยนได้
คนที่ 7	ใช่, ผู้นำองค์กรมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการตัดสินใจและการมองกลยุทธ์ ผู้นำระดับสูงจะเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์ขององค์กร อันมีผลต่อการขยายสาขาในจุดที่เข้าถึงได้ เพื่อให้ปัจจัยการขยายมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนผู้นำระดับกลางมีผลในการขับเคลื่อนให้เกิดความสำเร็จในการขยายได้อย่างเหมาะสม
คนที่ 8	ใช่ ผู้นำระดับสูงจะเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์ขององค์กร
คนที่ 9	ใช่ การขยายสาขาเป็นการบริหารงานเชิงของนโยบายจากผู้นำองค์กร
คนที่ 10	ใช่, ผู้นำองค์กรมีความสำคัญเพราะต้องตัดสินใจรวมถึงวางแผนงานที่ธนาคารกำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 3 กลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน คือ องค์ประกอบของผู้นำองค์กร ใชหรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 3

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ใช่, ไม่ว่าจะเป็น กลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน เป็นองค์ประกอบอย่างเน้มนอน องค์ประกอบอื่น คือแนวทางการทำงานของแต่ละส่วนต้องผสานกันอย่างลงตัว และมีแนวทางที่ดีด้วย
คนที่ 2	ใช่, นอกเหนือจากนี้คือการ Motivation ที่ผู้นำจะต้องมี เพื่อนำให้ทีมงานในองค์กร ดำเนินการไปในแนวทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ
คนที่ 3	เห็นด้วย, องค์ประกอบนอกเหนือจากนี้คือ นโยบายและกลยุทธ์พิเศษที่จะมีขึ้น ให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ และช่วงเวลา
คนที่ 4	ใช่, ส่วนองค์ประกอบอื่นคือ คู่แข่งทางธุรกิจ
คนที่ 5	ใช่, กลยุทธ์ แผนงาน และทีมงาน เป็นองค์ประกอบของผู้นำองค์กร
คนที่ 6	ใช่, เนื่องจากทั้งหมดเป็นส่วนที่จะต้องคิดวางแผนและลงมือทำ อันเป็นปัจจัย สำคัญ องค์ประกอบอื่นเป็นตัวเสริมในการพิจารณาความเสี่ยง ความเหมาะสม ความคุ้มค่า
คนที่ 7	ใช่, ทั้งหมดเป็นส่วนหลักในการวางแผนและลงมือทำ ทั้งนี้้องค์ประกอบอื่นจะเป็นตัวเสริมส่วนประกอบหลัก เช่น การวิเคราะห์ความเสี่ยง ข่าวสารข้อมูลของ คู่แข่ง
คนที่ 8	ใช่, ทั้งสามตัวหลักครอบคลุมองค์ประกอบของผู้นำองค์กรทั้งหมดแล้ว และสามารถแตกรายละเอียดได้ว่า ผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดนโยบายการบริหาร ทีมงานคือผู้รับนโยบายและดำเนินการ เพื่อจะนำข้อมูลมาทำเป็นกลยุทธ์ หลังจากนั้น แผนงานจะเกิดขึ้น ดังนั้น ถ้าผู้นำจะประสบความสำเร็จได้ก็จะประกอบด้วย 3 ส่วนนี้
คนที่ 9	เห็นด้วย, ทั้งสามตัวหลักครอบคลุมองค์ประกอบของผู้นำองค์กร
คนที่ 10	เห็นด้วย, ทั้งหมดเป็นส่วนหลักในการวางแผนและลงมือทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 4 ท่านคิดว่า ทำเลที่ตั้ง ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทยหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 4

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ใช่, ทำเลที่ตั้งมีผลเป็นอย่างมาก รวมถึงมีผลเป็นอย่างมากกับทุกๆธุรกิจด้วย
คนที่ 2	เห็นด้วย, ทำเลที่ตั้งมีผลเป็นอย่างมาก
คนที่ 3	ใช่, ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากธุรกิจธนาคาร เป็นการให้บริการกับคนจำนวนมาก ดังนั้น ทำเลที่ตั้ง จะเป็นตัวกำหนดทิศทางการขยายสาขาในพื้นที่นั้นๆ ยกตัวอย่างเช่น พื้นที่ที่มีจำนวนประชากรหนาแน่น ก็จะพิจารณาให้เปิดสาขาได้มากกว่า 1 สาขา ได้
คนที่ 4	เห็นด้วย, ทำเลที่ตั้งมีผลเป็นอย่างมาก
คนที่ 5	ใช่, ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่ค่อนข้างสำคัญ เนื่องจากการเข้าถึงและการสร้างความน่าเชื่อถือของธนาคารในปัจจุบันนี้ ลูกค้าให้ความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมกับสาขา แทนที่การทำบน cyber banking โดยเฉพาะเขตต่างจังหวัดจะมีปริมาณในลักษณะนี้ค่อนข้างสูง ดังนั้น การมีทำเลที่ตั้งเป็นหลักแหล่งและชัดเจน ลูกค้าจะเชื่อมั่นและใช้บริการมากกว่า โดยธนาคาร ก็ควรมีนโยบายที่จะขยายการเปิดสาขาให้ตอบสนองความต้องการ ในเขตทุกพื้นที่ ด้วย
คนที่ 6	เห็นด้วยกับเหตุของท่านที่ 5
คนที่ 7	เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง, เนื่องจากธุรกิจทุกประเภท ก็ควรขยายสาขาให้ตอบสนองพฤติกรรมและ lifestyle ปัจจุบันของลูกค้า เช่น ปัจจุบันใช้ชีวิตในห้างสรรพสินค้าค่อนข้างมาก ธนาคารก็จะเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้า หรือ ลูกค้ากลุ่มมนุษย์เงินเดือน ที่มีเวลาที่จะไปใช้บริการสาขาธนาคาร ในเวลาที่จำกัด ก็จะสามารถใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้า หรือ สาขาใน Office building ได้ จากเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้ธนาคารฯ ขยายศักยภาพการขยายสาขาไปในพื้นที่ที่เป้าหมายที่เหมาะสมได้
คนที่ 8	เห็นด้วย, ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากธุรกิจธนาคาร
คนที่ 9	เห็นด้วย, ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่ค่อนข้างสำคัญ
คนที่ 10	เห็นด้วย เพราะการเลือกทำเลมีผลต่อผู้ใช้บริการและทำธุรกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 5 ท่านคิดว่า รูปแบบสาขา การรับรู้ของลูกค้า จำนวนประชากร คือ องค์ประกอบของทำเลที่ตั้ง ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 5

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ใช่, ใช่เป็นโจทย์ในการเปิดสาขาอย่างแน่นอน ซึ่งธนาคาร มีนโยบายการสร้างสาขาที่เหมาะสมกับสถานที่เปิดด้วย เช่น การเปิดสาขาในรูปแบบ Thematic Branch ที่สอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น
คนที่ 2	เห็นด้วย, ธนาคาร มีนโยบายการสร้างสาขาที่เหมาะสมกับสถานที่เปิดด้วย
คนที่ 3	ใช่, การรับรู้ของลูกค้า Visibility ทำให้เกิด Awareness ของคนในพื้นที่, ทั้งนี้ อีกหนึ่งองค์ประกอบคือจำนวนประชากรในและประเภทธุรกิจพื้นที่นั้นๆ
คนที่ 4	ใช่, ลักษณะของประชากรในพื้นที่ และ ภัยโฆษณา เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบ
คนที่ 5	ใช่, รายได้ประชากรและจำนวนประชากรในพื้นที่ เป็นตัวประเมินเพื่อคำนวณ และกำหนดแผนการขยายพื้นที่สาขา ของแต่ละพื้นที่ และกำหนดรูปแบบสาขา ให้เหมาะสมกับกลไกทางการตลาดและพฤติกรรมของประชากรในพื้นที่ ดังกล่าว นอกเหนือจากนี้ รูปแบบการออกแบบสาขาที่ออกแบบให้เป็นจุดเด่น เห็นชัด เพื่อให้รับรู้ด้านแบรนด์
คนที่ 6	เห็นด้วย, รูปแบบและการรับรู้เป็นองค์ประกอบสำคัญของการเลือกทำเลที่ตั้ง
คนที่ 7	ใช่, ทำเลที่ตั้งจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบในการทำธุรกิจ โดยพิจารณาจาก ธรรมชาติของทำเลนั้นๆด้วย โดยประเมินจากจำนวนประชากร และกำหนด รูปแบบการให้บริการให้เหมาะสมกัน นอกเหนือจากนี้คือ ลักษณะอาชีพของ ประชากรท้องถิ่น จะเป็นองค์ประกอบในการกำหนดทำเลในการเปิดสาขา
คนที่ 8	ใช่, จากเดิมรูปแบบของธนาคารที่กำหนดเหมือนกันในทุกพื้นที่ แต่ปัจจุบัน รูปแบบสาขาจะต้องสะท้อนจากทำเลพื้นที่นั้นๆ เป็นสิ่งสำคัญและปัจจัย ความสำเร็จคือการสร้างสาขาที่เป็นการบ่งบอกการเข้ากันได้ของธนาคารกับ ลูกค้า และธนาคารมีนโยบายที่ให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยในบางพื้นที่การ กำหนดรูปแบบของสาขาต้องสะท้อนกับวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆด้วย นอกเหนือจากนี้ คือทิศทางในการดำเนินธุรกิจของธนาคาร ยกตัวอย่างเช่น ธนาคารฯ แบ่ง segment ลูกค้าออกมาเป็น 7 แบบ โดยแต่ละแบบ ก็จะมีวิธีในการ ให้บริการแตกต่างกันออกไป ดังนั้น กลุ่มลูกค้าก็จะมีผลในการเลือกทำเล ที่ตั้งในการเปิดสาขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 5

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 9	ใช่, รูปแบบและการรับรู้เป็นองค์ประกอบสำคัญของการเลือกทำเลที่ตั้งอย่างแน่นอน โดยปัจจุบัน ธนาคารเปิดสาขาในรูปแบบ Thematic Branch เพื่อให้เกิดการรับรู้ว่าธนาคารฯ พยายามปรับตัวเข้ากับสภาพท้องถิ่นและอนุรักษ์กับสภาพเดิมท้องถิ่น เช่น ปาย ปัว ภูเก็ต ที่ได้รับเสียงตอบรับจากหน่วยงานราชการเป็นอย่างมาก รวมทั้งเป็นการ ปชส. ของธนาคารไปในตัว, ในเรื่องประชากร ส่วนมุมในการทำธุรกิจก็ต้องเลือกในทำเลที่มีประชากรหนาแน่น แต่ส่วนหนึ่ง ธนาคารก็เปิดเพื่อช่วยเหลือเศรษฐกิจท้องถิ่น, นอกเหนือจากนี้ มีองค์ประกอบอื่นในเชิงธุรกิจคือ คู่แข่งมีเปิดสาขาอยู่แล้วหรือไม่ ธนาคารเสียดุลย์การค้าอยู่หรือไม่
คนที่ 10	ทำเลจำเป็นการกำหนดรูปแบบการจัดการพื้นที่ใช้สอยของลูกค้ามีผลทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกดีในการใช้บริการทำให้มีการเจรจา และเชิญชวนใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 6 ท่านคิดว่า ต้นทุนในการเปิดสาขา ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 6

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ใช่, ในเชิงของธนาคารพาณิชย์ พิจารณาด้านผลตอบแทน เป็นอีกหนึ่งปัจจัยและในบางกรณี ธนาคารพิจารณาในด้านการสร้าง CSR Branding, Relationship ระหว่างองค์กร เช่น การเปิดสาขาในสถานภาพชาวไทย ในโรงพยาบาลศิริราช เป็นต้น
คนที่ 2	เห็นด้วย, เป็นปัจจัยหลักเนื่องจากส่วนที่ขยายเพื่อแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด
คนที่ 3	ใช่, ต้นทุนในการดำเนินการทางธุรกิจ การเปิดสาขาก็ต้องควบคุมงบประมาณ (Cost Saving) เพื่อให้มีการคืนทุนที่เร็วขึ้น ดังนั้น ต้นทุนก็ส่งผล ทั้งขนาดพื้นที่ รูปแบบสาขา ดังนั้นธนาคารจะกำหนดให้เหมาะสมด้วย นอกเหนือจากนั้น คือ บุคลากร ซึ่งปัจจุบัน ธนาคารบริหารทรัพยากรเจ้าหน้าที่ให้เหมาะสม และนำอุปกรณ์อัตโนมัติแบบ Self service เข้ามาใช้ แต่ก็ใช้ได้กับ new generation แต่ส่วนกลุ่มฐานลูกค้ารุ่นเก่า ก็จะใช้การบริการจากพนักงานเช่นเดิม เนื่องจากด้านความเคยชิน และบางครั้งคนรุ่นเก่าก็ยังไม่วางใจเครื่องมืออัตโนมัติ ซึ่งก็จะต้องใช้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในการใช้งานต่อไป
คนที่ 4	ใช่, ในเชิงของธนาคารพาณิชย์ พิจารณาด้านผลตอบแทน เป็นอีกหนึ่งปัจจัย
คนที่ 5	ใช่, ปัจจุบันธนาคารฯ Implement เพื่อให้การเรียนรู้กับลูกค้าเพื่อให้บริการระบบ Mobile เรียกว่า Digital Ambassador โดยจะอยู่ในสาขาที่เป็นคนทำงานใน Office Building และเดินห้างสรรพสินค้า โดยเจ้าหน้าที่จะทำการสอนให้ลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการเหล่านี้ เพื่อให้สามารถใช้สมาร์ตโฟนในการใช้ธุรกรรมบนระบบ Mobile ได้ แต่ก็ต้องใช้เวลาในการขยายการให้บริการในส่วนนี้ ซึ่งลักษณะนี้เคยประสบความสำเร็จในการใช้ K-Lobby ซึ่งปัจจุบันมีลูกค้าใช้บริการเครื่องฝากเงินอัตโนมัติมากกว่าที่เข้าคิวรอในสาขา
คนที่ 6	ใช่, เป็นปัจจัยหลักเนื่องจากส่วนที่ขยายเพื่อแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด แต่ถ้าในบางพื้นที่ไม่มีผลกำไรตอบกลับ การขยายก็จะเปลี่ยนเป็นการยุบสาขาด้วย ดังนั้น การมองจุดคุ้มทุนและระยะเวลาเป็นปัจจัยสำคัญ และในบางจุดที่คำนวณแล้วไม่คุ้มทุนตามที่คาดหวัง ก็จะต้องปิด
คนที่ 7	ใช่, ต้นทุนในการดำเนินการทางธุรกิจ การเปิดสาขาก็ต้องควบคุมงบประมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 6

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 8	ใช่, ในส่วนของต้นทุนเป็นสิ่งชัดเจนอยู่แล้วที่จะลงทุนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไร ในการที่ธนาคารมีต้นทุนในการเปิดสาขาสูง เปรียบเทียบกับจุดที่ลงทุนไม่สูงมาก ก็จะสามารถขยายสาขาได้มาก
คนที่ 9	ใช่, ธนาคารกำหนดและวิเคราะห์หลักทรัพย์อย่างชัดเจนแล้ว ต้นทุนจะถูกสะท้อนออกมาในเรื่องของงบประมาณ การที่ธนาคารจะเปิดสาขานั้น มีค่าเสียโอกาส ดังนั้น ต้องบริหารให้คุ้มค่าในการลงทุนที่สุด โดยธนาคาร freeze 3ปีทุกครั้งทุกพื้นที่
คนที่ 10	ใช่ ต้นทุนมีผลต่อการขยายสาขาเพราะธนาคารต้องคาดการณ์ในแต่ละพื้นที่ให้มีผลกำไรเมื่อขยายสาขาและสามารถใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในปัจจุบัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 7 ท่านคิดว่า ขนาดสาขา และ อุปกรณ์ คือ องค์ประกอบของต้นทุนในการเปิดสาขา ใช่หรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 7

