

## บทคัดย่อ

172414

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การบริหารเชิงกลยุทธ์: กรณีศึกษา ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด  
(มหาชน)

ชื่อผู้เขียน นางสาวชีวิรัตน์ ตะนะมาน

ชื่อปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา 2548

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์อัมภินพวงศ์ ฉัตรราชม ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์สุณี ฉัตรราชม
3. รองศาสตราจารย์อดิ ไทยนันทน์

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน และการใช้กลยุทธ์ให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ทำการศึกษาทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากข้อมูลทุติยภูมิในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2545-2546 โดยรวบรวมจากรายงานประจำปี เว็บไซต์ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน พบว่า ธนาคารมีสินทรัพย์สภาพคล่องอยู่ในระดับต่ำ อาจประสบปัญหาการเบิกถอนเงินสดพร้อมกันครั้งละมาก ๆ จึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารสภาพคล่องขึ้นมา โดยเฉพาะ เพื่อบริหารสภาพคล่องประจำวันและสภาพคล่องส่วนเกิน อย่างไรก็ตามมีการบริหารหนี้สินและบริหารคุณภาพสินทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สัดส่วนการกู้ยืมในระยะสั้นและระยะยาวลดลง ส่งผลให้มีความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้น

ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์การบริหารเชิงกลยุทธ์ พบว่า ธนาคารอยู่ในตำแหน่งจุดอ่อนและโอกาส ด้านสถานะการแข่งขันระหว่างธนาคารพาณิชย์มีผลกระทบสูงมาก แต่ธนาคารได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ร่วมกับระบบ Cross-selling และระบบ CRM เพื่อช่วยพัฒนาการขายให้เกิดประสิทธิภาพ และยังเน้นความแตกต่างด้านการให้บริการ

**172414**

แบบ High Personal Touch การควรวมกิจการกับธนาคารศรีนคร ทำให้มีฐานลูกค้ามาก  
ขึ้นธนาคารจึงเลือกขยายสินเชื่อเพื่อลดปัญหาการขาดสภาพคล่อง นอกจากนี้ยังได้พัฒนา  
รูปแบบการออมเงินซึ่งให้ความคุ้มครองแบบประกันชีวิต และพัฒนาระบบเทคโนโลยี  
สารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ธนาคารมีความสามารถในการทำ  
กำไรที่ดีขึ้น แต่มีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ทำให้ต้องใช้เงินลงทุนสูง  
ในการขยายกิจการ นอกจากนี้ธนาคารได้นำหลักการบริหารความเสี่ยงมาใช้ พร้อม  
ควบคุมการให้สินเชื่ออย่างเข้มงวด และมีการติดตามคุณภาพของหนี้อย่างใกล้ชิด เพื่อ  
แก้ไขปัญหานี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs)



**172414**

The second result analyzes business management strategies. There is competition between commercial banks, but SCIB uses marketing strategies like the CRM and Cross-selling systems for the development of selling abilities. SCIB stresses customer service in its High Personal Touch system. SCIB is positioned in the quadrant of weakness and opportunities. Therefore SCIB is increasing the number of its customers, and is expanding loans to solve their short-term liquidity problems. In order to operate efficiently and to save money the bank is developing technology and seeking insurance protection. SCIB is increasing its profitability to a medium level market share. It uses several investment funds to expand transactions. Moreover, it uses risk management for the control of credit risks and is also delegating executives to review and track loans closely.