

บทที่ 3

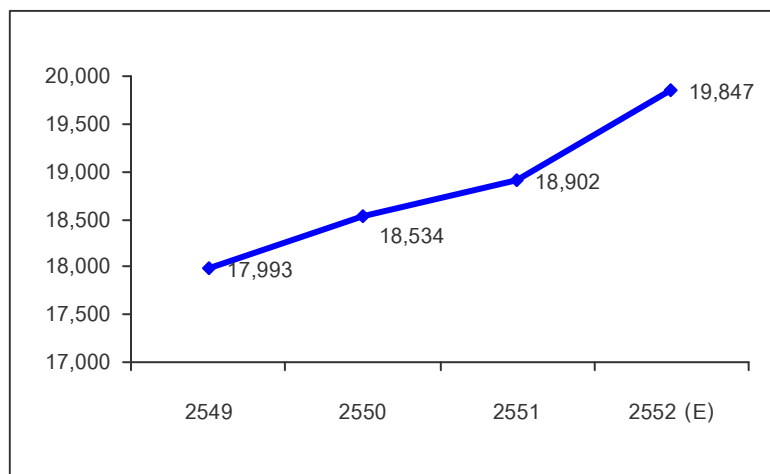
การวิเคราะห์โอกาสทางการแข่งขันของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

3.1 ภาพรวมของสถานบริการน้ำมันในประเทศไทย

โดยภาพรวมธุรกิจสถานบริการน้ำมันในประเทศไทยนั้น มีศักยภาพที่เติบโตในอนาคต พิจารณาจากข้อมูลของกระทรวงพลังงาน พบว่าจำนวนสถานบริการน้ำมันในประเทศไทย นั้นมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี 2551 พบว่าปริมาณน้ำมันเพิ่มขึ้นเป็น 18,902 สถานี แสดงให้เห็นว่าการที่จำนวนสถานีน้ำมันเพิ่มขึ้น คาดการณ์ว่าในปี 2552 จะมีจำนวนสถานบริการน้ำมันทั่วประเทศ เพิ่มขึ้นเป็น 19,847 สถานี เติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 5 จาก ปี 2551 ซึ่งเป็นสัญญาณบ่งบอกถึงทิศทางการเติบโตของธุรกิจสถานบริการน้ำมัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชากรในประเทศไทยมีการใช้น้ำมันในปริมาณเพิ่มขึ้น

ภาพที่ 3.1

ภาพรวมของจำนวนสถานบริการน้ำมันในประเทศไทย ในปี 2549 – 2552

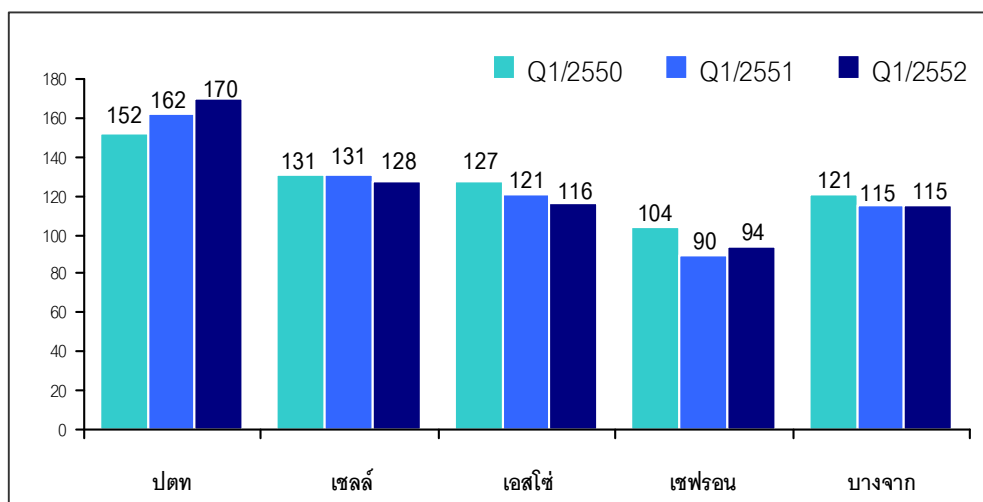


ที่มา: ข้อมูลกระทรวงพลังงาน <http://www.energy.go.th>

3.2 การวิเคราะห์จำนวนสถานีสาน้ำบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 3.2

การเปรียบเทียบจำนวนสถานีสาน้ำบริการน้ำมันของผู้จำหน่ายแต่ละรายในประเทศไทย
ระหว่างปี 2549 – 2552 รายไตรมาส



ที่มา: ข้อมูลกระทรวงพลังงาน <http://www.energy.go.th>

จากข้อมูลการเปรียบเทียบจำนวนสถานีสาน้ำบริการน้ำมันของผู้จำหน่ายรายใหญ่ในประเทศไทย (5 อันดับแรกของประเทศไทยที่มียอดขายสูงสุด) รายไตรมาสของกระทรวงพลังงาน พบว่าสถานีสาน้ำบริการน้ำมัน ปตท. นั้นมีการเพิ่มจำนวนสถานีสาน้ำบริการ 170 สถานี เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2550 ร้อยละ 4.93 ในทางกลับกันผู้จำหน่ายน้ำมันรายอื่นๆ ได้มีการปรับลดจำนวนสถานีสาน้ำบริการลง ซึ่งอาจเกิดจากผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจ ส่งผลให้ผลประกอบการบางแห่งไม่เป็นไปตามเป้าหมายจึงทำให้ต้องปิดการให้บริการ ในขณะที่ของ ปตท. กลับมีการเพิ่มจำนวนสถานีสาน้ำบริการน้ำมัน แสดงให้เห็นว่าสถานีสาน้ำบริการน้ำมัน ปตท. มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นในอนาคต รวมถึงการมีแผนงานที่จะดำเนินการขยายจำนวนสถานีสาน้ำบริการให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครมากขึ้น

ตารางที่ 3.1

จำนวนสถานบริการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ไตรมาส 1 /2552

จำนวนสถานบริการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ไตรมาส 1/2552											
จังหวัด	แยกตามรายภาคและผู้ค้า										
	รวม	ปตท	เชลล์	เอสโซ่	เชฟรอน	บางจาก	ซัสโก้	ปิโตรนาส	ภาคใต้	ปิกนิก	อิสระ
กทม.	891	170	128	116	94	115	21	51	6	43	147
จังหวัดรอบนอก	632	101	49	66	46	66	11	17	9	30	237
กลาง	1,156	89	32	34	20	77	7	8	13	10	866
เหนือตอนบน	1,601	117	46	48	19	116	18	9	29	5	1,194
เหนือตอนล่าง	2,772	87	45	40	34	112	13	7	10	1	2,423
อีสานตอนบน	2,922	122	42	27	46	166	21	1	35	5	2,457
อีสานตอนล่าง	3,450	121	45	47	30	142	12	1	25	6	3,020
ตะวันออก	1,539	164	73	46	50	105	10	8	17	8	1,057
ตะวันตก	1,764	159	48	68	32	86	4	8	35	9	1,315
ใต้บน	1,258	109	43	31	25	48	22	-	18	-	962
ใต้ล่าง	872	64	31	20	22	35	22	-	16	3	659
รวม	18,857	1,303	582	543	418	1,068	161	110	213	120	14,337
หมายเหตุ ที่มาของจำนวนสถานบริการ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2552											
ส่วนการอนุญาตและทะเบียนผู้ค้าน้ำมัน สำนักบริการธุรกิจและการสำรองน้ำมันเชื้อเพลิง											

ที่มา: ส่วนการอนุญาตและทะเบียนผู้ค้าน้ำมัน สำนักบริการธุรกิจ และการสำรองน้ำมันเชื้อเพลิง

จากข้อมูลในตารางที่ 3.1 แสดงให้เห็นว่าสถานบริการน้ำมัน ปตท.นั้นมีจำนวนสถานบริการมากที่สุด โดยในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนสถานบริการน้ำมัน 170 แห่ง มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 19.07 ของจำนวนสถานบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถวิเคราะห์ได้ว่า จำนวนสถานบริการน้ำมันของ ปตท. นั้นครอบคลุมพื้นที่ของกรุงเทพมหานครได้มากกว่าผู้จำหน่ายน้ำมันพลังงานเชื้อเพลิงรายอื่นๆ

3.3 การวิเคราะห์ปริมาณยอดขายน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานีบริการน้ำมัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3.2

การเปรียบเทียบปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ระหว่างปี 2547-2551

หน่วย: ล้านลิตร

ลำดับ	ผู้ค้าน้ำมัน	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551
1	ปตท	30,523.96	32,274.96	31,239.34	31,208.42	30,861.23
2	เชลล์	11,164.79	10,156.08	9,692.59	10,150.04	9,467.50
3	เอสโซ่	10,987.25	10,444.29	10,491.59	10,637.07	10,052.69
4	คาลส์เท็กซ์	7,514.42	8,499.55	8,680.57	9,602.94	9,651.56
5	บางจาก	6,457.57	6,120.35	5,924.48	6,023.96	6,183.63
	รายอื่นๆ	19,418.43	19,439.80	19,320.89	17,883.26	16,348.48
	รวมทั้งสิ้น	86,066.43	86,935.03	85,349.46	85,505.69	82,565.09

ที่มา: ส่วนการอนุญาตและทะเบียนผู้ค้าน้ำมัน สำนักบริการธุรกิจ และการสำรวจน้ำมันเชื้อเพลิง

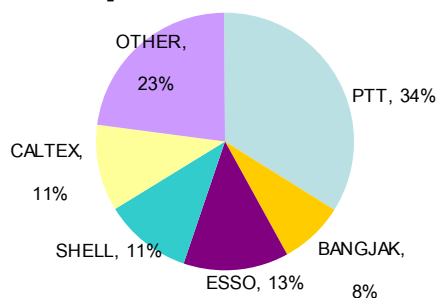
3.4 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน

สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีปริมาณยอดขายน้ำมันมากที่สุดในประเทศไทย

(Market Leader) โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 34 ของปริมาณยอดขายน้ำมันในปี 2551

ภาพที่ 3.3

ส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ให้บริการสถานีน้ำมัน ในประเทศไทย ปี 2551



ที่มา: ข้อมูลกระทรวงพลังงาน <http://www.energy.go.th>

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลสนับสนุนด้านปริมาณรถยนต์จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3.3

ข้อมูลสถิติการจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ ปี 2548 - 2552

ประเภทรถ	2548	2549	2550	2551	2552 [E]
รวมทั้งหมด	733,884	738,967	684,366	695,234	625,764
ก. รวมรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์	723,471	727,270	672,743	681,848	616,665
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	188,936	179,206	175,122	190,057	204,210
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	9,931	10,747	14,213	13,409	11,055
รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล	111,677	102,439	92,533	82,579	72,036
รถยนต์สามล้อส่วนบุคคล	68	37	46	45	36
รถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน	11,848	12,021	10,338	10,804	13,659
รถยนต์สี่ล้อเล็กรับจ้าง	11	25	343	1,061	129
รถยนต์รับจ้างสามล้อ	-	307	1,332	32	27
รถยนต์บริการธุรกิจ	258	326	211	195	36
รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล	399,845	419,992	365,218	370,340	310,440
รถแทรกเตอร์	611	858	12,123	11,890	3,408
รถบดถนน	186	115	92	125	144
รถพ่วง	66	78	64	140	336
รถจักรยานยนต์สาธารณะ	-	1,119	1,072	1,151	1,140
ข. รวมรถตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก	10,413	11,697	11,623	13,386	9,099
รวมรถโดยสาร	1,216	2,972	3,244	4,197	2,922
แยกเป็น - ประจำทาง	598	1,782	1,354	2,417	2,082
- ไม่ประจำทาง	449	959	1,752	1,361	702
- ส่วนบุคคล	169	231	138	419	138
รวมรถบรรทุก	9,197	8,725	8,379	9,189	6,177
แยกเป็น - ไม่ประจำทาง	4,001	3,590	4,426	4,684	3,300
- ส่วนบุคคล	5,196	5,135	3,953	4,505	2,877