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ใช่, เนื่องจากธนาคารใช้ขนาดพื้นที่สาขาในการจัดกลุ่มสาขา และธนาคารจ่ายค่าเช่าพื้นที่เป็นตารางเมตร ส่วนองค์ประกอบอื่น จะเป็นหมวดค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างและค่าเช่าพื้นที่
คนที่ 2	ใช่, ขนาดพื้นที่สาขาและจำนวนอุปกรณ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่ง
คนที่ 3	เห็นด้วย, ทั้งนี้ จำนวนบุคลากรที่ทำงานในแต่ละสาขา เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบของต้นทุน
คนที่ 4	ใช่, ธนาคารกำหนดโมเดลสาขา และในโมเดลจะมีการกำหนดอุปกรณ์ที่เหมาะสม ดังนั้น ถือเป็นองค์ประกอบของต้นทุนในการเปิดสาขานอกจากนั้น คือ Position แบรินด์ เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ธนาคารต้องได้พื้นที่ใหญ่ ตำแหน่งดี เพื่อให้ได้แบรน์และก็จะมียูกค้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ทั้งปัจจุบัน ธนาคารฯ ยังกำหนดการให้บริการกับลูกค้ากลุ่มพิเศษด้วย เช่น กลุ่มพิเศษที่ไม่ต้องเข้าคิว หรือจะได้รับการดูแลเป็นพิเศษจาก Call Center (K Expert Connect) เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการใช้บริการ Call Center ที่เห็นหน้าได้และมีระบบ Touch Screen มารองรับ นอกเหนือจากนี้ คือความต้องการของลูกค้า เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบ ที่จะสะท้อนฟังก์ชันที่จะต้องใส่ลงในสาขาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการ
คนที่ 5	เห็นด้วยกับความเห็นของท่านที่ 5
คนที่ 6	ใช่, ขนาดพื้นที่สาขาและจำนวนอุปกรณ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะหากว่าขนาดพื้นที่มาก ค่าเช่า ค่าใช้จ่ายในการ การตกแต่ง การดูแลรักษาความสะอาด รวมทั้ง ค่าน้ำ ค่าไฟ ก็จะสูงขึ้น ทั้งนี้คุณภาพของอุปกรณ์ซึ่งจะมีจำนวนมากขึ้นตามปริมาณของลูกค้าผู้ใช้บริการ ก็จะมีผลให้เรื่องการดูแลซ่อมบำรุงจะต้องมีปริมาณที่สูงขึ้น ส่วนองค์ประกอบนอกเหนือจากนี้ คือ เจ้าหน้าที่และบุคลากรก็เป็นอีกหนึ่งต้นทุน
คนที่ 7	เห็นด้วย, ธนาคารกำหนดโมเดลสาขา และใน โมเดลจะมีการกำหนดอุปกรณ์ที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 7

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 8	ใช่, เนื่องจากรูปแบบและ Model การเปิดสาขาแต่ละพื้นที่ จะต้องคำนวณด้านความคุ้มค่าของการจัดการรูปแบบสาขาในพื้นที่นั้นว่าควรใ้ผู้ประกอบการใดให้คุ้มค่าสูงสุด และหากจะมีองค์ประกอบอื่น จะเป็นเรื่องจำนวนทรัพยากรบุคคล (เจ้าหน้าที่) ที่ต้องใช้ในแต่ละพื้นที่ และรูปแบบการให้บริการในแต่ละพื้นที่ที่ต้องให้บริการ
คนที่ 9	ใช่, ขนาดของสาขาและอุปกรณ์เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนอย่างแน่นอน แต่ทั้งนี้จะมีปัจจัยอื่นๆมาทำให้ต้นทุนแปรผัน สูงขึ้นหรือต่ำ ซึ่งจะประกอบไปด้วยรูปแบบการตกแต่งที่ต่างกัน ทั้งนี้เปรียบเทียบที่ขนาดพื้นที่เท่ากัน แต่ทำเลต่างกันก็จะมีค่าใช้จ่ายต่างกัน หรือ การเปิดบนอาคารพาณิชย์ ที่มีขนาดพื้นที่เท่ากันแต่อาคารนั้นๆ มีลักษณะ โครงสร้างที่แตกต่างกัน ก็จะมีผลให้ต้นทุนแปรผันได้ ทั้งนี้หมายถึงรวมทั้งการตกแต่งภายใน และภายนอก ทั้งนี้ธนาคารมีรูปแบบสาขา Thematic Branch เช่น บัว น่าน เชียงคาน ก็จะมีค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างและออกแบบตกแต่งที่สูงขึ้น
คนที่ 10	เห็นด้วย, เนื่องจากรูปแบบและ Model การเปิดสาขาแต่ละพื้นที่ จะต้องคำนวณด้านความคุ้มค่าของการจัดการรูปแบบสาขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 8 ท่านคิดว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารพาณิชย์ของไทย หรือไม่ เพราะเหตุใด

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 8

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ใช่, เช่นการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ธนาคารฯ ก็มีแผนในการเร่งเปิดสาขาในพื้นที่เศรษฐกิจ และยังเปิดสาขาในประเทศที่อยู่ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้วย
คนที่ 2	เห็นด้วย, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารอย่างแน่นอน
คนที่ 3	ใช่, กรณีที่เศรษฐกิจดี ก็มีการหมุนเวียนทางการเงิน ซึ่งเป็นเหตุให้มีความต้องการในการใช้บริการทางสถาบันการเงินมากขึ้น ซึ่งธนาคารเองก็มีรายได้เพื่อนำมาใช้เป็นงบประมาณในการลงทุนในการเปิดสาขาเพิ่ม
คนที่ 4	เห็นด้วย, ธนาคารยังคงแผนการขยายพื้นที่สาขาและยังต้องคำนึงเศรษฐกิจ
คนที่ 5	ใช่, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารอย่างแน่นอน โดยธนาคารจะต้องวิเคราะห์รายได้ประชากรท้องถิ่น ซึ่งจะสะท้อนแนวโน้มทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยหลักกว่าธนาคารฯ จะมีแผนการขยายสาขา
คนที่ 6	เห็นด้วย, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการขยายสาขาธนาคารอย่างแน่นอน
คนที่ 7	ใช่, ในช่วงที่เศรษฐกิจดีธนาคารก็ขยายสาขาไปพื้นที่ที่เศรษฐกิจมีความเจริญเติบโต หรือมีแนวโน้มในการเจริญเติบโต โดยพิจารณาใน ภาพรวมของรายได้ประชากรและแนวโน้มทางเศรษฐกิจของแต่ละภูมิภาค เนื่องจากจะมีผลกระทบทางธุรกิจที่แตกต่างกัน
คนที่ 8	ใช่, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญ และมีผลกระทบทั้งหมด ทั้งระบบ Macro คือมีผลกระทบต่อจำนวนสาขาที่จะขยาย ส่วน Micro คือจะพิจารณาว่าพื้นที่นั้นๆเหมาะสมหรือไม่ เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนด
คนที่ 9	ใช่, ในมุมมองของธนาคาร เมื่อกำหนดแผนงาน จะกำหนดโดยใช้การประมาณการเศรษฐกิจประกอบด้วย และเป้าหมายของธนาคาร ยังคงดำเนินไปท่ามกลางเศรษฐกิจที่บอกว่าปีนี้เศรษฐกิจไม่ดีนัก แต่ธนาคารยังคงแผนการขยายพื้นที่สาขาอยู่ เนื่องจากนโยบายที่จะทำให้แผนการขยายสาขานั้นรองรับกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปีหน้า ธนาคารก็ยังมองว่าคุ่มค่าที่จะลงทุนในการขยายสาขาจำนวนมากต่อไป
คนที่ 10	ใช่ ธนาคารมีแผนการดำเนินการให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจหรือให้เกิดผลกำไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 9 ท่านคิดว่า ผลการดำเนินงานของธนาคาร และภาวะเศรษฐกิจ คือองค์ประกอบของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ใชหรือไม่ เพราะเหตุใด และมีองค์ประกอบอื่นอีกหรือไม่

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 9

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ใช่, ผลการดำเนินงานของธนาคาร แสดงถึงศักยภาพในการบริหารงาน ส่วนภาวะเศรษฐกิจ ขึ้นอยู่กับแนวทางการบริหารธุรกิจของแต่ละองค์กร และองค์ประกอบอื่น คือวิสัยทัศน์ใน ของผู้นำองค์กร
คนที่ 2	เห็นด้วย, เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจภาพรวมหรือทุกๆธุรกิจ
คนที่ 3	เห็นด้วย, เนื่องจากธนาคาร มองในมุมมองของสถาบันการเงิน แต่ยังมีอุตสาหกรรมอื่นๆที่เป็นปัจจัยเช่นกัน
คนที่ 4	ใช่, ในภาพรวม ผลการดำเนินการของธนาคาร ถูกกระทบโดยภาวะเศรษฐกิจอย่างแน่นอน เนื่องจากผลการดำเนินการธนาคารเป็นปัจจัยชี้วัดตัวหนึ่งของเศรษฐกิจ ถ้าธนาคารได้ผลกำไรดี ก็ส่งผลต่อยังปัจจัยด้านเศรษฐกิจ แต่ถ้ามองในแต่ละธนาคาร ต้องพิจารณาจาก market share ด้วย ถ้าเป็นขนาดเล็ก ก็จะไม่โดนกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ องค์ประกอบอื่นนอกจากนี้ เห็นว่า เป็นปัจจัยด้านการบริโภคและความเชื่อมั่นในการลงทุน ในระยะเวลานั้นๆ เนื่องจากปัจจุบันทิศทางของเศรษฐกิจ จะขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นของผู้บริโภค เมื่อมีความเปลี่ยนแปลงก็จะกระทบกับภาวะเศรษฐกิจ
คนที่ 5	เห็นด้วย, ผลการดำเนินการของธนาคาร ถูกกระทบโดยภาวะเศรษฐกิจอย่างแน่นอน
คนที่ 6	ใช่, เนื่องจากปัจจัยเศรษฐกิจจะประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน ทั้งการดำเนินการของธนาคาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจภาพรวมหรือทุกๆธุรกิจ ผลการดำเนินการธนาคารเป็นตัวชี้วัดว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นอย่างไร ส่วนภาวะเศรษฐกิจ เป็นองค์ประกอบด้านการพิจารณาเศรษฐกิจว่าดีหรือไม่ องค์ประกอบอื่น คือความเชื่อมั่นของประชากร วัฒนธรรมของภูมิภาค การจับจ่ายใช้สอย รวมถึงนโยบายของรัฐบาลการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 4.26(ต่อ) ผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 9

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนคติผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 7	ใช่, ผลการดำเนินการธนาคารและภาวะเศรษฐกิจเป็นองค์ประกอบด้านปัจจัยด้านเศรษฐกิจ แต่ไม่ทั้งหมด เนื่องจากธนาคาร มองในมุมมองของสถาบันการเงิน แต่ยังมีอุตสาหกรรมอื่นๆที่เป็นปัจจัยเช่นกัน เช่น การเกษตร หรือ ด้านความเชื่อมั่นของรัฐบาล องค์ประกอบอื่นๆ จะชี้วัดด้วย เรื่องของความเชื่อมั่นทั้งในและต่างประเทศเป็นหลัก หากว่าต่างประเทศเชื่อมั่นมาก ก็จะมีการลงทุนทั้งด้านการท่องเที่ยวและการลงทุน
คนที่ 8	เห็นด้วย, แน่นนอน เนื่องจากผลการดำเนินการเป็นปัจจัยชี้วัดตัวหนึ่งของเศรษฐกิจ ถ้าธนาคารได้ผลกำไรดี ก็ส่งผลต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
คนที่ 9	เห็นด้วย, ผลการดำเนินการธนาคารและภาวะเศรษฐกิจเป็นองค์ประกอบด้านปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
คนที่ 10	เห็นด้วย, แผนงานของธนาคารเศรษฐกิจจะประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน ทั้งการดำเนินการของธนาคาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจภาพรวมหรือทุกรธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 10 ท่านคิดว่า ระดับอิทธิพลของผู้นำองค์กร ทำเลที่ตั้ง ต้นทุนในการเปิดสาขา และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยใดมีอิทธิพลสูงสุด เพราะเหตุใด

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 10

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 1	ภาวะผู้นำ, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ทำเลที่ตั้ง และต้นทุนสาขา เนื่องจากคิดว่า ผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดนโยบายและใช้วิสัยทัศน์ในการวางแผนธุรกิจ
คนที่ 2	ปัจจัยเศรษฐกิจ ภาวะผู้นำ ทำเลที่ตั้ง และต้นทุนสาขา เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ จะเป็นหนึ่งที่ผู้นำองค์กรใช้เป็นปัจจัยในการวางแผนนโยบายและแผนธุรกิจ
คนที่ 3	ภาวะผู้นำ, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ทำเลที่ตั้ง และต้นทุนสาขา เนื่องจากเห็นว่า ผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดนโยบายโดยพิจารณาจากเศรษฐกิจ และตัวผลิตภัณฑ์ภายในองค์กร เพื่อกำหนดนโยบายและวิสัยทัศน์
คนที่ 4	ภาวะผู้นำ, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ทำเลที่ตั้ง และต้นทุนสาขา เนื่องจาก ผู้นำองค์กร จะใช้ความรู้ความสามารถและข้อมูลเชิงลึกในการกำหนดนโยบายที่ตอบสนองกับภาวะเศรษฐกิจ
คนที่ 5	ปัจจัยเศรษฐกิจ ภาวะผู้นำ ทำเลที่ตั้ง และต้นทุนสาขา เนื่องจากธนาคารต้องทราบว่าอนาคตภาวะเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร ส่วนภาวะผู้นำเป็นเรื่องการ Make Decision ของ Committee ต่างๆ ว่าอนาคตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างไรและมีแนวทางอย่างไร และจะเปิดสาขาที่ใด โดยมีต้นทุนอย่างไรในการเปิดสาขา
คนที่ 6	1.ผู้นำองค์กร เนื่องจากคือผู้มีอิทธิพลสูงสุด เป็นผู้ชี้วัดนโยบายของธนาคารฯ ไม่ว่าจะกลายเป็นกลยุทธ์ ข้อมูล การวิเคราะห์สถานะเศรษฐกิจต่าง, 2.ด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ธนาคารต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันสูงสุด, ทำเลที่ตั้งและต้นทุน เป็นลำดับ 3และ4
คนที่ 7	ผู้นำองค์กร เป็นอันดับ1 เนื่องจากจะเป็นตัวกำหนดแนวทาง 2. ทำเลที่ตั้ง เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายสาขา 3.ปัจจัยเศรษฐกิจ ว่ามีทิศทางที่ควร จะขยายต่อหรือไม่ 4. ต้นทุน เนื่องจากเป็นเรื่องที่จัดการได้ของธนาคาร
คนที่ 8	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เพราะเป็นทิศทางหลัก ที่ผู้นำองค์กรจะใช้เป็นข้อมูลในการ กำหนดทิศทางธุรกิจ และให้ทีมงานจัดทำแผน เพื่อเลือกทำเลที่เหมาะสมและ ค่อยบริหารจัดการต้นทุนเป็นลำดับสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผลการสัมภาษณ์ ประเด็นที่ 10

ผู้ให้สัมภาษณ์	ทัศนะผู้ให้สัมภาษณ์
คนที่ 9	1.ผู้นาองค์กร เนื่องจากเป็นผู้ตัดสินใจและชี้ขาดว่าทิศทางของการประกอบธุรกิจจะไปในแนวทางไหน โดยวิเคราะห์จากปัจจัยข้ออื่นๆ 2.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นส่วนที่ไม่สามารถควบคุมได้ 3.ต้นทุน เนื่องจากการทำธุรกิจต้องใช้จ่าย ดังนั้น การมีต้นทุนหรือไม่ ส่งผลต่อการตัดสินใจ 4.ทำเล เนื่องจากในยุคปัจจุบัน การมีทำเล ที่ตั้งหรือไม่อาจจะทดแทนด้วยช่องทางอื่น เช่นช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้
คนที่ 10	ผู้นาองค์กร เป็นอันดับ1 เนื่องจากจะเป็นตัวกำหนดแนวทาง 2. ทำเลที่ตั้ง เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายสาขา 3.ปัจจัยเศรษฐกิจ ว่ามีทิศทางที่ควรขยายต่อหรือไม่ 4. ต้นทุน เนื่องจากเป็นเรื่องที่จัดการได้ของธนาคาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นายสิทธิชัย มีศรีจันทร์
วัน เดือน ปี เกิด	วันพฤหัสบดี 27 เมษายน 2516
สถานที่เกิด	อำเภอพระประแดง จ.สมุทรปราการ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	126/95 ถ.นราธิวาสราชนครินทร์ แขวง ทุ่งวัดดอน เขต สาทร กรุงเทพมหานคร 10120
สถานที่ทำงาน	ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 1 ซอยราษฎร์บูรณะ 27/1 ถนนราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร 10120 โทร : +66 2470 2436 E-mail Address: sittichai.m@kasikornbank.com
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2542 สาขาบริหารงานบุคคล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
	พ.ศ. 2550 สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2537 – 2558 พนักงาน ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายการพนักงาน สาขาดาวทอง ฝ่ายส่งเสริมการบริการและการขาย ฝ่ายบริหารช่องทางอิเล็กทรอนิกส์การบริการและการขาย ฝ่ายโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายการบริการและการขายการ
	พ.ศ. 2557 – ปัจจุบัน Assistance Vice President

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน(ต่อ)

ผลงานวิจัย	<p>1. An Analysis of Thai Commercial Banks Branch Expansion Factors Including Leadership, Location, Cost and Economics Sittichai Meesrichan and Wannong Fongsuwan (June 23, 2014) Research Journal of Business Management, 8: 552-565 ISSN 1819 – 1932 / DOI: 10.3923/rjbm.2014.552.565 http://scialert.net/abstract/?doi=rjbm.2014.552.565 http://docsdrive.com/pdfs/academicjournals/rjbm/2014/552-565.pdf</p>
	<p>2. Structural Equation Model of Factors Affecting Thailand's Commercial Bank Branch Expansion Sittichai Meesrijan and Wannong Fongsuwan (December 05, 2014) Research Journal of Business Management, 9: 319-334. ISSN 1819-1932 / DOI: 10.3923/rjbm.2015.319.334 http://scialert.net/abstract/?doi=rjbm.2015.319.334 http://docsdrive.com/pdfs/academicjournals/rjbm/2015/319-334.pdf</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดเด่นผลประกอบการ

