

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ : กรณีศึกษา ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)
ชื่อผู้ศึกษา	นางสาวไพลิน จินดาพันธ์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.ณัฐพันธ์ บัววรารักษ์
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ : กรณีศึกษา ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) นี้ มี วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ประเภท สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) 2) เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอกลยุทธ์ของสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ประเภท สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ ของ ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ระเบียบวิธีการศึกษา ได้ออกแบบการวิจัยเป็นแบบบูรณาการ วิธีการศึกษา ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มีการเก็บข้อมูล ทุติยภูมิจากการเก็บข้อมูลจากการค้นหาข้อมูลของบริษัท และรายละเอียดต่างๆ จากเอกสารงานวิจัย ทฤษฎี ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเอกสารลูกค้า ตลาดคู่แข่ง ข้อมูลจากเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์และสภาวะอุตสาหกรรม สภาวะตลาด และ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยทำการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทในระดับผู้บริหารระดับสูงขององค์กรที่มีอำนาจในการตัดสินใจ และมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์โดยตรง รวมถึงกำหนดนโยบายของบริษัทโดยรวมที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจด้านสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ รวมทั้งสัมภาษณ์พนักงานสินเชื่อเช่าซื้อซึ่งดูแลและดีลเลอร์ และสัมภาษณ์ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ของธนาคารธนชาติ โดยการใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งสองมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้ทฤษฎีกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Process) ในการสรุปประมวลผลโดยใช้เครื่องมือต่างๆ ในการวิเคราะห์ประมวลผล เพื่อสรุปประมวลผลกลยุทธ์ทั้งสามระดับ คือ กลยุทธ์ระดับองค์กร

กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ **ผลการศึกษา** พบว่า 1) กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ กลยุทธ์การเติบโต โดยอาศัยจุดแข็งของธนาคารชนชาติที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ เพื่อเป็นการรักษาส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 ไว้ 2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ คือ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง โดยการใช้จ่ายแข็งของธนาคารชนชาติ ต่อยอดในการสร้างความแตกต่าง ในผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบ วงจรและการบริการที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคทำให้เกิด ประสิทธิภาพที่ดีและต้องการที่จะกลับมาใช้บริการอีกและการบอกต่อถึงผลิตภัณฑ์และการ บริการที่มีประสิทธิภาพ 3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ คือ กลยุทธ์ทางการตลาด คือ กลยุทธ์ส่วน ประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรที่สำคัญทางการตลาด เพื่อใช้ในการตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งกับคู่ค้าและผู้บริโภค (CRM) เพื่อตอบสนองความต้องการของคู่ค้าและผู้บริโภคได้ตรงจุดให้มากที่สุด ที่เป็นการเพิ่ม การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้มากขึ้นบริโภคเพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ให้มีความภักดีกับ ธนาคารชนชาติและกลับมาใช้บริการอีกและการเพิ่มลูกค้ารายใหม่ให้กับธนาคารชนชาติด้วย