ที่มา: ฝ่ายสถิติ กลุ่มวิชาการและวางแผน สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก กรมขนส่งทางบก

จากข้อมูลสถิติของกรมขนส่งทางบกเกี่ยวกับจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก พบว่าในปีงบประมาณ 2551 มีจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์โดยรวมในปี 2551 จำนวน 681,848 คัน เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ร้อยละ 1.35 โดยแบ่งออกเป็นประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7 คน ทั้งสิ้น 190, 057 คัน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปีงบประมาณ 2550 ปรากฏว่าเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อน 14,935 คัน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบกประเภทรถบรรทุก มีจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ทั้งสิ้น 9,189 คัน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปีงบประมาณ 2550 พบว่าจำนวนเพิ่มขึ้น 810 คัน คิดเป็นร้อยละ 9.6 จะเห็นได้ว่าทิศทางการเติบโตของธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน นั้นมีแนวโน้มที่จะเติบโตในอนาคต โดยวิเคราะห์จากข้อมูลข้างต้น พบว่าการที่ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันต่างมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันมากขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและในเขตภูมิภาคมากขึ้น ทำให้เราสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า การใช้น้ำมันของประชากรเพิ่มขึ้น โดยพิจารณาจากข้อมูลของกรมขนส่งทางบกจะเห็นได้ว่า จำนวนรถยนต์จดทะเบียน ประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี แสดงว่าหากจำนวนรถยนต์เพิ่ม จะทำให้การบริโภคน้ำมันเพิ่มขึ้น และกลุ่มเป้าหมาย จะมาใช้บริการที่สถานีบริการมากขึ้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นว่าทำไมธนาคารกรุงศรีอยุธยา ถึงได้เลือกที่จะขยายสาขาย่อยในสถานีบริการน้ำมัน แทนการเลือกในห้างสรรพสินค้า เหมือนเช่นธนาคารพาณิชย์อื่นๆ เพราะเมื่อลูกค้ามาใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ก็สามารถแวะทำธุรกรรมทางการเงินได้ทันที โดยไม่ต้องเสียเวลาซึ่งการตั้งสาขาย่อยในสถานีบริการน้ำมันจะเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเติมน้ำมันนั้นเป็นลูกค้าที่มีกำลังทรัพย์ โดยพิจารณาจากการมีรถยนต์ขับ ซึ่งในมุมมองของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ถือว่าลูกค้าในกลุ่มนี้ค่อนข้างมีศักยภาพของธนาคาร จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมธนาคารกรุงศรีอยุธยาจึงได้เลือกที่จะขยายสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

3.6 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

3.6.1 รูปแบบการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. PTT Park

PTT Park แนวคิดรูปแบบของสถานีบริการน้ำมันรูปแบบใหม่ของ ปตท. เรียกว่า “พรีเมียม (Premium)” บริเวณกว้างขวางที่จอดรถสะดวกสบาย ภายใต้แนวคิด “Pump in the Park” เน้นการอำนวยความสะดวก และช่วยประหยัดเวลาของผู้ใช้บริการแบบครบวงจร (One

Stop Service) ซึ่งรูปแบบการให้บริการแบบนี้ของ ปตท. ประกอบไปด้วยการบริการด้านเชื้อเพลิงครบทุกประเภท, ร้านสะดวกซื้อ 7-eleven, ร้านจำหน่ายอาหาร เช่น แมคโดนัลด์ เอแอนด์ดับบลิว, ร้านกาแฟอะเมซอน (Cafe Amazon) และการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

รายละเอียดของธุรกิจเสริมในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. (PTT Park)

ตารางที่ 3.4

ข้อมูลจำนวนธุรกิจเสริมและร้านค้าต่างๆ ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เขตกรุงเทพมหานคร ปี2552

ธุรกิจเสริมในสถานีบริการน้ำมันปตท.	จำนวน (แห่ง)
 ร้านสะดวกซื้อ 7-eleven	717
 ร้านกาแฟ อะเมซอน	282
 ร้านยานยนต์และเปลี่ยนล้อ	47
 ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	103
 ร้านค้าอื่นๆ	76
 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (สาขาย่อย) Auto Lobby / ATM	36 8 / 77

ที่มา: หนังสือนิตยสาร Marketee ฉบับเดือนมีนาคม 2552

3.6.2 รูปแบบของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.

โดยเฉพาะการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ถือเป็นจุดแตกต่างที่สำคัญ ที่เหนือกว่าธนาคารพาณิชย์อื่นๆ เนื่องจากธนาคารกรุงศรีอยุธยา ได้กำหนดลักษณะการให้บริการของสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. นั้นสามารถให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินได้เช่นเดียวกับสาขาในห้างสรรพสินค้า อาทิเช่นการ ฝากเงิน, โอนเงิน, ถอนเงิน, ชำระค่าสินค้าและบริการ, การเปิดบัญชี และการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ปัจจุบันธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีจำนวนสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. มากถึง 36 สาขา ทั่วประเทศ โดยจะมีรูปแบบของสาขาในการให้บริการทั้งหมด 4 รูปแบบได้แก่ รูปแบบสาขาและมีบริการ Drive Thru คือการขับรถเข้าไปจอดเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินโดยไม่ต้องลงจากรถ ซึ่งเป็นธนาคารเดียวที่มีการให้บริการแบบนี้ ซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างรายได้และผลประกอบการให้กับธนาคารกรุงศรีอยุธยา โดยมีจำนวน 4 แห่ง และแบบสาขาย่อยที่ไม่มีบริการ Drive Thru จำนวน 32 แห่ง นอกเหนือจากนี้แล้วธนาคารกรุงศรีอยุธยามีการให้บริการในรูปแบบ Auto Lobby อีกจำนวน 7 สถานีบริการน้ำมัน และให้บริการในรูปแบบ ATM จำนวน 135 เครื่องในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ทั่วประเทศ

ภาพที่ 3.4

รูปแบบของการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.