รายการ (งบการเงินรวม)	2553	2554	2555	2556	2557	งวด 6 เดือน แรกปี 2558
งบแสดงฐานะการเงิน และงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (ล้านบาท):						
สินทรัพย์รวม	1,546,664	1,722,940	2,077,442	2,290,045	2,389,137	2,511,723
เงินฝาก	1,100,036	1,242,229	1,391,380	1,529,835	1,629,831	1,669,174
เงินให้สินเชื่อ	1,076,981	1,210,834	1,326,732	1,438,978	1,527,080	1,566,691
รายได้ดอกเบี้ยและเงิน ปันผล	62,271	83,692	96,174	106,226	113,578	57,210
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	15,527	27,201	32,593	33,428	30,446	15,116
รายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย	28,400	34,017	40,724	47,520	55,523	31,922
ค่าใช้จ่ายจากการ ดำเนินงานอื่นๆ (ค่าใช้จ่ายที่มีใช้ ดอกเบี้ย)	38,003	43,019	46,934	52,270	61,419	31,364
กำไรก่อนสำรองหนี้ที่ ไม่ก่อให้เกิดรายได้และ ภาษี	37,141	47,489	57,371	68,047	77,237	42,652
กำไรสุทธิ	20,047	24,226*	35,260	41,325	46,153	23,880
อัตราส่วนผลการดำเนินงาน (%):						
กำไรสุทธิต่อสินทรัพย์ เฉลี่ย (ROA)	1.38	1.48*	1.86	1.89	1.97	1.95
กำไรสุทธิต่อส่วนของผู้ ถือหุ้นเฉลี่ย (ROE)	15.73	16.72*	20.76	20.45	19.38	18.03
ผลตอบแทนสินทรัพย์ที่ ก่อให้เกิดรายได้สุทธิ (NIM)	3.5	3.8	3.6	3.6	3.8	3.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายมิใช่ ดอกเบี้ยต่อรายได้รวม (Efficiency Ratio)	50.6	47.5	45.0	43.7	44.30	42.37
คุณภาพสินทรัพย์ (ล้านบาท):						
เงินให้สินเชื่อค้ำ คุณภาพ (NPL gross)	33,175	31,736	33,166	33,525	36,067	40,841
เงินให้สินเชื่อค้ำ คุณภาพสุทธิ (NPL net)	16,022	14,698	13,607	14,664	15,494	18,021
ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	36,832	40,343	43,723	45,099	50,992	56,415
เงินให้สินเชื่อค้ำ คุณภาพ ต่อเงินให้ สินเชื่อ (%)	2.9	2.5	2.2	2.1	2.2	2.4
เงินให้สินเชื่อค้ำ คุณภาพสุทธิ ต่อเงินให้ สินเชื่อ (%)	1.4	1.2	0.9	0.9	1.0	1.1
ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญต่อ เงินให้สินเชื่อค้ำ คุณภาพ (%)	111.0	127.1	131.8	134.5	141.38	138.13
เงินกองทุน** (%):						
อัตราส่วนเงินกองทุน ทั้งสิ้น	13.4	13.4	15.6	15.8	17.3	17.4
อัตราส่วนเงินกองทุน ชั้นที่ 1	9.1	9.6	10.4	12.6	13.5	13.8

หมายเหตุ: * รวมผลกระทบจากการปรับตัวเลขภาษีเงินได้ที่เกิดจากรายการภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเพียงครั้งเดียวในงบกำไรขาดทุนไตรมาส 4 ปี 2554

ตามที่มาตรฐานการบัญชีกำหนด และเนื่องจากการปรับรายการทางบัญชี จึงไม่มีรายการจ่ายจริงให้แก่กรมสรรพากร และไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

ความสามารถในการทำกำไรและเงินกองทุนของธนาคารแต่อย่างใด

** อัตราส่วนเงินกองทุนตามกฎหมายต่อสินทรัพย์เสี่ยงได้คำนวณตามหลักเกณฑ์ Basel III ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 เป็นต้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราส่วนเงินกองทุนเป็นแบบกลุ่มธุรกิจทางการเงินธนาคารกสิกรไทย กลุ่มธุรกิจทางการเงินธนาคารกสิกรไทย หมายถึง

กลุ่มธุรกิจทางการเงินตามการกำกับแบบรวมกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย ธนาคารกสิกรไทย บริษัทของธนาคารกสิกรไทย บริษัทให้บริการสนับสนุนงานต่อธนาคารกสิกรไทย

บพส.เพทาย และบริษัทอื่นๆ ที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยให้อยู่ในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนสาขาที่มีการเปิดใหม่ ย้อนหลัง 5 ปี ตั้งแต่ปี 2553 -2557 และมูลค่าหุ้น

ลำดับ	ปี	จำนวนสาขา	มูลค่าหุ้น สิ้นปี
1	2553	23	125.50
2	2554	11	122.00
3	2555	49	193.50
4	2556	100	156.00
5	2557	159	229.00

ที่มา: ธนาคารกสิกรไทย จำกัด มหาชน. (2557)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปจำนวนรวมสาขาของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ 2554 - มิ.ย. 2558

No.	รายชื่อธนาคารพาณิชย์	ธ.ค.	ธ.ค.	ธ.ค.	ธ.ค.	มิ.ย.
		2554	2555	2556	2557	2558
1	กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	975	1,024	1,072	1,115	1,123
2	กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	1,022	1,091	1,161	1,196	1,206
3	กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	832	871	965	1,126	1,132
4	ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	1,094	1,142	1,173	1,197	1,202
5	กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	584	601	610	616	620
6	ทหารไทย จำกัด (มหาชน)	459	466	458	460	462
7	นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) 1/	n.a.	n.a.	n.a.	0	0
8	ยูโอบี จำกัด (มหาชน) 2/	154	162	155	154	155
9	สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) 3/	27	27	27	26	20
10	ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)	157	164	165	146	145
11	ธนาชาต จำกัด (มหาชน)	677	630	621	617	616
12	ทิสโก้ จำกัด (มหาชน)	47	49	52	56	56
13	เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)	72	87	87	86	63
14	ไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน) 4/	19	19	20	20	20
15	แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) 5/	44	66	101	117	122
16	ไทยเครดิต เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) 6/	16	18	25	46	57
17	เอไอจี เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) 7/ 8/	n.a.	n.a.	n.a.	0	0
18	เมกะ สากลพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) 9/10/	4	4	4	5	5
19	จีอี มั่นนี้ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) 11/ 12/	n.a.	n.a.	n.a.	0	0
20	แห่งประเทศจีน(ไทย) จำกัด (มหาชน) 13/	0	0	0	3	3
21	เอเอ็นแซด (ไทย) จำกัด (มหาชน) 14/	0	0	0	0	1
22	สาขาธนาคารต่างประเทศ	18	19	19	19	19
	รวม	6,201	6,440	6,715	7,005	7,027

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ:

- 1/ ช.นครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ควบรวมกิจการกับ ช.ชนชาติ จำกัด (มหาชน) เมื่อ 1 ตุลาคม 2554
- 2/ ช.ยูโอบี จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อมาจาก ช.ยูไนเต็ด โอเวอร์ซีส์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) เมื่อ 2 พฤษภาคม 2549 และ ช.ยูไนเต็ด โอเวอร์ซีส์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อมาจาก ช.เอเชีย จำกัด (มหาชน) เมื่อ 28 พฤศจิกายน 2548
- 3/ ช.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อมาจาก ช.สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด นครชน จำกัด (มหาชน) เมื่อ 1 ตุลาคม 2548
- 4/ ช.ไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อมาจาก ช.สินเอเชีย จำกัด (มหาชน) เมื่อ 8 กรกฎาคม 2553
- 5/ ช.แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนสถานะจากธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อยเป็นธนาคารพาณิชย์ เมื่อ 19 ธันวาคม 2554
- 6/ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย
- 7/ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย
- 8/ ธนาคาร เอไอจี เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) ปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2552
- 9/ ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ
- 10/ ช.เมกะ สากลพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนชื่อมาจาก ช.สากลพาณิชย์แห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) เมื่อ 21 สิงหาคม 2549
- 11/ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย
- 12/ ธนาคาร จี อี มานนี่ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน) ปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 26 มกราคม 2550
- 13/ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ไทย) จำกัด (มหาชน) เปลี่ยนสถานะจากสาขาของธนาคารต่างประเทศ เป็นธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ เมื่อ 26 สิงหาคม 2557
- 14/ ธนาคารเอเอ็นแซด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ปิดดำเนินการ เมื่อ 29 มิถุนายน 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาซื้อขายหุ้น ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ย้อนหลัง 2554-2558

เดือน	KBank-Local (SET Symbol: KBANK, Reuters Symbol: KBANK.BK, Bloomberg Symbol: KBANK TB)			KBank-Foreign (SET Symbol: KBANK-F, Reuters Symbol: KBANKf.BK, Bloomberg Symbol: KBANK/F TB)		
	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน
	สูงสุด	ต่ำสุด		สูงสุด	ต่ำสุด	
มี.ย.-58	205	189	141,952,913	206	189	36,391,510
พ.ค.-58	213	195	140,394,124	214	195	62,094,743
เม.ย.-58	236	207	134,385,888	241	208	59,025,659
มี.ค.-58	231	216	117,846,613	233	216	44,563,219
ก.พ.-58	229	215	91,968,980	231	215	34,353,124
ม.ค.-58	235	205	170,364,898	236	210	48,094,648

เดือน	KBank-Local (SET Symbol: KBANK, Reuters Symbol: KBANK.BK, Bloomberg Symbol: KBANK TB)			KBank-Foreign (SET Symbol: KBANK-F, Reuters Symbol: KBANKf.BK, Bloomberg Symbol: KBANK/F TB)		
	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน
	สูงสุด	ต่ำสุด		สูงสุด	ต่ำสุด	
ธ.ค.-57	250	221	146,016,507	250	221	57,694,348
พ.ย.-57	252	230	76,883,296	252	230	49,929,004
ต.ค.-57	239	220	113,323,087	241	220	45,639,299
ก.ย.-57	242	222	104,218,346	245	222	58,607,507
ส.ค.-57	229	207	84,555,419	230	210	40,664,852
ก.ค.-57	218	201	104,457,261	219	201	44,109,141
มี.ย.-57	207	188.5	135,552,932	208	189	44,990,390
พ.ค.-57	196	183.5	165,393,033	199	184.5	73,475,768
เม.ย.-57	197	178.5	151,131,161	204	184	32,711,496
มี.ค.-57	178.5	169.5	137,977,339	190	174	43,948,654
ก.พ.-57	172	164.5	130,384,093	175	166.5	45,125,525
ม.ค.-57	176.5	145.5	257,112,936	178.5	147	86,616,848

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	KBank-Local (SET Symbol: KBANK, Reuters Symbol: KBANK.BK, Bloomberg Symbol: KBANK TB)			KBank-Foreign (SET Symbol: KBANK-F, Reuters Symbol: KBANKf.BK, Bloomberg Symbol: KBANK/F TB)		
เดือน	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน
	สูงสุด	ต่ำสุด		สูงสุด	ต่ำสุด	
ธ.ค.-56	173.5	156	152,230,327	175	158	76,610,286
พ.ย.-56	189.5	165.5	170,204,924	191	166	70,125,364
ต.ค.-56	192.5	174	183,721,781	200	177.5	40,531,185
ก.ย.-56	199.5	159.5	226,745,963	203	159.5	70,184,979
ส.ค.-56	188	158	226,289,403	190	155	64,078,800
ก.ค.-56	196.5	173	195,613,908	200	175.5	32,658,020
มิ.ย.-56	201	169	352,629,164	201	170	81,102,092
พ.ค.-56	225	195	131,469,849	228	195	37,071,500
เม.ย.-56	214	189.5	132,701,667	222	190.5	43,621,903
มี.ค.-56	223	201	117,709,000	228	201	43,622,800
ก.พ.-56	215	198	97,849,200	220	198.5	29,072,500
ม.ค.-56	202	190	121,536,000	202	190	59,470,300
	KBank-Local (SET Symbol: KBANK, Reuters Symbol: KBANK.BK, Bloomberg Symbol: KBANK TB)			KBank-Foreign (SET Symbol: KBANK-F, Reuters Symbol: KBANKf.BK, Bloomberg Symbol: KBANK/F TB)		
เดือน	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน
	สูงสุด	ต่ำสุด		สูงสุด	ต่ำสุด	
ธ.ค.-55	203	186	102,704,000	208	187	51,696,200
พ.ย.-55	187	175	121,661,000	188.5	175.5	73,105,300
ต.ค.-55	186.5	170	103,892,000	186.5	170.5	35,188,200
ก.ย.-55	188	168.5	96,125,500	190	168.5	27,636,000
ส.ค.-55	177	164.5	102,583,000	177.5	164.5	28,747,200
ก.ค.-55	176	159.5	164,521,000	177.5	159.5	33,206,200
มิ.ย.-55	165	144	153,284,000	166	143	46,130,800
พ.ค.-55	164	142	206,743,000	164	142.5	49,234,700
เม.ย.-55	163.5	147	164,128,000	170	148	67,372,600
มี.ค.-55	164	141.5	153,592,000	164	143	49,361,500
ก.พ.-55	148	127.5	168,711,000	150	131	44,641,400
ม.ค.-55	129	113.5	164,431,000	133	114.5	72,571,700

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือน	KBank-Local (SET Symbol: KBANK, Reuters Symbol: KBANK.BK, Bloomberg Symbol: KBANK TB)			KBank-Foreign (SET Symbol: KBANK-F, Reuters Symbol: KBANKf.BK, Bloomberg Symbol: KBANK/F TB)		
	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน	ราคาหุ้น (บาท)		ปริมาณหุ้นราย เดือน
	สูงสุด	ต่ำสุด		สูงสุด	ต่ำสุด	
ธ.ค.-54	125.5	117.5	112,242,000	128	119	44,012,400
พ.ย.-54	126	109	178,973,000	128.5	110	49,099,200
ต.ค.-54	124	102.5	225,510,000	126.5	104	48,294,500
ก.ย.-54	130.5	105	208,552,000	131.5	105	63,802,500
ส.ค.-54	143.5	120	332,823,000	144	119.5	73,852,900
ก.ค.-54	144	124	213,329,000	148	125	72,240,100
มิ.ย.-54	124.5	108.5	225,523,000	126	109.5	43,930,100
พ.ค.-54	128	120	107,573,000	131	121.5	27,202,200
เม.ย.-54	134	122.5	124,764,000	136.5	125	24,717,200
มี.ค.-54	130	118	158,265,000	133.5	120	43,754,100
ก.พ.-54	120	99.75	217,771,000	122.5	101	56,356,800
ม.ค.-54	132	112	187,619,000	136	114	39,157,70

ที่มา : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). (2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ญ

หลักเกณฑ์การประกอบกิจการสถานศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารแห่งประเทศไทย

ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย

ที่ สนส. 63 /2551

เรื่อง หลักเกณฑ์การประกอบกิจการสาขานาครพาณิชย์

1. เหตุผลในการออกประกาศ

1.1 เพื่อเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพระบบสถาบันการเงินให้เหมาะสมกับการแข่งขันของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน โดยการสนับสนุนให้ธนาคารพาณิชย์สามารถขยายเครือข่าย ปรับรูปแบบการให้บริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และสามารถบริหารการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ธนาคารพาณิชย์เร่งสร้างความแข็งแกร่งทั้งในด้านฐานะการดำเนินงาน และการมีระบบธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อให้เป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank) ที่จะได้รับสิทธิการจัดตั้งสาขาทั่วไปได้โดยไม่จำกัดจำนวนในแต่ละปี โดยถือว่าได้รับอนุญาตเป็นการทั่วไปจากธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์มีความยืดหยุ่นในการบริหารงานสาขาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ธนาคารแห่งประเทศไทย จึงปรับปรุงหลักเกณฑ์การประกอบกิจการสาขานาครพาณิชย์ ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไป โดยยกเลิกข้อจำกัดต่าง ๆ ที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานและการให้บริการแก่ลูกค้าและประชาชน

2. อำนาจตามกฎหมาย

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 13 มาตรา 37 มาตรา 71 และมาตรา 80(2)(ก) แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดหลักเกณฑ์การประกอบกิจการสาขานาครพาณิชย์ ตามความในประกาศฉบับนี้

3. ขอบเขตการบังคับใช้

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับกับธนาคารพาณิชย์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจสถาบันการเงิน ยกเว้นกรณีดังต่อไปนี้

3.1 กรณีธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ
การจัดตั้งสำนักงานสาขาให้ขึ้นไปตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และ

ฝนสพ10-งป10001-25510803

งป 100 วันที่ 3 ส.ค. 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ เว้นแต่การที่มอบหมายให้ดำเนินการโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบการนำเข้าไปใช้

เงื่อนไขในการขออนุญาตจัดตั้งธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ ลงวันที่ 23 มกราคม 2547 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งสามารถจัดตั้งสำนักงานสาขาได้ 1 สำนักงานสาขาในเขต กรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล (ปทุมธานี นครปฐม นนทบุรี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร) และ 3 สำนักงานสาขานอกเขตกรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล รวมทั้งสิ้น 4 สำนักงานสาขา โดยขออนุญาต จัดตั้งสำนักงานสาขาได้ไม่เกินปีละ 1 สำนักงานสาขา

3.2 กรณีสาขาของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ใช้บังคับเฉพาะข้อ 5.4 และ 5.5 ตามประกาศฉบับนี้

4. ประกาศและหนังสือเวียนที่ยกเลิก ตามเอกสารแนบ 1

5. เนื้อหา

5.1 ประเภทสาขาและขอบเขตธุรกรรม

5.1.1 “สาขาทั่วไป” หมายความว่า สาขาธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการทางการเงิน ได้ทุกประเภทที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งประกอบ โดยธนาคารพาณิชย์สามารถกำหนดให้สาขาทั่วไปนั้น ๆ ให้บริการทุกประเภท (Full functions) หรือ บางประเภท (Partial functions) ก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องให้บริการทางการเงินขั้นพื้นฐาน 4 ประเภท ได้แก่ การรับฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน และการเปิด-ปิดบัญชีเงินฝาก โดยธนาคารพาณิชย์ ต้องจัดให้มีช่องทางการแจ้งให้ลูกค้าและประชาชนทราบถึงประเภทของธุรกรรมที่สาขาทั่วไป แต่ละแห่งให้บริการอย่างชัดเจน

5.1.2 “สาขาอิเล็กทรอนิกส์” หมายความว่า

(1) สาขาที่ให้บริการทางการเงินด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ โดยให้ ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเอง (Self-service Banking) ผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ธนาคารพาณิชย์จัดไว้ หรืออาจมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือลูกค้าในการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ต่าง ๆ เท่านั้น โดยสาขาอิเล็กทรอนิกส์จะให้บริการได้เฉพาะบริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้าหรือบริการด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (Tele Banking) บริการธนาคารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) หรือบริการอื่น ๆ ตามที่ได้รับอนุญาต จากธนาคารแห่งประเทศไทย

(2) เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการให้บริการทางการเงินที่ตั้งอยู่นอก สำนักงานหรือนอกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ ทั้งในลักษณะเครื่องเดียวหรือหลายเครื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
พ.ศ. 10-งป10001-25510803

รวมกัน เช่น เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากถอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine : ATM)¹ กล่องรับฝากเงินสดและเช็ค (Drop Box) เครื่องบันทึกรายการสมุดคู่ฝากอัตโนมัติ (Passbook Update Machine) และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์อื่นตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

5.1.3 “สำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน” หมายความว่า สำนักงานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยชำระเงินต่างประเทศ และธุรกิจอื่นที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาต ได้แก่ การให้บริการรับชำระหนี้ การให้บริการรับฝากเงินเพิ่มเติมในบัญชีเงินฝากที่ได้เปิดไว้แล้ว การให้บริการปรับรายการสมุดเงินฝากด้วยเครื่องอัตโนมัติ การให้บริการรับส่งเอกสารและข้อมูลระหว่างลูกค้าและส่วนงานต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ การให้บริการโอนเงินระหว่างประเทศ ทั้งที่ผ่านเครือข่ายของธนาคารพาณิชย์ หรือเครือข่ายอื่น ๆ และการโอนเงินภายในประเทศ โดยผู้โอนเงินและผู้รับเงินไม่จำเป็นต้องมีบัญชีกับธนาคารพาณิชย์ การจำหน่ายและให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ธนาคารพาณิชย์นั้นเป็นผู้ออก เป็นต้น

5.2 การขออนุญาตและการอนุญาตให้จัดตั้งสาขา

5.2.1 สาขาทั่วไป

ธนาคารแห่งประเทศไทยจะพิจารณาอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสาขาทั่วไป ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด โดยแบ่งเป็น 2 กรณี ดังนี้

(1) ธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ (Qualified Bank) สามารถจัดตั้งสาขาทั่วไปได้โดยไม่จำกัดจำนวนในแต่ละปี ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank) (เอกสารแนบ 2) โดยถือว่าได้รับอนุญาตเป็นการทั่วไปจากธนาคารแห่งประเทศไทย

(2) ธนาคารพาณิชย์ที่ไม่ประสงค์จะขอเข้ารับการประเมินเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank) หรือธนาคารพาณิชย์ที่ไม่ผ่านการพิจารณาดังกล่าวสามารถยื่นคำขออนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไปเป็นรายสาขาได้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการอนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไป (เอกสารแนบ 3) โดยธนาคารแห่งประเทศไทยจะพิจารณาอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสาขาทั่วไปตามเหตุผลและความจำเป็นในแต่ละกรณี

¹ เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากถอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine : ATM) เช่น เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (Cash Dispenser)

เครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (Cash Deposit Machine) เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งนี้ การจัดตั้งสาขาทั่วไปตามข้อ 5.2.1 (1) และ (2) ไม่ครอบคลุมถึงการขออนุญาตจัดตั้งสาขาหรือสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ ซึ่งธนาคารพาณิชย์ต้องขออนุญาตต่อธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายกรณี

5.2.2 สาขาอิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสาขาอิเล็กทรอนิกส์นอกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์การจัดตั้งและขอบเขตการให้บริการของสาขาอิเล็กทรอนิกส์ (เอกสารแนบ 4)

5.2.3 สำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินนอกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ตามหลักเกณฑ์การจัดตั้งและขอบเขตการให้บริการของสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน (เอกสารแนบ 5)

5.3 การพิจารณาธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank)

ธนาคารพาณิชย์สามารถยื่นแสดงความจำนงขอรับการประเมินเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank) ได้ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank) (เอกสารแนบ 2) โดยธนาคารแห่งประเทศไทยจะมีหนังสือแจ้งผลการพิจารณาให้ธนาคารพาณิชย์ทราบเป็นรายธนาคาร และหากภายหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทยตรวจพบว่าธนาคารพาณิชย์ใดขาดคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่ง หรือมีข้อสังเกตเรื่องธรรมาภิบาลหรือการปฏิบัติตามคำสั่งการอย่างมีนัยสำคัญ ธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถเพิกถอนสิทธิธนาคารพาณิชย์นั้น ได้ตลอดเวลา และจะเริ่มมีผลทันทีนับตั้งแต่วันที่ธนาคารพาณิชย์ดังกล่าวได้รับหนังสือแจ้งการเพิกถอนสิทธิจากธนาคารแห่งประเทศไทย

5.4 วันและเวลาทำการปกติ และการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาทำการ

5.4.1 วันและเวลาทำการปกติ

ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดให้ธนาคารพาณิชย์เปิดทำการและหยุดทำการตามวันและเวลา ดังนี้

(1) วันและเวลาเปิดทำการ

(1.1) ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้เปิดทำการวันจันทร์ ถึง วันศุกร์

เวลา 9.30 ถึง 15.30 น.

(1.2) ในเขตอื่นนอกจากข้อ (1.1) ให้เปิดทำการวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ เวลา 8.30 ถึง 15.30 น.

(2) วันหยุดทำการประจำสัปดาห์ คือวันเสาร์และวันอาทิตย์

(3) วันหยุดตามประเพณีตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด

สำหรับสาขาอิเล็กทรอนิกส์ และสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินที่เปิดให้บริการ ภายนอกสำนักงานของธนาคารพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้เปิดทำการ ได้ตามวันและเวลาที่ต้องการ

ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ต้องประกาศวันและเวลาเปิดและหยุดทำการไว้ ในที่เปิดเผย ณ สำนักงานสาขาของธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่ง

5.4.2 การเปลี่ยนแปลงวันและเวลาทำการ

(1) ธนาคารพาณิชย์สามารถเปลี่ยนแปลงวันและเวลาทำการได้ในกรณี ต่อไปนี้

(1.1) เปิดทำการในวันหยุดทำการหรือเปิดทำการนอกเวลาทำการตามที่ ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ตาม 5.4.1(1) ได้โดยไม่ต้องขออนุญาตอีก

(1.2) ปรับเปลี่ยนเวลาเปิดและปิดทำการได้ กรณีธนาคารพาณิชย์เปิดและ ปิดทำการตามเวลาที่สอดคล้องกับสถานที่ตั้ง เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยถือว่าได้รับอนุญาต เป็นการทั่วไปจากธนาคารแห่งประเทศไทย

(2) การเปลี่ยนแปลงวันและเวลาทำการนอกเหนือจากข้อ 5.4.2 (1) (1.1) และ (1.2) ธนาคารพาณิชย์จะต้องขออนุญาตธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายกรณี

(3) เงื่อนไขในการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาทำการ

(3.1) การเปลี่ยนแปลงวันและเวลาทำการในแต่ละครั้งธนาคารพาณิชย์ ต้องแจ้งให้ลูกค้าและประชาชนทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน โดยประกาศไว้ในที่เปิดเผย ณ สำนักงานของธนาคารพาณิชย์นั้นๆ และจะต้องใช้วันและเวลาดังกล่าวต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า 6 เดือน ยกเว้น ธนาคารพาณิชย์จะได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายกรณีเมื่อมีเหตุอันควร

(3.2) การเปลี่ยนแปลงวันและเวลาทำการในทุกกรณี ธนาคารพาณิชย์ ต้องกำหนดแผนการปฏิบัติงานเพื่อรองรับไม่ให้เกิดผลกระทบต่อระบบงานหลักของสถาบันการเงิน โดยรวม เช่น ระบบการชำระเงิน และกำหนดแผนฉุกเฉินเมื่อเกิดกรณีวิกฤต อาทิ การขาดสภาพคล่อง หรือการถอนเงินฝากอย่างกระทันหันจากสาขาหัวขั่วลือ เป็นต้น

(3.3) ธนาคารพาณิชย์ต้องสื่อสารให้พนักงานในส่วนงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบแผนการปฏิบัติเพื่อรองรับและแก้ไขเมื่อเกิดวิกฤต และถือปฏิบัติตามแผนดังกล่าวโดยเคร่งครัดเมื่อเกิดปัญหาขึ้น

(3.4) ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดให้มีระบบการควบคุมภายใน และมาตรการรักษาความปลอดภัย ทั้งในส่วน of ธนาคารพาณิชย์เอง และอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

(3.5) ธนาคารพาณิชย์ต้องประกาศวัน เวลา และธุรกรรมที่จะให้บริการให้ชัดเจนไว้ในที่เปิดเผย ณ สำนักงานของธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่ง

(3.6) ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดทำรายงานสรุปการเปลี่ยนแปลงวัน และเวลาทำการสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์เป็นรายไตรมาส ตามแบบรายงานที่แนบมาพร้อมประกาศนี้ (เอกสารแนบ 6) ให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบภายใน 15 วันนับจากวันสิ้นไตรมาส หากไตรมาสใด ไม่มีการเปลี่ยนแปลงให้ระบุในแบบรายงานว่า “ไม่มีการเปลี่ยนแปลง” ด้วย

5.4.3 การลดวันและเวลาทำการของสาขาทั่วไปแห่งสุดท้าย

ธนาคารพาณิชย์อาจขออนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายกรณี ในการลดวันและเวลาทำการของสาขาทั่วไปแห่งสุดท้ายในอำเภอหรือกิ่งอำเภอ เพื่อทดแทนการยกเลิกสาขาทั่วไปแห่งสุดท้าย โดยธนาคารพาณิชย์ต้องเปิดให้บริการอย่างน้อย 2 วันต่อสัปดาห์ และกำหนดแนวทางดำเนินการเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้แก่ลูกค้าและประชาชนในพื้นที่ ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ต้องแจ้งกำหนดวัน เวลา และประเภทธุรกรรมที่สาขานั้นให้บริการให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วันก่อนวันดำเนินการ พร้อมทั้งระบุชื่อสาขาทั่วไปหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบพร้อมช่องทางในการติดต่อ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้หากมีข้อผิดพลาดหรือมีข้อร้องเรียนในวันที่ธนาคารพาณิชย์มิได้เปิดทำการ

5.5 การประกอบการนอกสถานที่

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์ประกอบการนอกสถานที่ได้ทั้งในเวลาทำการและนอกเวลาทำการ ตามหลักเกณฑ์และขอบเขตการประกอบการนอกสถานที่ของธนาคารพาณิชย์ (เอกสารแนบ 7) เพื่อเปิดให้ธนาคารพาณิชย์สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้านอกสถานที่ได้ แต่ต้องไม่มีลักษณะเป็นการหลีกเลี่ยงการขออนุญาตจัดตั้งสาขา หรือเป็นการทำธุรกรรมที่ธนาคารแห่งประเทศไทยไม่อนุญาต ในกรณีที่ธนาคารพาณิชย์ประสงค์จะทำธุรกรรมอื่นนอกเหนือจากที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาต ธนาคารพาณิชย์ต้องขออนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายกรณี

5.6 การย้ายสถานที่ตั้งสาขา

5.6.1 ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์ย้ายสำนักงานสาขาได้ หากการย้ายสาขานั้นเป็นไปตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้

(1) การย้ายสถานที่ตั้งสาขานั้นยังอยู่ในเขตหรืออำเภอเดียวกันกับสำนักงานสาขาปัจจุบัน และ

(2) การเลิกสำนักงานสาขาปัจจุบันหรือสำนักงานสาขาชั่วคราวในวันเดียวกับวันที่จัดตั้งสำนักงานสาขาแห่งใหม่หรือสำนักงานสาขาถาวรแล้วแต่กรณี

ธนาคารพาณิชย์ต้องแจ้งธนาคารแห่งประเทศไทยล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนวันดำเนินการ และประกาศกำหนดการย้ายสถานที่ตั้งสาขาไว้ในที่เปิดเผย ณ สำนักงานสาขานั้น ๆ ทั้งนี้ ในช่วงเวลาดำเนินการย้ายสาขาดังกล่าว ธนาคารพาณิชย์ต้องกำหนดแนวทางดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าและประชาชน ตามความเหมาะสม

5.6.2 การย้ายสำนักงานใหญ่ และกรณีอื่น ๆ นอกเหนือจากข้อ 5.6.1 ธนาคารพาณิชย์ต้องขออนุญาตต่อธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายกรณี

5.7 การหยุดทำการชั่วคราว และการเลิกสาขา

5.7.1 การหยุดทำการชั่วคราว

(1) กรณีสาขาทั่วไป

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์หยุดทำการสาขาทั่วไปชั่วคราวได้ในกรณี ดังนี้

(1.1) กรณีฉุกเฉินหรือมีเหตุสุดวิสัย โดยการหยุดทำการดังกล่าวมีกำหนดเวลาไม่เกิน 15 วัน และต้องแจ้งธนาคารแห่งประเทศไทยทราบทันทีที่ได้หยุดทำการ และปิดประกาศให้ลูกค้าและประชาชนทราบ

(1.2) กรณีไม่ฉุกเฉิน แต่มีเหตุผลความจำเป็นที่จะต้องหยุดทำการ และการหยุดทำการดังกล่าวมีกำหนดเวลาไม่เกิน 15 วัน เช่น การไฟฟ้าแรงดันไฟ การปรับปรุงซ่อมแซมที่ทำการสำนักงานสาขา เป็นต้น

(1.3) กรณีสาขาทั่วไปที่เปิดให้บริการนอกวันทำการ หรือเปิดให้บริการทุกวัน ประสงค์จะหยุดทำการในวันหยุดตามประเพณีที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด

ทั้งนี้ ในกรณีการหยุดทำการตามข้อ (1.2) และ (1.3) ธนาคารพาณิชย์ต้องแจ้งให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบล่วงหน้า และปิดประกาศให้ลูกค้าและประชาชนทราบล่วงหน้า

(2) กรณีสาขาอิเล็กทรอนิกส์และสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์หยุดทำการสาขาอิเล็กทรอนิกส์และสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินเป็นการชั่วคราวได้ ทั้งนี้ การหยุดทำการดังกล่าวมีกำหนดเวลาไม่เกิน 90 วัน โดยธนาคารพาณิชย์ต้องประกาศวันและเวลาหยุดทำการชั่วคราวไว้ในที่เปิดเผย ณ บริเวณที่ตั้งสาขาอิเล็กทรอนิกส์ หรือบริเวณสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินนั้น ๆ และธนาคารพาณิชย์ต้องกำหนดแนวทางดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าและประชาชนสามารถรับบริการจากสำนักงานสาขาอื่น หรือช่องทางบริการอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

5.7.2 การเลิกสาขา

(1) การเลิกสาขาทั่วไป

ธนาคารพาณิชย์ที่ประสงค์จะเลิกสาขาทั่วไป ให้ธนาคารพาณิชย์ยื่นขออนุญาตต่อธนาคารแห่งประเทศไทย ตามหลักเกณฑ์การเลิกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ (เอกสารแนบ 8) พร้อมเสนอแผนการเลิกสาขาทั่วไปล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วันก่อนวันเลิกทำการ และแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันเลิกทำการ หากไม่ได้รับการทักท้วงจากธนาคารแห่งประเทศไทยภายใน 30 วัน นับจากวันที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้รับคำขอและเอกสารประกอบการพิจารณาครบถ้วน ให้ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการตามแผนการเลิกสาขาทั่วไปนั้นได้

(2) การเลิกสาขาอิเล็กทรอนิกส์ หรือสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน

ธนาคารพาณิชย์ที่ประสงค์จะเลิกสาขาอิเล็กทรอนิกส์ หรือสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินเป็นการถาวร ต้องแจ้งให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วันก่อนวันเลิกทำการ

5.8 การซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์

ในการซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์ เพื่อใช้เป็นสถานที่สำหรับการประกอบธุรกิจของสาขาทั่วไป สาขาอิเล็กทรอนิกส์ และสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน นอกจากปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในการจัดตั้งสาขาแต่ละประเภทดังกล่าวข้างต้นแล้ว ธนาคารพาณิชย์ต้องปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง หลักเกณฑ์การซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นสถานที่สำหรับประกอบธุรกิจ หรือสำหรับพนักงานและลูกจ้างของธนาคารพาณิชย์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

6. บทเฉพาะกาล

6.1 ธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งสาขาก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ ให้ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการต่อไปได้ตามที่ได้รับอนุญาต

6.2 ธนาคารแห่งประเทศไทยให้เวลาธนาคารพาณิชย์ในการดำเนินการตามประกาศฉบับนี้ เพื่อปรับฐานะสาขาย่อย และสาขาคอมพิวเตอร์ที่มีพนักงานให้บริการทำธุรกรรมการเงิน พื้นฐานในปัจจุบันเป็น “สาขาทั่วไป” ให้สอดคล้องกับรูปแบบสาขาตามหลักเกณฑ์ใหม่ ตลอดจนดำเนินการเรื่องต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงประเภทของการให้บริการ การจัดการเกี่ยวกับการพนักงาน การปรับปรุงสถานที่ทำการและเครื่องใช้สำนักงาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบรายงานต่างๆ ฯลฯ ภายในระยะเวลา 2 ปี นับแต่ประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ

7. วันเริ่มต้นบังคับใช้

ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 3 สิงหาคม 2551

ธรี วัล

(นางธรีญา วัฒนเกษตร)

ผู้ว่าการ

ธนาคารแห่งประเทศไทย

ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยและหนังสือเวียนที่ยกเลิก

ลำดับ	วันที่ ประกาศ ธปท. / หนังสือเวียน	ประเภท	เลขที่	เรื่อง
การจัดตั้งสาขาธนาคารพาณิชย์				
1	18 มิถุนายน 2512	หนังสือเวียน	ธ. (ว) 73/2512	การรายงานผลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจใน ท้องถิ่น ในกรณีที่มีการยื่นคำขออนุญาตเปิด สาขา
2	2 พฤศจิกายน 2519	หนังสือเวียน	งว. (ว) 189/2519	การปฏิบัติตามเงื่อนไขเกี่ยวกับการให้กู้ยืมแก่ บุคคลในท้องถิ่นเป็นอัตราส่วนต่อเงินฝากของ สาขาธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอรอบนอก
3	9 มกราคม 2524	หนังสือเวียน	ธปท. ณว. (ว) 31/2524	หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขเกี่ยวกับการดำรง หลักทรัพย์ตามเงื่อนไขในการอนุญาตให้ธนาคาร พาณิชย์เปิดสาขาในเขตอำเภอรอบนอก
4	8 กุมภาพันธ์ 2528	หนังสือเวียน	ธปท. ณว. (ว) 163/2528	การขออนุญาตเปิดสาขา หรือสำนักงานตัวแทน ในต่างประเทศ
5	22 มีนาคม 2533	หนังสือเวียน	ธปท. ณว. (ว) 494/2533	การปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อ 6 ในการอนุญาตให้ ธนาคารพาณิชย์เปิดสาขา
6	20 พฤษภาคม 2534	หนังสือเวียน	ธปท. ณก. (ว) 784/2534	การผ่อนผันการปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อ 6 ในการ อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์เปิดสาขา
7	6 มีนาคม 2541	หนังสือเวียน	ง (ว) 542/2541	การแจ้งสัดส่วนการกระจายสาขาของธนาคาร พาณิชย์และรายชื่ออำเภอขนาดใหญ่
8	21 สิงหาคม 2543	หนังสือเวียน	ธปท. สนส. (11) ว. 2165/2543	ซักซ้อมความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของเงิน ให้สินเชื่อที่ใช้คำนวณการปฏิบัติตามเงื่อนไขใน การอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์เปิดสาขา (เงื่อนไขข้อ 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
พ.ศ. 10-งป10001-25510803

ลำดับ	วันที่ ประกาศ รพท. / หนังสือเวียน	ประเภท	เลขที่	เรื่อง
การจัดตั้งสาขาธนาคารพาณิชย์				
9	1 เมษายน 2546	หนังสือเวียน	รพท. สนส. (31) ว. 861/2546	ซักซ้อมความเข้าใจเกี่ยวกับการให้สินเชื่อในส่วนภูมิภาคตามเงื่อนไขข้อ 6 ในการอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์เปิดสาขา
10	22 มีนาคม 2548	หนังสือเวียน	รพท. ฟสว. (21) ว. 552/2548	การขออนุญาตเปิดสาขาและสาขาย่อยของธนาคารพาณิชย์
11	3 พฤศจิกายน 2548	หนังสือเวียน	รพท. ฟนส. (21) ว. 2108/2548	ปรับปรุงเงื่อนไขในการอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์เปิดสาขาในส่วนภูมิภาค
12	10 เมษายน 2549	หนังสือเวียน	รพท. ฟนส. (21) ว. 504/2549	การผ่อนปรนเงื่อนไขในการอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์เปิดสาขาในส่วนภูมิภาค
การจัดตั้งสาขาอิเล็กทรอนิกส์				
13	2 พฤษภาคม 2528	หนังสือเวียน	รพท. ฉว. (ว) 572/2528	การให้บริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากและถอนเงินโดยบริษัททั่วไปซึ่งไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์
14	30 กรกฎาคม 2529	หนังสือเวียน	รพท. ฉศ. (ว) 1140/2529	การส่งรายงานการตรวจสอบด้านคอมพิวเตอร์ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์เปิดบริการด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากและถอนเงิน
15	6 กันยายน 2532	หนังสือเวียน	รพท. ฉว. (ว) 1424/2532	การให้บริษัทประกันภัยเปิดบริการผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากและถอนเงิน และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์อื่น
16	21 ตุลาคม 2535	หนังสือเวียน	รพท. ฉก. (ว) 1844/2535	การเปิดบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากและถอนเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
พ.ศ. 10-งป10001-25510803

ลำดับ	วันที่ ประกาศ รพท. / หนังสือเวียน	ประเภท	เลขที่	เรื่อง
การจัดตั้งสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน				
17	26 ตุลาคม 2530	หนังสือเวียน	รพท. ณว. (ว) 1585/2530	การให้บริการรับแลกเปลี่ยนเงิน
18	22 กุมภาพันธ์ 2531	หนังสือเวียน	รพท. ณว. (ว) 291/2531	หลักเกณฑ์ในการใช้รถยนต์เปิดทำการรับ แลกเปลี่ยนเงินเป็นการถาวร
19	2 กรกฎาคม 2534	หนังสือเวียน	รพท. ณก. (ว) 1076/2534	การเปิดสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินและการ ให้บริการแลกเปลี่ยนเงิน
20	21 ตุลาคม 2535	หนังสือเวียน	รพท. ณก. (ว) 1845/2535	การให้บริการแลกเปลี่ยนเงิน
21	18 เมษายน 2546	หนังสือเวียน	รพท. สนส. (31) ว. 1020/2546	การขยายขอบเขตธุรกิจของสำนักงาน แลกเปลี่ยนเงิน
22	23 กุมภาพันธ์ 2549	หนังสือเวียน	รพท. ฟนส. (21) ว. 241/2549	การขยายขอบเขตธุรกิจของสำนักงาน แลกเปลี่ยนเงิน
23	22 กันยายน 2549	หนังสือเวียน	รพท. ฟนส. (21) ว. 1329/2549	การขยายขอบเขตธุรกิจของสำนักงาน แลกเปลี่ยนเงิน
การกำหนดวันและเวลาทำการ				
24	11 กันยายน 2539	ประกาศ รพท.		การกำหนดวันและเวลาทำการของธนาคาร พาณิชย์ (หนังสือที่ กค. (ว) 3217/2539 ลงวันที่ 13 กันยายน 2539)
25	7 เมษายน 2542	ประกาศ รพท.		การขออนุญาตเปิดทำการในวันหยุดหรือนอก เวลา (หนังสือที่ ก. (ว) 563/2542 ลงวันที่ 9 เมษายน 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
พ.ศ.10-ปป10001-25510803

ลำดับ	วันที่ ประกาศ รพท. / หนังสือเวียน	ประเภท	เลขที่	เรื่อง
การประกอบการนอกสถานที่				
26	13 มกราคม 2530	หนังสือเวียน	รพท. ณว. (ว) 46/2530	การประกอบการนอกสถานที่ของธนาคารพาณิชย์
27	3 มีนาคม 2536	หนังสือเวียน	รพท. ณก. (ว) 332/2536	การอนุญาตให้บริการรับซื้อลดเช็คค่าอ้อยนอกสถานที่ทำการได้
การเลิก / ย้ายสาขาธนาคารพาณิชย์				
28	11 ตุลาคม 2545	หนังสือเวียน	รพท. สนส. (31) ว. 2309/2545	การย้ายสำนักงานสาขาของธนาคารพาณิชย์และอื่น ๆ
29	4 กรกฎาคม 2548	ประกาศ รพท.		หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการปิดสาขาและสาขาย่อยของธนาคารพาณิชย์ (หนังสือที่.ฝสว. (21) ว. 64/2548 ลงวันที่ 3 สิงหาคม 2548)
อื่น ๆ				
30	18 สิงหาคม 2530	หนังสือเวียน	รพท. ณว. (จ) 1163/2530	การเสนอบริการทางค้ำข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์
31	27 ตุลาคม 2541	หนังสือเวียน	รพท. ง (ว) 4256/2541	การขออนุญาตเปิดสาขาเป็นกรณีพิเศษ
32	21 มกราคม 2542	หนังสือเวียน	รพท. ง (ว) 207/2542	การขออนุญาตเปิดสาขาและสาขาย่อยของธนาคารพาณิชย์เป็นกรณีพิเศษ

หลักเกณฑ์การพิจารณารธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank)

1. ผู้มีสิทธิยื่นคำขอ

ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย (ธนาคารพาณิชย์) ทุกธนาคาร ยกเว้นธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

2. งดการพิจารณาและกำหนดการยื่นคำขอ

2.1 ธนาคารแห่งประเทศไทย จะพิจารณาคำขอเข้ารับการประเมินเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank) ปีละ 1 ครั้ง โดยธนาคารพาณิชย์ที่ประสงค์จะเข้ารับการประเมินต้องยื่นหนังสือแสดงความจำนงภายในสิ้นเดือนตุลาคม ธนาคารแห่งประเทศไทยจะมีหนังสือแจ้งผลการพิจารณาให้ธนาคารพาณิชย์ทราบภายในเดือนพฤศจิกายน

2.2 ธนาคารพาณิชย์ที่ไม่ผ่านการพิจารณาจากธนาคารแห่งประเทศไทย สามารถยื่นหนังสือแสดงความจำนงขอเข้ารับการประเมิน ได้ใหม่ภายในสิ้นเดือนตุลาคมในปีถัดไป

3. การพิจารณารธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank)

ธนาคารแห่งประเทศไทย จะพิจารณาคู่สมบัตินของธนาคารพาณิชย์ ตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

3.1 มีฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ดี มีระดับความเสี่ยงรวม (Composite Rating) จากผลการตรวจสอบ โดยธนาคารแห่งประเทศไทยครั้งล่าสุด ก่อนวันที่ธนาคารพาณิชย์ยื่นหนังสือแสดงความจำนงขอเข้ารับการประเมิน ไม่ต่ำกว่าระดับ 3 และจะต้องไม่มีข้อสังเกตในเรื่องธรรมาภิบาล และการปฏิบัติตามคำสั่งการของธนาคารแห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

3.2 ค่ารงอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง (BIS Ratio) เมื่อสิ้นวันหนึ่ง ๆ ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด นับจากวันที่ธนาคารพาณิชย์ยื่นขอรับการประเมิน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12

ทั้งนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยอาจพิจารณากำหนดเงื่อนไขอื่น ๆ เพิ่มเติมตามความเหมาะสม

4. เงื่อนไขการจัดตั้งสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank)

ธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ (Qualified Bank) สามารถจัดตั้งสาขาทั่วไปได้โดยไม่จำกัดจำนวนในแต่ละปี โดยถือว่าได้รับอนุญาตเป็นการทั่วไปจากธนาคารแห่งประเทศไทย ในการจัดตั้งสาขาทั่วไปธนาคารพาณิชย์ต้องปฏิบัติ ดังนี้

4.1 การยื่นแผนการจัดตั้งสาขาทั่วไปรายปี

ธนาคารพาณิชย์ต้องยื่นแผนการจัดตั้งสาขาทั่วไปรายปีให้ธนาคารแห่งประเทศไทย ภายในเดือนมกราคม โดยมีรายละเอียดต่างๆ อย่างน้อย ดังนี้

(1) สรุปผลการดำเนินงานของสาขาทั่วไปที่เปิดดำเนินการแล้ว แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร(ไม่รวมสำนักงานใหญ่) ปริมณฑล (ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร) ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยแยกเป็นจำนวนสาขาที่มีผลกำไรและจำนวนสาขาที่มีผลขาดทุน

(2) รายละเอียดของสาขาที่ได้รับความเห็นชอบให้จัดตั้ง (ตามหลักเกณฑ์เดิม) แต่ยังมีได้เปิดดำเนินการ โดยระบุจำนวนสาขา เหตุผลที่ยังมิได้ดำเนินการและแผนงานในระยะต่อไป

(3) รายละเอียดของสาขาทั่วไปที่จะจัดตั้งเป็นรายปี โดยระบุลำดับที่ สถานที่ตั้ง เช่น อำเภอ หรือเขต (กรณีกรุงเทพมหานคร) และช่วงเวลาในการจัดตั้งตามแผน ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์สามารถยื่นขอปรับปรุงแผนการจัดตั้งสาขาทั่วไปรายปีต่อธนาคารแห่งประเทศไทยได้ตลอดเวลา

4.2 ในการยื่นแผนการจัดตั้งสาขาทั่วไปรายปีตั้งแต่ปีที่ 2 เป็นต้นไป แผนการจัดตั้งสาขาทั่วไปรายปีดังกล่าวต้องมีรายละเอียดเพิ่มเติมจากข้อ 4.1 อย่างน้อย ดังนี้

(1) รายละเอียดสาขาทั่วไปตามแผนรายปีที่ผ่านมา แต่ยังมีได้เปิดดำเนินการ โดยระบุ จำนวนสาขา เหตุผลที่ยังมิได้ดำเนินการและแผนงานในระยะต่อไป

(2) รายงานเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ซึ่งธนาคารพาณิชย์ได้ซื้อ หรือเช่าไว้เพื่อใช้เป็นสถานที่ทำการสาขาทั่วไป แต่ยังไม่ได้เปิดทำการ โดยระบุ ประเภท สถานที่ มูลค่าทางบัญชี และวันที่ได้มา หรือวันที่ทำสัญญาเช่า

4.3 การมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นสถานที่ทำการสาขาทั่วไป

(1) ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์สามารถซื้อ หรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อใช้เป็นสถานที่ทำการสาขาทั่วไปได้ ภายหลังจากที่ธนาคารแห่งประเทศไทยมีหนังสือแจ้งผลการพิจารณาเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์แล้ว ทั้งนี้ ในการซื้อ หรือเช่าอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวธนาคารพาณิชย์จะต้องพิจารณาด้วยความรอบคอบ โดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
พ.นส.ป10-งป10001-25510803

(2) ในกรณีที่ธนาคารพาณิชย์ได้ซื้อ หรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อเตรียมไว้ใช้ เป็นสถานที่ทำการสาขาทั่วไป แต่ธนาคารพาณิชย์ไม่สามารถจัดตั้งสาขาทั่วไปแห่งนั้นภายใน 1 ปี นับจากวันที่ได้ซื้อ หรือเช่าอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าว ธนาคารพาณิชย์สามารถยื่นแผนการจัดตั้ง สาขาทั่วไปแห่งนั้นได้ในปีถัดไปอีก 1 ปี หากธนาคารพาณิชย์ยังไม่สามารถเปิดสาขาดังกล่าวได้อีก ธนาคารพาณิชย์จะต้องปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง หลักเกณฑ์การซื้อหรือมี ไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นสถานที่สำหรับประกอบธุรกิจ หรือสำหรับพนักงานและลูกจ้างของ ธนาคารพาณิชย์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

4.4 ธนาคารพาณิชย์ต้องแจ้งการเปิดสาขาทั่วไป โดยระบุชื่อสาขา รหัสสาขา ที่ตั้งสาขา และกำหนดวันเปิดทำการให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนวันที่ สาขาทั่วไปนั้น ๆ จะเริ่มประกอบธุรกิจ