ที่มา: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

1. รูปแบบสาขาย่อยและมีบริการ Drive Thru มีจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ สาขาปตท. วิทยาดิรั้งสิต(ขาเข้า), สาขาปตท. รามอินทรา กม. 11, สาขาปตท. ถนนพุทธมณฑล สาย4, สาขาปตท. ทางด่วนบางนา (ขาเข้า)

2. รูปแบบสาขาย่อย แต่ไม่มีบริการ Drive thru จำนวน 32 แห่ง ได้แก่ สาขาปตท. วิทยาดิรั้งสิต 32, สาขาปตท. ถนนเอกชัย, สาขาปตท. ถนนฉลองกรุง, สาขาปตท. ถนนเทพารักษ์, สาขาปตท. ถนนลาดปลาเค้า, สาขาปตท. ถนนพัฒนาการ, สาขาปตท. กาญจนภิเษก, สาขาปตท. ทางด่วนบางนา(ขาออก), สาขาปตท. ถนนเสรีไทย, สาขาปตท. ถนนสุนทรารายณ์, สาขาปตท. ถนนติวานนท์, สาขาปตท. ถนนประดิษฐ์มนูธรรม, สาขาปตท. ถนนศรีนครินทร์, สาขาปตท. ลาดหลุมแก้ว, สาขาปตท. ถนนรังสิต-นครนายก, สาขาปตท. ราชพฤกษ์-รัตนานิเบศร์, สาขาปตท. ถนนเกษตรนวมินทร์, สาขาปตท. สุขุมวิท 62, สาขาปตท. ถนนบางนาตราด กม 14, สาขาปตท. ถนนกรุงเทพ-นนทบุรี, สาขาปตท. หนองแขม, สาขาปตท. ราชพฤกษ์, สาขาปตท. กล้วยน้ำไท, สาขาปตท. คลังน้ำมันพระโขนง, สาขาปตท. ถนนเทพกระษัตรี ภูเก็ต, สาขาปตท. ถนนเทพประสิทธิ์ พัทยา, สาขาปตท. วารินชำราบ, สาขาปตท. ไค้งวิไล คลองขลุง, สาขาปตท. กุยบุรี, สาขาปตท. ริมกก เชียงราย, สาขาปตท. สีคิ้ว, ปตท. ปาย

3. รูปแบบ Auto Lobby มีจำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สาขาปตท. ถนนบรรทัดทอง, สาขาปตท. สนามเป้า, สาขาปตท. 105 ปีโตรเลียม, สาขาปตท. เชนหลุยส์ 3, สาขาปตท. บางบอน, สาขาปตท. สมาร์ทเวิร์ค, สาขาปตท. บางปะอิน (เอสเอเอส ปีโตรเลียม)

4. รูปแบบเฉพาะ ATM มีจำนวน 135 แห่ง ในสถานีสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ทั่วประเทศ

3.7 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสาขาย่อยของธนาคารกรุงศรีอยุธยาและธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ในสถานีสถานีบริการน้ำมัน ปตท.

ความแตกต่างระหว่างสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานีสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ที่มีสาขาในสถานีสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีรายละเอียดดังนี้

1.เรื่องขยายวันและเวลาในการให้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยานั้นมีการขยายเวลาในการเปิดให้บริการที่ยาวนานกว่า โดยเปิดให้บริการจันทร์ – เสาร์ ตั้งแต่ 10.00-20.30 น. ส่วนของธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารกรุงไทยที่มีสาขาย่อยในสถานีสถานีบริการน้ำมันปตท.โดยจะเปิดให้บริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ในช่วงเวลาเดียวกับสาขาทั่วไป ให้บริการตั้งแต่เวลา 8.30 – 16.30 น.

2.ความสะดวกสบายเรื่องการจอดรถเนื่องจากขนาดสถานีสถานีบริการน้ำมันปตท.โดยส่วนใหญ่มีขนาดของพื้นที่ขนาดใหญ่ซึ่งธนาคารกรุงศรีอยุธยาใช้เป็นเกณฑ์ตัวหนึ่งในการตัดสินใจ

เลือกสถานที่ของสถานบริการน้ำมัน เพื่อตั้งสาขาย่อยของธนาคารจะพิจารณาเฉพาะขนาดของสถานบริการที่มีขนาดใหญ่ และมีที่จอดรถเพียงพอ

3. การให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอคิวนานในการทำธุรกรรม

4. มีความปลอดภัยในการใช้บริการในช่วงกลางวัน

5. การให้บริการทางการเงินที่หลากหลาย เช่น Drive Thru ซึ่งโดยปกติธนาคารพาณิชย์ ที่ตั้งสาขาในสถานบริการน้ำมัน โดยส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องการให้บริการ แต่สิ่งทีธนาคารกรุงศรีอยุธยาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ที่มีความแตกต่างจากธนาคารอื่นคือการให้บริการ Drive Thru ซึ่งเป็นการขับรถเข้าไปจอดเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินโดยลูกค้าไม่ต้องลงจากรถ

ตารางที่ 3.5

การเปรียบเทียบการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ที่มีสาขาในสถานบริการน้ำมัน
ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารอื่นๆ กับ สาขาในห้างสรรพสินค้า