5. การเพิกถอนสิทธิ

5.1 ธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถสั่งเพิกถอนสิทธิการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มี คุณสมบัติตามเกณฑ์ หากภายหลังตรวจพบว่าธนาคารพาณิชย์ขาดคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่ง หรือเมื่อ มีข้อสังเกตเรื่องธรรมาภิบาลหรือการปฏิบัติตามคำสั่งการอย่างมีนัยสำคัญ โดยจะเริ่มมีผลทันที นับตั้งแต่วันที่ธนาคารพาณิชย์ได้รับแจ้งเป็นหนังสือจากธนาคารแห่งประเทศไทย

5.2 กรณีที่ธนาคารพาณิชย์ได้มีหนังสือแจ้งกำหนดการจัดตั้งสาขาทั่วไปใด ๆ ให้ ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบไว้ล่วงหน้าแล้วก่อนที่จะถูกเพิกถอนสิทธิ ให้ถือว่าธนาคารพาณิชย์ สามารถดำเนินการจัดตั้งสาขาทั่วไปนั้น ๆ ได้ตามที่แจ้งมา ส่วนสาขาทั่วไปที่ธนาคารพาณิชย์ได้ ระบุไว้ตามแผนการจัดตั้งสาขารายปี แต่ยังไม่ได้รับหนังสือแจ้งสถานที่ทำการและกำหนดวันเปิดทำการ ธนาคารแห่งประเทศไทยจะพิจารณาอนุญาตเป็นรายกรณีขึ้นอยู่กับเหตุผลและความจำเป็น อย่างไรก็ตาม ธนาคารพาณิชย์ที่ถูกเพิกถอนสิทธิสามารถยื่นคำขออนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไปเป็นรายสาขาได้ตาม หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการอนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไป (เอกสารแนบ 3)

5.3 ธนาคารพาณิชย์ที่ถูกเพิกถอนสิทธิสามารถยื่นหนังสือแสดงความจำนงขอเข้ารับ การประเมินได้ตามวงศการพิจารณาภายในสิ้นเดือนตุลาคมของทุกปี

หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการอนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไป

1. ผู้มีสิทธิยื่นคำขอ

ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย (ธนาคารพาณิชย์) ทุกธนาคาร ยกเว้นธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

2. งดการพิจารณาและกำหนดการยื่นคำขอ

ธนาคารแห่งประเทศไทย จะพิจารณาคำขออนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไปปีละ 2 ครั้ง โดยธนาคารพาณิชย์จะต้องยื่นคำขอจัดตั้งสาขาทั่วไปภายในสิ้นเดือนมิถุนายน และธันวาคม

3. คำขออนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไป

คำขออนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไปประกอบด้วยแผนการจัดตั้งสาขา โดยอย่างน้อยต้องมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

3.1 สรุปผลการดำเนินงานของสาขาทั่วไปที่เปิดดำเนินการแล้ว แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (ไม่รวมสำนักงานใหญ่) ปริมณฑล (ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร) ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยแยกเป็นจำนวนสาขาที่มีผลกำไรและจำนวนสาขาที่มีผลขาดทุน

3.2 รายละเอียดของสาขาทั่วไปที่ได้รับความเห็นชอบให้จัดตั้ง แต่ยังมีได้เปิดดำเนินการ โดยระบุจำนวนสาขา เหตุผลที่ยังมิได้ดำเนินการพร้อมทั้งแผนงานในระยะต่อไป

3.3 รายละเอียดของสาขาทั่วไปที่จะขอจัดตั้งใหม่ โดยระบุ ลำดับที่ สถานที่ตั้ง (ระบุอำเภอ หรือเขต กรุงเทพมหานคร) เหตุผลที่ขอจัดตั้ง และช่วงเวลาในการจัดตั้งตามแผนรวมทั้งประมาณการทางการเงินของแต่ละสาขาที่มีข้อมูลประกอบการจัดทำที่ชัดเจน

ทั้งนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถขอข้อมูลประกอบการพิจารณาเพิ่มเติมได้ตามความจำเป็น

4. ปัจจัยในการพิจารณาและแนวทางการอนุญาต

ธนาคารแห่งประเทศไทยจะพิจารณาอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสาขาทั่วไปตามเหตุผลและความจำเป็นในแต่ละกรณี โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ดังต่อไปนี้

4.1 ฐานะการเงินและการจัดการ ได้แก่ ความเพียงพอของเงินกองทุน คุณภาพของสินทรัพย์ ความสามารถในการบริหารจัดการ ความสามารถในการหารายได้ สภาพคล่องและความสามารถในการบริหารความเสี่ยง เป็นต้น

4.2 ระบบธรรมาภิบาล ได้แก่ โครงสร้างและองค์ประกอบของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย คุณสมบัติของกรรมการและผู้บริหารระดับสูง และการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เป็นต้น

4.3 ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแผนการจัดตั้งสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์

4.4 การขออนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไปในอำเภอใดอำเภอหนึ่งเป็นสาขาแรกของธนาคารพาณิชย์นั้น ๆ ธนาคารแห่งประเทศไทยจะพิจารณาให้เป็นลำดับแรก

การจัดตั้งสาขาทั่วไปนอกเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อำเภอเมืองและอำเภอขนาดใหญ่ตามรายชื่อที่แนบมาท้ายหลักเกณฑ์นี้และที่จะมีการแก้ไขต่อไป ธนาคารพาณิชย์ไม่ต้องยื่นคำขออนุญาต แต่ต้องยื่นความประสงค์ต่อธนาคารแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ ให้ยื่นพร้อมกับการยื่นคำขออนุญาตจัดตั้งสาขาทั่วไปในเขตอื่น ๆ หากธนาคารแห่งประเทศไทยไม่แจ้งขัดข้องภายใน 60 วัน นับจากวันสิ้นงวดการยื่นคำขอ ก็ให้ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการต่อไปได้

5. เงื่อนไขในการจัดตั้งสาขาทั่วไป

ในการอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสาขาทั่วไป ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการ ดังนี้

5.1. ธนาคารพาณิชย์จะต้องจัดให้มีป้ายชื่อซึ่งระบุว่าเป็นสาขาไว้อย่างชัดเจนและเห็นได้ง่าย

5.2. ธนาคารพาณิชย์จะต้องเปิดสาขาทั่วไปภายในบริเวณที่ได้รับอนุญาต และจะต้องประกอบธุรกิจภายใน 2 ปี นับแต่วันที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ เว้นแต่ธนาคารแห่งประเทศไทย จะขยายบริเวณหรือระยะเวลาให้

5.3 ธนาคารพาณิชย์ต้องแจ้งการเปิดสาขาทั่วไป โดยระบุชื่อสาขา รหัสสาขา ที่ตั้งสาขา และกำหนดวันเปิดทำการให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนวันที่สาขาทั่วไปนั้น ๆ จะเริ่มประกอบธุรกิจ

5.4 ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์สามารถซื้อ หรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อใช้เป็นสถานที่ทำการสาขาทั่วไปได้ ภายหลังจากที่ได้รับอนุญาตให้ จัดตั้งสาขาทั่วไปจากธนาคารแห่งประเทศไทย ในการซื้อ หรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าว ธนาคารพาณิชย์จะต้องพิจารณาด้วยความรอบคอบ โดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

ทั้งนี้ หากธนาคารพาณิชย์ยกเลิกการจัดตั้งสาขาทั่วไปที่ได้รับอนุญาตแล้ว จะต้อง ปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย หลักเกณฑ์การซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อ เป็นสถานที่สำหรับประกอบธุรกิจ หรือสำหรับพนักงานและลูกจ้างของธนาคารพาณิชย์ และที่แก้ไข เพิ่มเติม และหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด



รายชื่ออำเภอขนาดใหญ่

ลำดับที่	ชื่ออำเภอ	ชื่อจังหวัด	ลำดับที่	ชื่ออำเภอ	ชื่อจังหวัด
1.	เมืองนนทบุรี	นนทบุรี	24.	เมืองอุดรธานี	อุดรธานี
2.	ปากเกร็ด	นนทบุรี	25.	เมืองเขียงราย	เขียงราย
3.*	เมืองปทุมธานี	ปทุมธานี	26.	เมืองเขียงใหม่	เขียงใหม่
4.	คลองหลวง	ปทุมธานี	27.	เมืองลำปาง	ลำปาง
5.	ธัญบุรี	ปทุมธานี	28.	เมืองนครสวรรค์	นครสวรรค์
6.	ลำลูกกา	ปทุมธานี	29.	เมืองพิษณุโลก	พิษณุโลก
7.	เมืองพระนครศรีอยุธยา	พระนครศรีอยุธยา	30.	เมืองนครปฐม	นครปฐม
8.	เมืองลพบุรี	ลพบุรี	31.	สามพราน	นครปฐม
9.	เมืองสระบุรี	สระบุรี	32.*	หัวหิน	ประจวบคีรีขันธ์
10.	เมืองจันทบุรี	จันทบุรี	33.	เมืองเพชรบุรี	เพชรบุรี
11.	เมืองฉะเชิงเทรา	ฉะเชิงเทรา	34.	เมืองราชบุรี	ราชบุรี
12.	เมืองชลบุรี	ชลบุรี	35.	เมืองสมุทรสาคร	สมุทรสาคร
13.*	บางละมุง	ชลบุรี	36.	กระทุ่มแบน	สมุทรสาคร
14.	ศรีราชา	ชลบุรี	37.	เมืองสุพรรณบุรี	สุพรรณบุรี
15.	เมืองพัทยา	ชลบุรี	38.	เมืองกระบี่	กระบี่
16.	เมืองระยอง	ระยอง	39.	เมืองชุมพร	ชุมพร
17.	เมืองสมุทรปราการ	สมุทรปราการ	40.	เมืองนครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช
18.	บางพลี	สมุทรปราการ	41.	เมืองภูเก็ต	ภูเก็ต
19.	พระประแดง	สมุทรปราการ	42.*	กระทุ่ม	ภูเก็ต
20.	เมืองนครราชสีมา	นครราชสีมา	43.	เมืองสุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี
21.	เมืองอุบลราชธานี	อุบลราชธานี	44.	เกาะสมุย	สุราษฎร์ธานี
22.	เมืองขอนแก่น	ขอนแก่น	45.	เมืองสงขลา	สงขลา
23.	เมืองสกลนคร	สกลนคร	46.	หาดใหญ่	สงขลา

* เป็นรายชื่ออำเภอที่ประกาศเพิ่มเติม

ธนาคารแห่งประเทศไทย

10 มีนาคม 2548

หลักเกณฑ์การจัดตั้งและขอบเขตการให้บริการของสาขาอิเล็กทรอนิกส์

1. ผู้มีสิทธิจัดตั้ง

ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ (ธนาคารพาณิชย์) ทุกธนาคาร ทั้งนี้ การจัดตั้งสาขาอิเล็กทรอนิกส์ให้นับเป็นหนึ่งสาขา

2. เงื่อนไขการจัดตั้งสาขาอิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสาขาอิเล็กทรอนิกส์นอกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ได้โดยไม่ต้องขออนุญาตอีก โดยมีเงื่อนไข ดังนี้

2.1 ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดทำสรุปจำนวนสาขาอิเล็กทรอนิกส์และจำนวนเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามภาคและสถานที่ตั้งเป็นรายไตรมาส แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล (ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร) ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามแบบรายงานที่แนบมาท้ายหลักเกณฑ์นี้ให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบภายใน 15 วันนับจากวันสิ้นไตรมาส หากไตรมาสใดไม่มีการเปลี่ยนแปลง ให้ระบุในแบบรายงานว่า “ไม่มีการเปลี่ยนแปลง” ด้วย ส่วนรายละเอียดการจัดตั้งและขอบเขตการให้บริการของสาขาอิเล็กทรอนิกส์ให้เก็บไว้ที่ธนาคารพาณิชย์เพื่อให้ธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถตรวจสอบเมื่อร้องขอ

ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้งสำนักงานสาขาอิเล็กทรอนิกส์ ชื่อสาขาอิเล็กทรอนิกส์ (กรณีที่เปิดบริการเต็มรูปแบบ) หน่วยงานหรือสาขาที่ดูแลและวันที่เริ่มเปิดทำการ วันและเวลาทำการ วันเลิกทำการ เก็บไว้ที่ธนาคารพาณิชย์เพื่อให้ธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถตรวจสอบเมื่อร้องขอ

2.2 เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการให้บริการทางการเงินที่ติดตั้งนอกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์นั้น ตามกฎหมายถือว่ามีสภาพเป็นสาขาของธนาคารพาณิชย์ จึงอยู่ในข่ายต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงินในเรื่องวันและเวลาทำการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

2.3 การให้บริการทางการเงินนอกเวลาทำการผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ตั้งอยู่ภายในบริเวณสาขาทั่วไป ธนาคารพาณิชย์จะต้องมีสถานที่ให้บริการเป็นสัดส่วนต่างหากจากสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์

2.4 ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดให้มีป้ายชื่อธนาคาร ชื่อสำนักงานสาขาที่เปิดบริการ (กรณีที่เปิดบริการเต็มรูปแบบ) ชื่อสาขาทั่วไปหรือหน่วยงานที่ดูแล พร้อมทั้งติดประกาศวันและ เวลาทำการของสาขาอิเล็กทรอนิกส์ หรือเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการให้บริการทางการเงินไว้ ให้เห็นอย่างชัดเจน ณ บริเวณที่ตั้งสาขาอิเล็กทรอนิกส์ หรือบริเวณที่ติดตั้งเครื่องอิเล็กทรอนิกส์นั้น ๆ

2.5 ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดให้มีระบบการควบคุมภายใน ระบบรักษาความปลอดภัย ทั้งของลูกค้าและทรัพย์สินของธนาคารพาณิชย์เองอย่างเหมาะสมตามมาตรฐานการดำเนินงานของ ธนาคารพาณิชย์

2.6 ธนาคารพาณิชย์ต้องมีการประเมินความเสี่ยงและตรวจสอบการดำเนินงานการ ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ระบบงานที่ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ และความ เสี่ยงหรือจุดอ่อนจากการควบคุมภายในด้านคอมพิวเตอร์ โดยให้ธนาคารพาณิชย์กำหนด ระยะเวลาและขอบเขตการตรวจสอบตามความเหมาะสมและต้องส่งสำเนารายงานการตรวจสอบ พร้อมด้วยคำสั่งและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องให้ ฝ่ายตรวจสอบความเสี่ยงและเทคโนโลยี สารสนเทศ สายกำกับสถาบันการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบทุกครั้งภายในเวลา 45 วัน นับจากวันที่มีการเสนอรายงานการตรวจสอบให้คณะกรรมการตรวจสอบ หรือฝ่ายจัดการทราบ แล้วแต่กรณีใดเกิดขึ้นก่อน

2.7 โดยที่สาขาอิเล็กทรอนิกส์เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินที่ให้ลูกค้าบริการ ตนเองผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ต้องมีกระบวนการรับข้อร้องเรียนกรณีเกิด ข้อผิดพลาดในการให้บริการทางการเงินผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การแจ้งสาขาที่รับผิดชอบ ดูแลสาขาอิเล็กทรอนิกส์และเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อไว้ในสถานที่ให้บริการ รวมทั้งกำหนด มาตรการแก้ไขข้อผิดพลาด

2.8 ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์ เพื่อใช้เป็นสาขาอิเล็กทรอนิกส์ตามที่กล่าวได้ ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ต้องพิจารณามูลค่าเงินลงทุน ที่ใช้ต่อสำนักงานสาขาให้เหมาะสม หรือในกรณีที่ซื้ออสังหาริมทรัพย์ซึ่งเดิมใช้เป็นสถานที่สำหรับ ดำเนินธุรกิจหรือสำหรับพนักงานและลูกจ้างของธนาคารพาณิชย์ แต่ได้ย้าย ระบุหรือยกเลิกการ เปิดหรือปิดสำนักงานสาขา หรือเลิกใช้ประโยชน์ในสถานที่ดังกล่าวแล้ว หากธนาคารพาณิชย์จะ ใช้ อสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวเป็นสาขาอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป ให้ธนาคารพาณิชย์คำนึงถึงความคุ้มค่าต่อ ธุรกิจให้เหมาะสมด้วย และต้อง ไม่มีเจตนาที่จะหลีกเลี่ยงการจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์

3. การให้บริการทางการเงินด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์

3.1 “เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการให้บริการทางการเงิน” ได้แก่ เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ให้บริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้าหรือบริการ สอบถามยอดบัญชีเงินฝาก ปรับยอดสมุดบัญชีเงินฝาก รับเช็ค หรือบริการอื่น ๆ ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาต

3.2 ในการให้บริการทางการเงินโดยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารพาณิชย์ต้องปฏิบัติตามให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย เช่น ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง การอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ให้บริการการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม แนวปฏิบัติ เรื่อง มาตรการป้องกันปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย (Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism : AML/CFT) และหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

4. วันและเวลาทำการ

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์เปิดให้บริการสาขาอิเล็กทรอนิกส์ได้ตามวันและเวลาที่ต้องการ และหยุดทำการเป็นการชั่วคราวมีกำหนดเวลาไม่เกิน 90 วัน ได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ต้องติดประกาศวันและเวลาทำการ หรือวันหยุดทำการให้ชัดเจนไว้ในที่เปิดเผย ณ บริเวณที่ตั้งสาขาอิเล็กทรอนิกส์ หรือบริเวณที่ตั้งเครื่องอิเล็กทรอนิกส์นั้น ๆ

5. การเลิกสาขาอิเล็กทรอนิกส์

5.1 ธนาคารพาณิชย์ที่ประสงค์จะเลิกสาขาอิเล็กทรอนิกส์เป็นการถาวร ต้องแจ้งให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนวันเลิกทำการ

5.2 ในการย้าย หรือเลิกสาขาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว ให้ธนาคารพาณิชย์ปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง หลักเกณฑ์การซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นสถานที่สำหรับประกอบธุรกิจ หรือสำหรับพนักงานและลูกจ้างของธนาคารพาณิชย์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

ธนาคาร.....จำกัด (มหาชน)

รายงานสรุปจำนวนสาขาอิเล็กทรอนิกส์ และจำนวนเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามภาค สำหรับไตรมาส สิ้นสุดวันที่.....

สาขา	กรุงเทพมหานคร	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
1. จำนวนสาขาอิเล็กทรอนิกส์						
1.1 ได้มรูปแบบ ¹						
1.2 สาขาที่มีเครื่องฝากและถอนเงินเพียงประเภทเดียว (ATM)						
รวม						
2. จำนวนเครื่องอิเล็กทรอนิกส์						
2.1 เครื่อง ATM ²						
- - ในสำนักงานสาขาทั่วไป						
- - ในสำนักงานสาขาอิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบ						
- - ในสำนักงานเลขเปลี่ยนเงิน						
- - นอกสำนักงาน						
- - รถยนต์เคลื่อนที่						
2.2 เครื่องอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ³ (ให้ระบุเป็นรายประเภท)						
รวม						

- หมายเหตุ:
1. สาขาอิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบ หมายถึง สาขาที่มีเครื่องอิเล็กทรอนิกส์หลายประเภทให้บริการรวมกัน เช่น เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากและถอนเงิน บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (Phone Banking / Tele Banking) บริการธนาคารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Banking)
 2. เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากถอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine : ATM) เช่น เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (Cash Dispenser) เครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (Cash Deposit Machine) เป็นต้น ทั้งนี้ ไม่รวมกล่องรับฝากเงินสดและเซ็ค (Drop Box) เครื่องบันทึกรายการสมุดฝากอัตโนมัติ (Passbook Update Machine)
 3. เครื่องอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ หมายถึง เครื่องอิเล็กทรอนิกส์อื่นนอกเหนือจากข้อ 2.1
 4. ไตรมาสใดที่มีการเปลี่ยนแปลงให้ระบุว่า "ไม่มีการเปลี่ยนแปลง"

หลักเกณฑ์การจัดตั้งและขอบเขตการให้บริการของสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน

1. ผู้มีสิทธิจัดตั้ง

ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ (ธนาคารพาณิชย์) ทุกธนาคาร ทั้งนี้ การจัดตั้งสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินให้นับเป็นหนึ่งสาขา

2. เงื่อนไขการจัดตั้งสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์จัดตั้งสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินนอกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ได้ และเปิดทำการแลกเปลี่ยนเงินภายในสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์นอกเวลาทำการได้ โดยไม่ต้องขออนุญาตอีก ทั้งนี้ สำนักงานแลกเปลี่ยนเงินให้รวมถึงเครื่องแลกเปลี่ยนเงินอัตโนมัติที่ตั้งอยู่เพียงลำพัง (Stand alone) ด้วย โดยมีเงื่อนไข ดังนี้

2.1 ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดทำรายงานสรุปจำนวนสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินเป็นรายไตรมาส ตามแบบรายงานที่แนบมาพร้อมหลักเกณฑ์นี้ ให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบภายใน 15 วันนับจากวันสิ้นไตรมาส ทั้งนี้ หากไตรมาสใดไม่มีการเปลี่ยนแปลงให้ระบุในแบบรายงานว่า “ไม่มีการเปลี่ยนแปลง” ด้วย ส่วนรายละเอียดการจัดตั้ง วันเปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และขอบเขตการให้บริการของสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินให้เก็บไว้ที่ธนาคารพาณิชย์เพื่อให้ธนาคารแห่งประเทศไทยตรวจสอบเมื่อร้องขอ

2.2 สำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน ตามกฎหมายถือว่ามีสภาพเป็นสาขาของธนาคารพาณิชย์ จึงอยู่ในข่ายต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน ในเรื่องวันและเวลาทำการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

2.3 ธนาคารพาณิชย์ต้องแยกสถานที่ทำการแลกเปลี่ยนเงินที่อยู่ในสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์และเปิดดำเนินการนอกเวลาทำการของธนาคารพาณิชย์ ออกเป็นสัดส่วนต่างหากจากสาขาทั่วไปโดยเด็ดขาด

2.4 สำนักงานแลกเปลี่ยนเงินที่จะจัดตั้งต้องประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับปัจจัยชำระเงินต่างประเทศ ดังต่อไปนี้

(1) ซื้อ ขาย หรือแลกเปลี่ยนธนบัตรต่างประเทศ ธนาคารบัตรต่างประเทศ
หรือสัญญาแปลต่างประเทศ

(2) ซื้อขายคราฟต์ หรือเช็คสำหรับการเดินทางที่พึงจ่ายเป็นเงินตราต่างประเทศ

(3) ถ่ายเงินตรา ธนบัตรต่างประเทศ เหรียญกษาปณ์ต่างประเทศ หรือเช็คสำหรับการเดินทางที่พึงจ่ายเป็นเงินตราต่างประเทศให้แก่บุคคลซึ่งถือบัตรเงินเชื่อของต่างประเทศ เพื่อตอบแทนการได้สิทธิที่จะเรียกเก็บเงินตราต่างประเทศจากบุคคลดังกล่าวตามบัตรเงินเชื่อนั้น

(4) ธุรกิจอื่น ๆ ตามที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย

2.5 ธนาคารพาณิชย์ต้องถือปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมการแลกเปลี่ยนเงิน พ.ศ. 2485 และปฏิบัติให้เป็นไปตามคำสั่ง และประกาศที่เกี่ยวข้องของกระทรวงการคลัง และธนาคารแห่งประเทศไทย ได้แก่ มาตรการควบคุมการแลกเปลี่ยนเงิน มาตรการป้องกันปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย (Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism :AML/CFT) และหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

2.6 ในการซื้อขายต้องใช้อัตราซื้อที่ไม่ต่ำกว่า และอัตราขายที่ไม่สูงกว่าอัตราซื้อขายของสำนักงานใหญ่ โดยจัดทำเป็นป้ายประกาศอัตราแลกเปลี่ยนไว้ในที่เปิดเผย

2.7 ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดให้มีป้ายชื่อแสดงข้อความ ดังต่อไปนี้

“ Currency Exchange Service
Bank

พร้อมทั้งประกาศวันและเวลาเปิดทำการไว้ในที่เปิดเผย ณ บริเวณสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินนั้น ๆ

2.8 ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ ชื่อหรือมีไว้ซึ่งอักษรโรมันเพื่อใช้เป็นสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินตามที่กล่าวได้ ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ต้องพิจารณามูลค่าเงินลงทุนที่ใช้ต่อสำนักงานให้เหมาะสมด้วย หรือในกรณีที่ใช้อักษรโรมันซึ่งเดิมใช้เป็นสถานที่สำหรับดำเนินธุรกิจหรือสำหรับพนักงานและลูกจ้างของธนาคารพาณิชย์ แต่ได้ย้ายระงับหรือยกเลิกการเปิดหรือปิดสำนักงานสาขา หรือเลิกใช้ประโยชน์ในสถานที่ดังกล่าวแล้ว หากธนาคารพาณิชย์จะใช้อักษรโรมันดังกล่าวเป็นสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินต่อไป ให้ธนาคารพาณิชย์คำนึงถึงความคุ้มค่าต่อธุรกิจให้เหมาะสมด้วย และต้องไม่มีเจตนาที่จะหลีกเลี่ยงการจำหน่ายอักษรโรมัน

2.9 ธนาคารพาณิชย์ที่ประสงค์จะใช้รถยนต์เป็นที่ทำการรับแลกเปลี่ยนเงินเป็นการถาวร จะต้องกำหนดจุดจอดรถยนต์ให้เป็นที่แน่นอน และจัดให้มีป้ายชื่อระบุชื่อสำนักงาน วันและเวลาเปิดทำการไว้ ณ บริเวณจุดจอดรถยนต์ที่เปิดให้บริการอย่างเปิดเผยและเห็นได้ชัด และต้องกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยทั้งของลูกค้านักและทรัพย์สินของธนาคารพาณิชย์เองอย่างเพียงพอ

3. ธุรกิจอื่น ๆ ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาต

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้สำนักงานแลกเปลี่ยนประกอบธุรกิจอื่น ๆ ได้ ดังต่อไปนี้

3.1 การให้บริการรับชำระหนี้ ทั้งของธนาคารพาณิชย์นั้นและของบุคคลใด ๆ โดยการรับชำระด้วยเงินสด หรือเช็ค ทั้งนี้ หากดำเนินการในฐานะเป็นตัวแทนเรียกเก็บหนี้ให้แก่บุคคลใด ๆ โดยมีคำตอบแทน ธนาคารพาณิชย์ต้องปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง การอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ให้บริการด้านงานสนับสนุนและบริการอื่น และที่แก้ไขเพิ่มเติมอย่างเคร่งครัด

3.2 การให้บริการรับฝากเงินเพิ่มในบัญชีเงินฝากที่เปิดไว้แล้ว ทั้งของธนาคารพาณิชย์นั้นและของสถาบันการเงินอื่น ทั้งนี้ หากดำเนินการในฐานะเป็นตัวแทนรับฝากเงิน ให้สถาบันการเงินอื่น ธนาคารพาณิชย์ต้องปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขเกี่ยวกับการใช้บริการจากบุคคลภายนอก (Outsourcing) ในการประกอบธุรกิจของสถาบันการเงิน และที่แก้ไขเพิ่มเติมอย่างเคร่งครัด

3.3 การให้บริการปรับรายการสมุดเงินฝากด้วยเครื่องอัตโนมัติ (Passbook Update)

3.4 การให้บริการรับส่งเอกสาร และข้อมูลด้านธุรกิจต่างประเทศระหว่างลูกค้าและส่วนงานต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์นั้น ๆ

3.5 การให้บริการ โอนเงินระหว่างประเทศ ทั้งที่ผ่านเครือข่ายของธนาคารพาณิชย์ และเครือข่ายอื่น ๆ

3.6 การให้บริการ โอนเงินภายในประเทศ โดยผู้โอนและผู้รับเงินปลายทางไม่จำเป็นต้องมีบัญชีกับธนาคารพาณิชย์นั้น ทั้งนี้ สำนักงานแลกเปลี่ยนเงินไม่สามารถให้บริการถอนเงินฝาก หักถอนบัญชี หรือโอนเงินจากบัญชีของลูกค้าได้ และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ การให้บริการ โอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และแนวปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยการให้บริการการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม อย่างเคร่งครัด

3.7 สำนักงานแลกเปลี่ยนเงินของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งได้รับอนุญาตให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถจำหน่ายและให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ธนาคารพาณิชย์นั้นเป็นผู้ออก รวมทั้งที่ธนาคารพาณิชย์อื่นซึ่งได้รับอนุญาตให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นผู้ออก ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การกำกับดูแล การให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money) และที่แก้ไขเพิ่มเติมอย่างเคร่งครัด

ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ต้องกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนเกี่ยวกับการให้บริการต่าง ๆ ของสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน รวมทั้งจัดให้มีระบบการควบคุมภายใน ระบบรักษาความปลอดภัยของทรัพย์สิน และระบบบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสมตามมาตรฐานการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ และต้องแจ้งขอบเขตและข้อจำกัดของการให้บริการที่สำนักงานแลกเปลี่ยนเงินให้ลูกค้าทราบด้วย

4. วันและเวลาทำการ

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเป็นการทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์เปิดทำการสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินได้ตามวันและเวลาที่ต้องการ และหยุดทำการเป็นการชั่วคราวมีกำหนดเวลาไม่เกิน 90 วันได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ต้องติดประกาศวันและเวลาทำการ หรือวันหยุดทำการไว้ในที่เปิดเผย ณ บริเวณสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินนั้น ๆ

5. การเลิกสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน

5.1 ธนาคารพาณิชย์ที่ประสงค์จะเลิกสำนักแลกเปลี่ยนเงินเป็นการถาวร ต้องแจ้งให้ธนาคารแห่งประเทศไทยทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนวันเลิกทำการ

5.2 ในการย้าย หรือเลิกสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินดังกล่าว ให้ธนาคารพาณิชย์ปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง หลักเกณฑ์การซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นสถานที่สำหรับประกอบธุรกิจ หรือสำหรับพนักงานและลูกจ้างของธนาคารพาณิชย์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

ธนาคาร.....จำกัด (มหาชน)

รายงานสรุปจำนวนสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน
สำหรับไตรมาส สิ้นสุดวันที่.....

จำนวนสำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน	ในสำนักงาน	นอกสำนักงาน	รถยนต์เคลื่อนที่	รวม
ยอดยกมา				
จัดตั้งในระหว่างไตรมาส				
เลิกในระหว่างไตรมาส				
ยอดยกไป				

- หมายเหตุ :**
1. รายงานเฉพาะสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินที่จัดตั้ง / หรือเลิก ไม่รวมจำนวนสำนักงาน
ที่หยุดทำการชั่วคราว
 2. ไตรมาสใดไม่มีการเปลี่ยนแปลงให้ระบุว่า “ไม่มีการเปลี่ยนแปลง”



ธนาคาร.....จำกัด (มหาชน)
 รายงานสรุปการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาทำการสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์
 สำหรับไตรมาส สิ้นสุดวันที่.....

ลำดับที่	รหัสสาขา	สาขาทั่วไป (ระบุชื่อสาขา)	จังหวัด	วันและเวลาทำการ		วันที่เริ่ม เปลี่ยนแปลง
				เดิม	ใหม่	

- หมายเหตุ :** 1. รายงานเฉพาะสาขาทั่วไปที่เปิดดำเนินการแล้วและเปลี่ยนแปลงวันและเวลาทำการ
 ในงวดที่รายงาน
 2. ไตรมาสใดไม่มีการเปลี่ยนแปลงให้ระบุว่า "ไม่มีการเปลี่ยนแปลง"

หลักเกณฑ์และขอบเขตการประกอบการนอกสถานที่ของธนาคารพาณิชย์

1. หลักเกณฑ์ทั่วไปของการประกอบการนอกสถานที่

ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตทั่วไปให้ธนาคารพาณิชย์ประกอบการนอกสถานที่ทั้งในเวลาทำการ และนอกเวลาทำการ ภายใต้ขอบเขตการให้บริการและเงื่อนไขที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ได้โดยไม่ต้องขออนุญาตอีก โดยมีหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- 1.1 การประกอบการนอกสถานที่ของธนาคารพาณิชย์ ต้องไม่มีลักษณะเป็นการหลีกเลี่ยงการขออนุญาตจัดตั้งสาขา
- 1.2 ธนาคารพาณิชย์สามารถทำธุรกรรมได้ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตเท่านั้น ในกรณีที่ธนาคารพาณิชย์ประสงค์จะทำธุรกรรมอื่นนอกเหนือจากที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาต ธนาคารพาณิชย์ต้องขออนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายกรณี

2 ขอบเขตการให้บริการ

2.1 สถานที่ให้บริการ ได้แก่

- (1) สถานที่จัดงานกิจกรรมทั่วไป เช่น งานประชุม งานนิทรรศการ งานแสดงสินค้า งานแสดงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางการเงิน งานสาธารณกุศล มหกรรมกีฬา งานเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น
- (2) สถานที่เฉพาะเจาะจง เช่น ส่วนราชการ องค์การของรัฐ รัฐวิสาหกิจ สถาบันการศึกษา สถาบันทางศาสนา เรือเดินสมุทร บริษัท โรงงาน ห้างหุ้นส่วน และนิติบุคคลอื่น ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ ในการดำเนินการจะต้องมีสถานที่หรือศูนย์ติดต่อกับธนาคารพาณิชย์เป็นการเฉพาะ

2.2 กลุ่มลูกค้า ได้แก่

- (1) บุคคลทั่วไป ที่เข้าร่วมกิจกรรมตาม ข้อ 2.1 (1)
- (2) หน่วยงาน รวมถึงบุคคลตามข้อ 2.1 (2) เช่น ข้าราชการ พนักงาน เป็นต้น
- (3) บุคคลทั่วไปที่เข้ามาติดหน่วยงานตามข้อ 2.1 (2)
- (4) บุคคลซึ่งได้แจ้งความจำนงกับธนาคารพาณิชย์ไว้ล่วงหน้า
- (5) นิติบุคคลรายใดรายหนึ่งเป็นการเฉพาะ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซึ่งไม่รวมถึงบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

2.3 ธุรกรรมที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาต ได้แก่

- (1) การเปิดบัญชีเงินฝาก การรับฝากเงิน การถอนเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารปี10-งป10001-25510803 ใช้