วิเคราะห์ปัจจัยด้าน ต่างๆ	สาขาในสถานบริการน้ำมัน : ปตท.			สาขาในห้างสรรพสินค้า
	ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา	ธนาคาร ไทยพาณิชย์	ธนาคาร กรุงไทย	“ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา”
วันและเวลาเปิดทำการ	จันทร์ – เสาร์ (10.00 – 20.30 น.)	จันทร์ – เสาร์ (8.30 – 16.30 น.)	จันทร์ – ศุกร์ (8.30 – 16.30 น.)	จันทร์ – อาทิตย์ (10.00 – 20.30 น.)
การให้บริการ และข้อจำกัด	ทำธุรกรรม ครบทุกอย่าง	ไม่สามารถทำ Exchange ได้	ไม่สามารถทำ Exchange ได้	ทำธุรกรรมครบทุกอย่าง
จำนวนพนักงานที่ ให้บริการ	จำนวน 6 คน	จำนวน 3 คน	จำนวน 3 คน	จำนวน 10 คน
ขนาดของพื้นที่สาขา	111 ตารางเมตร	60 ตารางเมตร	40 ตารางเมตร	60 ตารางเมตร
ความสะดวกสบาย ของที่จอดรถ	50 คัน	30 คัน	20 คัน	200 คัน

ที่มา: ทำการสรุปโดยผู้วิจัย

ตารางที่ 3.6

การเปรียบเทียบประเภทธุรกรรมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา
ระหว่างสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท. กับสาขาทั่วไป

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์ทางการเงิน		สาขาในสถานบริการ น้ำมัน ปตท.	สาขาทั่วไป
1. การออมและการ ลงทุน	1	เงินฝากออมทรัพย์+ATM	●	●
	2	เงินฝากกระแสรายวัน + สมุดเช็ค	▼	●
	3	เงินฝากประจำ	●	●
	4	กองทุนรวม	●	●
	5	การซื้อขายหลักทรัพย์	●	●
2. ค้ำครอง	1	ค้ำครองชีวิต	●	●
	2	ค้ำครองสุขภาพ	●	●
	3	ค้ำครองทรัพย์สิน	●	●
	4	ค้ำครองอุบัติเหตุ	●	●
	5	ค้ำครองภาวะหนี้สิน	●	●
	6	ประกันบุคคลที่ 3	●	●
	7	พรบ.	●	●
3. สินเชื่อ	1	สินเชื่อธุรกิจ	●	●
	2	สินเชื่อที่อยู่อาศัย	●	●
	3	สินเชื่อรถยนต์ (รวม Car4Cash)	●	●
	4	สินเชื่อบุคคล	●	●
	5	บัตรเครดิต	●	●
4. การบริการ	1	บริการทางอิเล็กทรอนิกส์	●	●
	2	โอนเงินต่างประเทศ / Western	●	●
	3	โอนเงินภายในประเทศ	●	●
	4	รับชำระค่าสินค้าและบริการ	●	●

ที่มา: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ

▼ = ธุรกรรมด้านเงินฝากกระแสรายวัน + สมุดเช็ค จะมีเพียงบางสาขาเท่านั้น ยกเว้นสาขา 14 สาขา

ปตท.ถนนกาญจนาภิเษก, ปตท.ถนนราชพฤกษ์, ปตท.สุขุมวิท 62, ปตท.ถนนรังสิต-นครนายก (คลอง 7)

ปตท.ถนนลาดปลาเค้า, ปตท.ถนนเกษตร-นวมินทร์, ปตท.ถนนเอกชัย, ปตท.ถนนเทพารักษ์

ปตท.ถนนศรีนครินทร์, ปตท.ทางด่วนบางนา (ขาออก), ปตท.ถนนติวานนท์, ปตท.ถนนกรุงเทพ-นนทบุรี

ปตท.หนองแขม, ปตท.ถนนบางนา-ตราด กม.14, ปตท.ทางด่วนบางนา (ขาเข้า)

3.8 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ เพื่อตั้งสาขาระหว่างในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. กับสาขาในห้างสรรพสินค้า

การประมาณการค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการตั้งสาขาย่อยของธนาคาร และเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ (Variable Cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ระหว่างการเช่าพื้นที่สถานีบริการน้ำมันกับในห้างสรรพสินค้า Community Mall ว่าควรเลือกที่จะตั้งสาขาของธนาคารที่ช่องทางไหน จึงจะคุ้มค่าต่อการลงทุนมากกว่ากัน โดยจะทำการวิเคราะห์ แบบ 2 มุมมองด้วยกันคือ

1. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ระหว่างสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่ง
2. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าแบบ Community Mall

3.8.1 การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ระหว่างสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่ง

ตารางที่ 3.7

อัตราค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ในสถานีบริการน้ำมันเขตกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	สถานีบริการน้ำมัน	ราคาพื้นที่ต่อตารางเมตร	ระยะเวลาในการทำสัญญา
1	ปตท. (PTT)	800 บาทต่อตรม.ต่อเดือน	3 ปี
2	เชลล์ (SHELL)	680 บาทต่อตรม.ต่อเดือน	1 ปี
3	เอสโซ่ (ESSO)	500 บาทต่อตรม.ต่อเดือน	1 ปี
4	คาลเท็กซ์ (CALTEX)	400 บาทต่อตรม.ต่อเดือน	1 ปี
5	บางจาก (BANGJAK)	300 บาทต่อตรม.ต่อเดือน	1 ปี
6	พีที (PT)	250 บาทต่อตรม.ต่อเดือน	1 ปี

ที่มา: จากการสอบถาม Call Center ของสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่ง

จากข้อมูลพบว่าอัตราค่าเช่าในสถานีบริการน้ำมัน จะเห็นว่าสถานีบริการน้ำมัน ปตท. นั้นมีการกำหนดราคาเช่าพื้นที่ต่อตารางเมตรในราคาที่สูงสุดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยคิดค่าเช่าพื้นที่โดยเฉลี่ย 800 บาท/ตารางเมตร/เดือน หากเปรียบเทียบกับสถานีบริการน้ำมันของคู่แข่ง จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่มีอัตราค่าเช่าพื้นที่โดยเฉลี่ยดังนี้ สถานีบริการน้ำมันเชลล์ (SHELL) คิดอัตราค่าเช่า 680 บาท/ ตรม./ เดือน, สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ (ESSO) คิดอัตราค่าเช่า 500 บาท/

ตรม./เดือน, สถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ (CALTEX) คิดอัตราค่าเช่า 300-400 บาท / ตรม./เดือน, สถานีบริการน้ำมันบางจาก (BANGJAK) คิดอัตราค่าเช่า 300 บาท / ตรม./เดือน เหตุผลที่อัตราค่าเช่าพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีราคาสูงกว่าสถานีบริการน้ำมันรายอื่นๆ เนื่องจาก สถานีบริการน้ำมัน ปตท. นั้นเป็น Market Leader ของตลาดธุรกิจน้ำมัน โดยมีจำนวนยอดขายน้ำมันสูงสุด แสดงให้เห็นว่ามีจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการมากกว่าสถานีบริการน้ำมันรายอื่นๆ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีอำนาจในการกำหนดค่าเช่าพื้นที่ในอัตราที่สูงกว่าคู่แข่งได้ถึงแม้ว่าสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จะทำการกำหนดราคาเช่าสถานีสูงกว่าสถานีบริการน้ำมันรายอื่นๆ แต่ผู้ประกอบการร้านค้าต่างก็เลือกที่จะเช่าพื้นที่ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เนื่องจากเป็นสถานีบริการที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก

3.8.2 การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้าแบบ Community Mall

ลักษณะของ Community Mall เป็นรูปแบบหนึ่งของศูนย์การค้าที่ไม่ต้องใช้พื้นที่มากมายเหมือนกับห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ที่เน้นความหลากหลายของสินค้าเพื่อดึงดูดผู้บริโภค แต่ Community Mall เน้นการตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค เป็นแหล่งนัดพบและใช้ชีวิตของผู้บริโภค จึงมีรูปแบบสินค้าและบริการที่แตกต่างจากศูนย์การค้าทั่วไป เช่น เจ อะเวนิว ทองหล่อ ที่มีความหลากหลายของร้านค้าและบริการ ทั้งซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านอาหาร, ร้านกาแฟ, และธนาคาร โดยเฉลี่ยมีลูกค้ามาใช้บริการวันละ 4,000 – 5,000 คนต่อวัน โดยกลุ่มเป้าหมายเน้นเจาะกลุ่ม ที่มีรายได้มาก 15,000 บาทต่อเดือน หากวิเคราะห์ในเรื่องอัตราค่าเช่าสถานที่ใน Community Mall จะเห็นได้ว่าอัตราค่าเช่าโดยเฉลี่ยจะมีราคาค่อนข้างสูง โดย เจ อะเวนิว นั้นมีอัตราค่าเช่าพื้นที่โดยเฉลี่ยประมาณ 2,300 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน, เดอะ คริสตัล นั้นมีการกำหนดอัตราค่าเช่าพื้นที่ 1,910 บาท/ตรม./ เดือน, รวมถึง วิลล่า ซูเปอร์มาร์เก็ต นั้นได้มีการกำหนดอัตราค่าเช่าพื้นที่ 1,200 บาท/ตรม./ เดือน

ตารางที่ 3.8

อัตราค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ใน Community Mall ในเขตกรุงเทพมหานคร

No	Community Mall	ราคาพื้นที่ต่อตารางเมตร	ระยะเวลาในการทำสัญญา
1	เจ อเวนิว (J Avenue)*	2,300 บาทต่อตรม.ต่อเดือน	3 ปี
2	เดอะ คริสตัล (The Crystal)*	1,910 บาทต่อตรม.ต่อเดือน	3 ปี
3	วิลล่า ซุปเปอร์มาร์เก็ต (Villa Market)*	1,200 บาทต่อตรม.ต่อเดือน	3 ปี

ที่มา: หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 1 มีนาคม 2552

หมายเหตุ * ราคาเช่าพื้นที่ของ Community Mall นั้นจะมีการปรับเพิ่มขึ้น

ประมาณ 5% จากราคาเช่าเดิมในต่อสัญญาใหม่

3.8.3 การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ระหว่างในสถานบริการน้ำมัน ปตท. กับในห้าง Community Mall

ขอยกตัวอย่างขนาดพื้นที่ของสาขาที่ ปตท. วิทยาดิรั้งสิต (ขาออก) ประมาณ 111

ตารางเมตร เป็นตัวอย่างในการเปรียบเทียบค่าใช้จ่าย

หากคำนวณต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ใน ปตท.

= 111 ตรม. x อัตราค่าเช่า 800 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน

= 88,800 บาทต่อเดือน

หากคำนวณต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ในเจ อเวนิว

= 111 ตรม. x อัตราค่าเช่า 2,300 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน

= 225,300 บาทต่อเดือน

ที่มา: สรุปโดยผู้วิจัย

จากข้อมูลสามารถทำการวิเคราะห์ได้ว่าหากตั้งสาขาย่อยใน Community Mall ในห้างเจ อเวนิว ทองหล่อ ซึ่งปัจจุบันธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีสาขาย่อยอยู่ในห้างสรรพสินค้า นั้น โดยกำหนดให้ใช้พื้นที่ๆ ใช้ในการตั้งสาขานั้น เท่ากันคือขนาด 111 ตารางเมตร (ยกตัวอย่างขนาดของพื้นที่จากสาขาใน ปตท. วิทยาดิรั้งสิต -ขาออก) จะเห็นได้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายที่เป็น Fixed Cost เท่ากับ 225,300 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่ค่อนข้างสูงมาก ถึงแม้ว่า Community Mall จะ

มีข้อดีในเรื่องของจำนวนลูกค้ามาใช้บริการมากถึง 4,000-5,000 รายต่อวัน แต่ใน Community Mall หนึ่งแห่งนั้น จะมีธนาคารพาณิชย์อื่นๆสามารถเข้ามาเช่าพื้นที่ได้มากกว่า 1 ธนาคาร ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงมาก ซึ่งธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีโอกาสที่เสียลูกค้าให้กับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ซึ่งจะมีโอกาสเกิดขึ้นได้ง่าย หากการให้บริการของสาขาทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการของธนาคารพาณิชย์อื่นๆแทน