- (2) การรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
- (3) การรับชำระสินเชื่อ ค่าใช้จ่ายตามบัตรเครดิต ค่าสินค้าและบริการ และค่าสาธารณูปโภค
- (4) การรับชำระค่าลงทะเบียนเรียน
- (5) การจ่ายเงินเดือนบุคคลในหน่วยงานนั้น ๆ
- (6) การรับซื้อลดเช็คค่าอ้อย
- (7) การบริการรับเงินสดเพื่อนำเข้าฝากในบัญชีที่เปิดไว้แล้ว เช่น รับเงินค่าจองซื้อหุ้น รับเงินฝากจากห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
- (8) การให้บริการธนาคารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Banking)
- (9) การจำหน่ายตราสารหนี้ในงานที่ให้ความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน เช่น งานมหกรรมตราสารหนี้เพื่อประชาชน เป็นต้น
- (10) ธุรกิจอื่นตามที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย

2.4 กรอบเวลาการให้บริการ

- (1) สำหรับกลุ่มลูกค้าตามข้อ 2.2 (1) เป็นการให้บริการชั่วคราวครั้งละไม่เกิน 30 วัน
- (2) สำหรับกลุ่มลูกค้าตามข้อ 2.2 (2) (3) (4) และ (5) เป็นการให้บริการชั่วคราวครั้งละไม่เกิน 30 วัน หรือเป็นการให้บริการในช่วงระยะเวลาที่แน่นอนเป็นประจำ แล้วแต่กรณี

2.5 วันที่ทำรายการ (Transaction Date)

- (1) การรับฝากเงิน การรับชำระสินเชื่อ ค่าใช้จ่ายตามบัตรเครดิต ค่าสินค้าและบริการ ค่าสาธารณูปโภค และการรับชำระค่าลงทะเบียนเรียน
 - (1.1) กรณีเงินสด หรือบัตรเครดิตให้มีผลตั้งแต่ธนาคารพาณิชย์ได้รับเงิน และได้ออกหลักฐานใบรับเงินให้ลูกค้า โดยธนาคารพาณิชย์ ต้องออกไปรับเงินให้ลูกค้า ณ สถานที่รับเงิน
 - (1.2) สำหรับกรณีเช็ค ให้มีผลตั้งแต่เช็คนั้นสามารถเรียกเก็บเงินได้ครบถ้วน
- (2) การถอนเงินให้มีผลตั้งแต่ลูกค้าได้รับเงินจากธนาคารพาณิชย์

3 เงื่อนไขในการประกอบการนอกสถานที่

ในการประกอบการนอกสถานที่ ธนาคารพาณิชย์ต้องดำเนินการ ดังนี้

- 3.1 ธนาคารพาณิชย์ต้องกำหนดสถานที่ เวลา และควมถี่ในการให้บริการ รวมทั้งแจ้งชื่อสาขาทั่วไปหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลการประกอบการนอกสถานที่ในคราวนั้น ๆ พร้อมช่องทางในการติดต่อ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้หากมีข้อผิดพลาดหรือมีข้อร้องเรียน

3.2 ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดให้มีระบบการควบคุมภายใน และมาตรการรักษาความปลอดภัย ทั้งในส่วนของธนาคารพาณิชย์เอง และสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

3.3 ธนาคารพาณิชย์ต้องปฏิบัติตามประกาศ และหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมที่ธนาคารพาณิชย์ให้บริการนอกสถานที่ เช่น ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง การกำหนดให้สถาบันการเงินปฏิบัติในเรื่องการรับฝากเงินหรือรับเงินจากประชาชน และที่แก้ไขเพิ่มเติม แนวปฏิบัติ เรื่อง มาตรการป้องกันปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย (Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism : AML/CFT) ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง การอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ให้บริการการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด



หลักเกณฑ์การเลิกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์

1. หลักเกณฑ์การเลิกสาขาทั่วไป

ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดหลักเกณฑ์ในการเลิกสาขาทั่วไปของธนาคารพาณิชย์ ดังนี้

1.1 ธนาคารพาณิชย์ที่ประสงค์จะเลิกสาขาทั่วไป ให้ธนาคารพาณิชย์ยื่นขออนุญาตต่อธนาคารแห่งประเทศไทย พร้อมเสนอแผนการเลิกสาขาทั่วไปล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วันก่อนวันเลิกทำการ และแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันเลิกทำการ หากไม่ได้รับการทักท้วงจากธนาคารแห่งประเทศไทยภายใน 30 วันนับจากวันที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้รับคำขอและเอกสารประกอบการพิจารณาครบถ้วน ให้ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการตามแผนการเลิกสาขาทั่วไปนั้นได้

1.2 ในกรณีการเลิกสาขาทั่วไปแห่งสุดท้ายในอำเภอหรือกิ่งอำเภอที่ไม่มีบริการทางการเงินอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ เปิดให้บริการอยู่แล้วในช่วงที่ขออนุญาต

(1) สาขาหรือสาขาย่อยของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารพาณิชย์อื่น

(2) บริการทางการเงินทดแทนของธนาคารพาณิชย์อื่น

ให้ถือปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในข้อ 1.1 พร้อมทั้งเสนอขอกองการให้บริการทางการเงินทดแทนด้วย

2. แผนการเลิกสาขาทั่วไป

2.1 แผนการเลิกสาขาทั่วไป อย่างน้อยต้องมีสาระสำคัญ ดังนี้

(1) วันเลิกทำการสาขาทั่วไป

(2) เหตุผลการขออนุญาตเลิกสาขา ซึ่งหากเป็นกรณีขาดทุนจากการดำเนินการ ให้ธนาคารพาณิชย์แสดงงบกำไรขาดทุนของสาขาทั่วไปนั้นล่าสุดย้อนหลัง 3 ปี

(3) แผนที่แสดงที่ตั้งสถาบันการเงินที่เหลืออยู่ในอำเภอ หรือกิ่งอำเภอนั้น พร้อมระยะทางระหว่างสาขาทั่วไปที่ขออนุญาตเลิกกับสถาบันการเงินที่เหลืออยู่

(4) แผนการดำเนินการโอนบัญชีเงินให้สินเชื่อ และบัญชีเงินฝากไปยังสาขาที่ใกล้เคียงที่สุด หรือสาขาอื่นที่ลูกค้าเลือก และชดเชยความเสี่ยงภัยแก่ลูกค้าเงินฝาก

(5) แนวทางการชี้แจงและทำความเข้าใจกับลูกค้าและประชาชนในพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารปี 10๐๐1-25510803 ใช้

(6) ข้อมูลอื่นๆ ตามที่ ธนาคารแห่งประเทศไทย จะร้องขอ

2.2 ในการเลิกสาขาทั่วไปกรณีสาขาแห่งสุดท้าย แผนการเลิกสาขาทั่วไปจะต้องมีช่องทางให้บริการทางการเงินทดแทน โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติมอย่างน้อย ดังนี้

(1) รูปแบบช่องทางให้บริการทางการเงินทดแทน ระยะเวลาการให้บริการ และประเภทบริการทางการเงิน

(2) วันเริ่มดำเนินการช่องทางให้บริการทางการเงินทดแทน

(3) จำนวนพนักงานที่ให้บริการ

(4) เงินลงทุนที่เกี่ยวข้อง

(5) การควบคุมภายในที่เกี่ยวข้อง เช่น การลงบัญชี การควบคุมเงินสดและเอกสารสำคัญอื่น ๆ การรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน สาขาทั่วไปที่รับผิดชอบดูแล วิธีการนำข้อมูลเข้าระบบ หลักฐานการทำธุรกรรมที่ออกให้ประชาชน เป็นต้น

3. ช่องทางการเงินทดแทน

3.1 ช่องทางการให้บริการทางการเงินทดแทนจะต้องมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

(1) ให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปโดยครอบคลุมพื้นที่ที่มีการเลิกสาขาทั่วไปดังกล่าวเป็นอย่างน้อย

(2) ให้บริการรับฝากเงิน ถอนเงิน และ โอนเงิน เป็นอย่างน้อย

(3) เปิดให้บริการแก่ประชาชนอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 วัน โดยระยะเวลาให้บริการที่แน่นอน และเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

3.2 ช่องทางการให้บริการทางการเงินทดแทนที่สามารถกระทำได้ เช่น

(1) การแต่งตั้งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นตัวแทนรับฝากและถอนเงิน

(2) การติดตั้งเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการฝากและถอนเงิน

(3) การเปิดบริการรถเคลื่อนที่ หรือเคาเตอร์บริการนอกสถานที่

4. การดูแลลูกค้าในการเลิกสาขาทั่วไป

ในการเลิกสาขาทั่วไปไม่ว่ากรณีใดๆ ธนาคารพาณิชย์ต้องดำเนินการ โอนบัญชีเงินให้สินเชื่อ บัญชีเงินฝาก และชดเชยความเสียหายแก่ลูกค้าเงินฝาก ดังนี้

4.1 กรณีลูกค้าเงินให้สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ที่เลิกสาขาต้องดำเนินการ โอนลูกหนี้ให้ไปรับบริการจากสาขาที่ใกล้ที่สุดหรือสาขาอื่นที่ลูกค้าเลือกโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในการนี้

4.2 กรณีลูกค้าเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หากลูกค้าต้องการโอนเงินฝากไปฝากต่อที่ธนาคารพาณิชย์อื่นซึ่งลูกค้าเป็นผู้เลือก ธนาคารพาณิชย์ที่เลิกสาขาทั่วไปต้องดำเนินการให้เป็นไปตามความประสงค์ของลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในการนี้

4.3 ธนาคารพาณิชย์ต้องจ่ายดอกเบี้ยเงินฝากตามระยะเวลาที่ฝากจริงและชดเชยความเสียหายแก่ลูกค้าเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลา เมื่อการเลิกสาขาทั่วไปเป็นเหตุให้ลูกค้าต้องโอนเงิน หรือโอนเงินฝากไปฝากต่อที่ธนาคารพาณิชย์อื่นก่อนครบกำหนด โดยให้ดำเนินการดังนี้

(1) กรณีที่ผู้ฝากโอนเงินฝากโดยไม่ได้ฝากต่อ ให้ธนาคารพาณิชย์จ่ายดอกเบี้ยเงินฝากให้แก่ลูกค้าตามระยะเวลาที่ฝากจริง และหากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประเภทเดียวกันของธนาคารพาณิชย์อื่นที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงมีอัตราต่ำกว่าอัตราที่ควรจะได้หากฝากต่อจนครบกำหนด ให้ธนาคารพาณิชย์ที่เลิกสาขาทั่วไปชดเชยดอกเบี้ยที่ขาดให้แก่ลูกค้าเสมือนหนึ่งลูกค้าฝากเงินจนครบกำหนด

(2) กรณีที่ผู้ฝากโอนเงินฝากไปฝากต่อที่ธนาคารพาณิชย์อื่น ให้ธนาคารพาณิชย์จ่ายดอกเบี้ยเงินฝากให้แก่ลูกค้าตามระยะเวลาที่ฝากจริง และหากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประเภทเดียวกันของธนาคารพาณิชย์อื่นที่ลูกค้านำเงินไปฝากต่อมีอัตราต่ำกว่าอัตราที่ควรจะได้หากฝากต่อจนครบกำหนด ให้ธนาคารพาณิชย์ที่เลิกสาขาทั่วไปชดเชยดอกเบี้ยที่ขาดให้แก่ลูกค้าเสมือนหนึ่งลูกค้าฝากเงินจนครบกำหนด

ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์จะต้องแจ้งหลักเกณฑ์การชดเชยความเสียหายแก่ลูกค้าเงินฝากให้ลูกค้าทราบโดยละเอียด

5. เงื่อนไขในการเลิกสาขาทั่วไป

ในการเลิกสาขาทั่วไป ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ดำเนินการ ดังนี้

5.1 ธนาคารพาณิชย์ต้องแจ้งวันเลิกทำการ และวันเริ่มดำเนินการช่องทางการให้บริการทางการเงินทดแทน (แล้วแต่กรณี) ให้ธนาคารแห่งประเทศไทย ลูกค้า และประชาชนในพื้นที่ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน

5.2 โดยที่การเลิกสาขาทั่วไปจะช่วยให้ธนาคารพาณิชย์สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการลงได้ ธนาคารพาณิชย์จึงควรส่งผ่านผลประโยชน์บางส่วนให้กับลูกค้าหรือประชาชนในพื้นที่ด้วย เช่น ช่วยเหลือการพัฒนาหรือเงินทุนสนับสนุนองค์กรการเงินชุมชน เป็นต้น

5.3 ธนาคารพาณิชย์ต้องให้บริการผ่านช่องทาง การให้บริการทางการเงินทดแทน ตามที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย การหยุดหรือเปลี่ยนแปลงการดำเนินการจะต้อง ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยก่อน แต่หากเป็นการหยุดหรือเปลี่ยนแปลงการให้บริการ การชั่วคราว เนื่องจากกรณีฉุกเฉินหรือมีเหตุสุดวิสัย ธนาคารพาณิชย์สามารถดำเนินการได้ โดยการ หยุดทำการดังกล่าวต้องมีกำหนดเวลาไม่เกิน 15 วัน และธนาคารพาณิชย์ต้องตีประกาศให้ลูกค้า และประชาชนทราบ ณ สถานที่ที่เปิดให้บริการ พร้อมแจ้งธนาคารแห่งประเทศไทยทราบทันที ที่ ดำเนินการ

5.4 ในการย้าย หรือเลิกสาขาทั่วไป ธนาคารพาณิชย์จะต้องปฏิบัติตามประกาศ ธนาคารแห่งประเทศไทย หลักเกณฑ์การซื้อหรือมีไว้ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นสถานที่สำหรับ ประกอบธุรกิจ หรือสำหรับพนักงานและลูกจ้างของธนาคารพาณิชย์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และ หลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด



ตัวอย่างการคำนวณการจ่ายชดเชยความเสียหายแก่ลูกค้าเงินฝาก

ประเภทจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลา

1. กรณีที่ผู้ฝากถอนเงินฝากโดยไม่ได้ฝากต่อที่ใด ให้ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์อื่นที่ใกล้ที่สุด ซึ่งเป็นประเภทเดียวกันกับเงินฝากประจำเดิมในการคำนวณ

ตัวอย่าง

เงินฝากประจำ 3 เดือน จำนวน 10,000 บาท ฝากที่ธนาคารพาณิชย์ที่จะปิดสาขาได้ดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 4 ต่อปี เมื่อฝากมาได้ 1 เดือน มีการปิดสาขา จึงต้องถอนเงิน และไม่ฝากต่อที่ใด ขณะนั้นอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือนของธนาคารพาณิชย์ที่ใกล้ที่สุด คือ ร้อยละ 2 ต่อปี ธนาคารพาณิชย์ที่จะปิดสาขาต้องจ่ายเงินให้ลูกค้า 10,066.66 บาท ซึ่งประกอบด้วย

- 1) เงินต้นจำนวน 10,000 บาท
- 2) ดอกเบี้ยเงินฝากตามระยะเวลาที่ฝากจริง $(10,000 \times 4\% \times 1/12) = 33.33$ บาท
- 3) จ่ายชดเชยดอกเบี้ยเสมือนหนึ่งฝากจนครบกำหนด $(10,000 \times (4\% - 2\%) \times 2/12) = 33.33$ บาท

2. กรณีที่ผู้ฝากโอนเงินฝากไปฝากต่อที่ธนาคารพาณิชย์อื่น ไม่ว่าจะประเภทประจำหรือออมทรัพย์ ให้ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ใหม่ ซึ่งเป็นประเภทเดียวกันกับเงินฝากประจำเดิมในการคำนวณ

ตัวอย่าง

เงินฝากประจำ 3 เดือน จำนวน 10,000 บาท ฝากที่ธนาคารพาณิชย์ที่จะปิดสาขาได้ดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 4 ต่อปี เมื่อฝากมาได้ 1 เดือน มีการปิดสาขา จึงโอนเงินไปฝากที่ธนาคารพาณิชย์อื่น โดยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน ของธนาคารพาณิชย์ใหม่ในขณะนั้น คือ ร้อยละ 3 ต่อปี ธนาคารพาณิชย์ที่จะปิดสาขาต้อง โอนเงินไปธนาคารพาณิชย์ใหม่เป็นจำนวน 10,050 บาท ซึ่งประกอบด้วย

- 1) เงินต้นจำนวน 10,000 บาท
- 2) ดอกเบี้ยเงินฝากตามระยะเวลาที่ฝากจริง $(10,000 \times 4\% \times 1/12) = 33.33$ บาท
- 3) จ่ายชดเชยดอกเบี้ยเสมือนหนึ่งฝากจนครบกำหนด $(10,000 \times (4\% - 3\%) \times 2/12) = 16.67$ บาท

ทั้งนี้ กรณีที่เป็นช่วงอัตราดอกเบี้ยขาขึ้น และลูกค้าเงินฝากได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากใหม่ที่สูงขึ้น หรืออัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำประเภทเดียวกันของธนาคารพาณิชย์อื่นที่ใกล้ที่สุดสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเดิมจำนวนเงินที่ธนาคารพาณิชย์ที่จะปิดสาขาต้องจ่าย คือ เงินต้น และดอกเบี้ยเงินฝากตามระยะเวลาที่ฝากจริงก่อน โอนเงินฝากไปยังธนาคารพาณิชย์อื่น (หรือวันปิดสาขาแล้วแต่กรณี)