ดูจากข้อมูลด้านล่างจะเห็นได้ว่า จำนวน Community Mall มีทั้งหมด 14 แห่งในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจุบันนี้มีธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ที่เปิดสาขาให้บริการลูกค้าภายในห้าง Community Mall จำนวน 20 สาขา แสดงให้เห็นว่าหากไปตั้งสาขาใน Community Mall นั้น จะมีการแข่งขันสูง และมีค่าใช้จ่าย (Operation Expenses) จำนวนมาก ซึ่งอาจจะไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน

ภาพที่ 3.9

จำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ ในห้าง Community Mall เขตกรุงเทพมหานคร

No of Community Mall						14
No of bank branches in Community Mall						20
Type	BBL	SCB	KTB	KBANK	BAY	Total
No of Branches	2	8	1	3	6	20

Community Mall	ธ.กรุงศรีอยุธยา	ธ.กรุงเทพ	ธ.ไทยพาณิชย์	ธ.กสิกรไทย	ธ.กรุงไทย
เอสพลานาด (Es planade)	1	1	1	1	-
ดิ อเวนิว (The Avenue)	2	-	1	1	-
เมเจอร์ (Major)	2	-	-	-	1
เจ อเวนิว (J-Avenue)	1	-	1	-	-
เดอะ คริสตัล (The Crystal)	-	1	1	-	-

ที่มา: สรุปโดยผู้วิจัย

การให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในห้าง Community Mall นั้น จะมีเวลาในการเปิดให้บริการ ตั้งแต่เวลา 10.00 – 20.00 น. โดยพนักงานประจำสาขาที่ให้บริการนั้นมีประมาณ 3-5 คน เนื่องจากสาขาใน Community Mall ใช้พื้นที่จำกัด ดังนั้นราคาเช่าพื้นที่จึงมีราคาสูงมาก โดยการทำสัญญาเช่าพื้นที่ของทางห้างนั้น จะมีการกำหนดระยะเวลาของสัญญาประมาณ 3 ปี หากสาขาที่ตั้งใน Community mall สามารถสร้างผลประกอบได้ดี เมื่อครบกำหนดสัญญาเช่าทางธนาคารก็จะทำการต่อสัญญา แต่หากมีผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ก็จะทำให้การปิดสาขานั้น ทันที เพราะเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ต่อเดือนค่อนข้างสูงมาก ซึ่งยิ่งอยู่นานก็จะยิ่งเกิดการขาดทุนมากยิ่งขึ้น โดยสาขาในห้าง Community Mall โดยเฉลี่ยจะใช้ระยะเวลานานประมาณ 2-3 ปี ถึงจุดคุ้มทุน

3.9 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even Point)

รายละเอียดต้นทุนในการดำเนินงานของสาขาที่เปิดภายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สามารถสรุปได้ดังนี้ (ทางผู้วิจัยขอตั้งสมมติฐานทางตัวเลข โดยการประมาณการขึ้นแทนการใช้ตัวเลขจริง เนื่องจากตัวเลขแท้จริงนั้นทางธนาคารไม่สามารถเปิดเผยได้)

1. ต้นทุนในการดำเนินงาน

1.1 ต้นทุนคงที่

1.2 ต้นทุนผันแปรต่อเดือน

2. รายได้จากการดำเนินกิจการ

2.1 รายได้จากดอกเบี้ยและเงินปันผล

2.2 รายได้ที่มิใช่ดอกเบี้ย

2.3 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆ

3. กำไรจากผลประกอบการ

$$\text{กำไร} = \text{รายได้} - \text{ต้นทุน}$$

4. ระยะเวลาของจุดคุ้มทุน เป็นระยะเวลาโดยประมาณจากการเปิดสาขาในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จะอยู่ที่ประมาณ 3 ปี

$$\text{ระยะเวลาคู่ทุน} = \frac{\text{ต้นทุน}}{\text{กำไร}}$$

โดยสมมติให้สาขาย่อยในสถานีสาน้ำมัน ปตท. นั้นมีการลงทุนเริ่มแรก ประกอบไปด้วยค่าออกแบบตกแต่ง, ค่าก่อสร้าง, เครื่องใช้สำนักงาน, เครื่องบริการอัตโนมัติ (เช่น เครื่องถอนเงิน, เครื่องฝากเงิน, เครื่องปรับสมุดบัญชี) ในการคำนวณและเพื่อให้เห็นต้นทุนชัดเจน กำหนดให้สาขามีรายได้ โดยเฉลี่ยต่อปี 20,000,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายต่อปี ประมาณ 12,000,000 บาท

รายได้	20,000,000 บาท
รายจ่าย	12,000,000 บาท
กำไร	8,000,000 บาท

$$\begin{array}{r} \text{เพราะฉะนั้นสาขาจะมีจุดคุ้มทุน} \quad 12,000,000 \\ \hline 8,000,000 \end{array}$$

ประมาณ 3,000,000 บาท และ ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 0.2 ปี (2.4 เดือน)

ตามสมมติฐานข้างต้นแสดงว่าการเปิดสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. จะสามารถคืนทุนได้เร็ว โดยใช้ระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี จึงไม่จำเป็นต้องเช่าพื้นที่ที่มีราคาสูง อย่างในห้างแบบ Community Mall เพราะการเช่าพื้นที่ในสถานีสาน้ำมัน ปตท. นั้นมีการลงทุนและค่าเช่าพื้นที่ในราคาที่ถูกว่า Community Mall เพราะฉะนั้นจะคืนทุนได้เร็วกว่าการลงทุนตั้งสาขาในห้างแบบ Community mall

หากเปรียบเทียบกับที่ตั้งสาขาในสถานีสาน้ำมัน ปตท. พบว่ามีค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ ซึ่งถือเป็น Variable Cost เท่ากับ 88,800 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการตั้งสาขาในห้างแบบ Community Mall จากการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าการลงทุนตั้งสาขาย่อยในสถานีสาน้ำมัน ปตท. นั้นก็มีความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ โดยพิจารณาจาก

1. จำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการในสถานีสาน้ำมันปตท. พบว่าเฉลี่ยต่อเดือนมีจำนวนผู้ที่เข้ามาเติมน้ำมัน ประมาณ 7,764 รายต่อเดือน

2. วิเคราะห์จะเห็นว่าถ้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาเลือกที่จะตั้งสาขาในสถานีสาน้ำมัน จะเป็นการขาดทุนเพราะมีสาขาย่อยในสถานีสาน้ำมัน ปตท. นั้นและจะไม่มีธนาคารพาณิชย์อื่นๆ สามารถเข้าไปตั้งสาขาในสถานีสาน้ำมันแห่งนั้น เพื่อทำแข่งขันกับธนาคาร

กรุงเทพฯ เนื่องจากเป็นเงื่อนไขที่ได้มีการระบุในสัญญาการเช่าพื้นที่ โดยถือเป็นผลประโยชน์ทางธุรกิจของธนาคาร

3. เรื่องจำนวนที่จอดรถจำนวนมากและสะดวกสบายไม่ต้องเสียเวลาในการหาที่จอดรถซึ่งจุดนี้ถือเป็นจุดอ่อนของการเช่าที่ในห้างสรรพสินค้าและห้างแบบ Community Mall

4. เรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการตอนกลางคืนสถานี่บริการน้ำมันส่วนใหญ่ปิดบริการหลัง 23.00 น. ซึ่งจะมีพนักงานเติมน้ำมัน ของ ปตท. ที่คอยดูแล หากเกิดความไม่ปลอดภัยหรือมีสิ่งผิดปกติเกิดขึ้นขณะทำธุรกรรมทางการเงิน

5. การมีร้านค้าและร้านอาหารที่ให้บริการที่หลากหลาย เช่น ร้านกาแฟ Café Amazons, ร้านสะดวกซื้อ 7-eleven ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง และร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด และร้านค้าขายของต่างๆมากมาย ซึ่งคล้ายกับห้างแบบ Community Mall

6. รูปแบบของสาขาโดยธนาคารสามารถทำการกำหนดรูปแบบได้ตามที่ธนาคารต้องการและสามารถนำเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินแบบ Drive Thru มาให้บริการ

3.9.1 การประมาณค่าใช้จ่ายในการตั้งสาขาของธนาคารกรุงเทพฯ

- การประมาณการต้นทุนของการตั้งสาขาของธนาคาร

ต้นทุนค่าใช้จ่ายของการก่อตั้งสาขาของธนาคาร จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในด้านการลงทุน (Investment Cost) และส่วนที่สอง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในด้านการดำเนินงาน (Operation Cost)

(1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment Cost)

ค่าใช้จ่ายในการลงทุนกิจการในครั้งแรก ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ได้แก่ ส่วนที่เป็นสินทรัพย์ถาวร อาทิเช่น ค่าออกแบบตกแต่ง, ค่าก่อสร้าง, เครื่องใช้สำนักงาน, รวมไปถึงเครื่องบริการอัตโนมัติ (เช่น เครื่องถอนเงิน, เครื่องฝากเงิน, เครื่องปรับสมุดบัญชี) เพื่อให้ง่ายต่อการคำนวณ และเพื่อให้เห็นต้นทุนที่เกิดขึ้น จึงได้ประมาณการค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่ากับ 3,000,000 บาทต่อสาขา (ซึ่งตัวเลขดังกล่าวเป็นการประมาณการอาจไม่สามารถครอบคลุมต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงได้ทั้งหมด) เพราะฉะนั้นค่าใช้จ่ายในการลงทุน เท่ากับ 3,000,000 บาท

การคิดค่าเสื่อมราคาของค่าออกแบบตกแต่ง, ค่าก่อสร้าง, เครื่องใช้สำนักงาน, และ
เครื่องบริการอัตโนมัติ โดยใช้วิธีคิดแบบเส้นตรง (Straight Line Method) เป็นการคิดค่าเสื่อม
ราคาตามอายุการใช้งาน โดยจะแบ่งออกเป็นงวดๆ งวดละเท่าๆกัน

$$\text{ค่าเสื่อมราคา} = \frac{\text{มูลค่าสินทรัพย์}}{\text{อายุการใช้งานของสินทรัพย์}}$$

โดยกำหนดให้ค่าออกแบบตกแต่ง, ค่าก่อสร้าง, เครื่องใช้สำนักงาน, เครื่องบริการ
อัตโนมัติ นั้นมีอายุการใช้งาน 5 ปี ค่าเสื่อมราคามีค่าเท่ากับ 600,000 บาทต่อปี

(2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operation Cost)

ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการขายและการดำเนินการต่างๆ ถือเป็น ต้นทุนแปรผัน
(Variable Cost) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เงินเดือนพนักงานในสาขาย่อย
2. ค่าเช่าพื้นที่ของสาขาย่อย
3. ค่าน้ำประปา / ค่าไฟฟ้า
4. ค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร
5. ค่าอุปกรณ์สำนักงาน
6. ค่าเสื่อมราคา

ในการศึกษาจะใช้ตัวเลขค่าใช้จ่ายที่เป็นการประมาณการในการวิเคราะห์ สรุป
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประมาณ 12, 000,000 บาทต่อปี (ซึ่งตัวเลขดังกล่าวเป็นการประมาณ
การอาจไม่สามารถครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงได้ทั้งหมด)

3.9.2 การประมาณผลตอบแทนหรือรายได้ของธนาคาร(สาขา)

การประมาณการรายได้จากการดำเนินงานของสาขาในสถานบริการน้ำมัน ปตท.
โดยกำหนดให้มีการเพิ่มขึ้นปีละ 5% เพราะฉะนั้นผลตอบแทนที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาได้รับ
ประมาณ 20,000,000 บาทต่อปี (ซึ่งตัวเลขดังกล่าวเป็นการประมาณการอาจไม่สามารถ
ครอบคลุมรายได้ที่เกิดขึ้นจริงได้ทั้งหมด)