

# การจัดทำรายงานผลการศึกษา

อุปสงค์ อุปทาน คุณภาพของตลาด เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ในการแข่งขัน

กรณี: การบริการเช่าเครื่องCOMPUTERและNOTEBOOKในมหาวิทยาลัย

เสนอ

อาจารย์ มรกต ทิมพุดิ

นำเสนอโดย

ว่าที่ร้อยตรีณัฐกานต์ พงษ์พันธุ์

เลขทะเบียนนักศึกษา 525159040009

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาเศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจโทรคมนาคม

ปีการศึกษา 2552

การเติบโตและการขยายตัวและการแข่งขันของเครื่อง computer และ notebook มีการขยายตัวมากขึ้นเนื่องจาก ทางมหาลัย ของทางภาครัฐและเอกชน รวมถึงรัฐบาลมีการสนับสนุนให้มีการพัฒนาทักษะของกลุ่มนักศึกษามากขึ้น



## อุปสงค์ในการจัดเข้าซื้อเครื่อง Computer หรือ Notebook

ในปี พศ.2547 ได้มีการแข่งขันของทางมหาวิทยาลัยในด้านต่างๆของตนเองมากขึ้น เพื่อสนองความต้องการของตลาด เพื่อเป็นการพัฒนาทักษะของกลุ่มนักศึกษาให้เท่าทันการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น

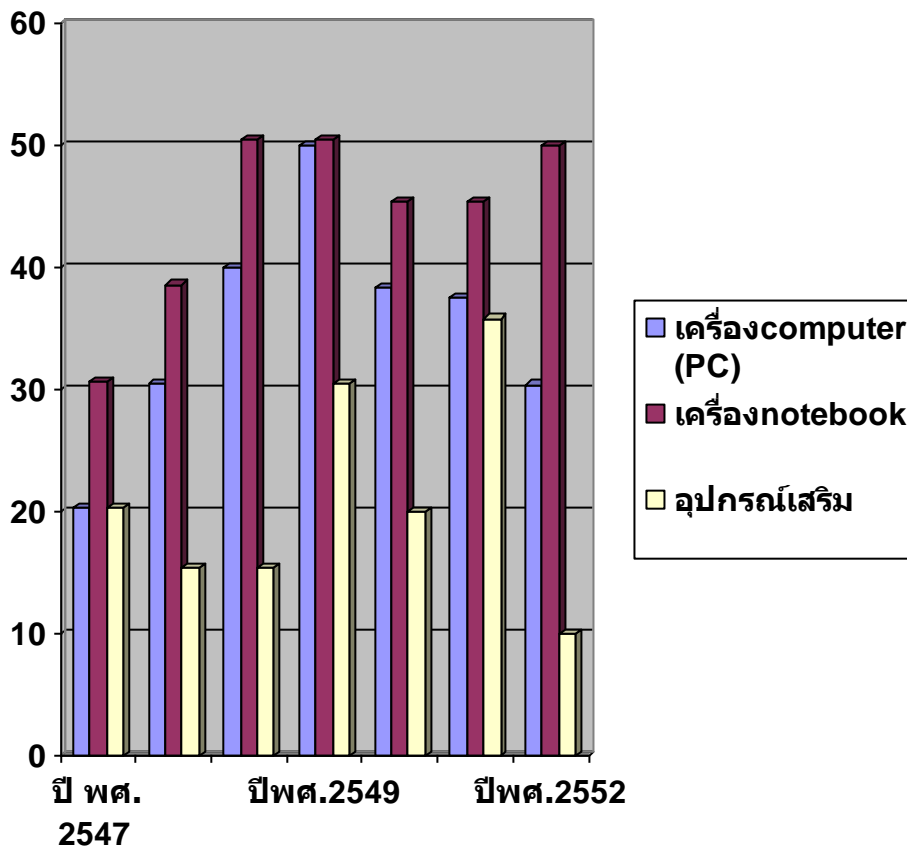
สภาวะทางเศรษฐกิจมีสภาวะดี มีอัตราการขยายตัวของด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น กลุ่มผู้ซื้อของทางภาครัฐบาลและเอกชน มีกำลังซื้อมาเพื่อมาเพิ่มทักษะและคุณภาพประสิทธิภาพของตัวบุคลากรของตนเองมากขึ้น

ในทางมหาลัยชั้นนำของประเทศไทยได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าติดตั้งในพื้นที่มหาวิทยาลัยเพื่อเพิ่มศักยภาพและทักษะของนักศึกษาและบุคลากรของทางมหาลัย เพื่อยกระดับฐานะการแข่งขันให้ทัดเทียมกับคู่แข่งทางการตลาด

จำนวนนักศึกษาทั้งของภาครัฐและเอกชนและผู้ปกครองเล็งเห็นความสำคัญของเทคโนโลยีมากขึ้นเนื่องจากได้เป็นปัจจัยในการทำงานที่จำเป็นมากขึ้นทำให้ทางมหาลัยต่างๆต้องจำเป็นนำเทคโนโลยี Computer เข้ามาให้แก่นักศึกษาใช้งาน

ในปี พศ.2547 ถึงปี พศ.2552 สิ้นค้าทางด้านComputer และNotebook ได้เข้ามามีบทบาทในสถานศึกษามากขึ้นเนื่องการเรียนการสอนได้มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่จำเป็นต้องมีสื่อการสอนที่ทันสมัยมากขึ้นตามความต้องการที่จะผลิตบุคลากรที่ทางตลาดยอมรับดังนั้นมหาลัยชั้นนำจะเป็นเครื่องComputer และNotebookเข้าเป็นการพัฒนาบุคลากรจำเป็นต้องใช้เป็นระบบเครื่องเช่าและการบริการ

การจัดเข้าซื้อเครื่องComputer และNotebook ในปีการศึกษา พศ.2547-2552

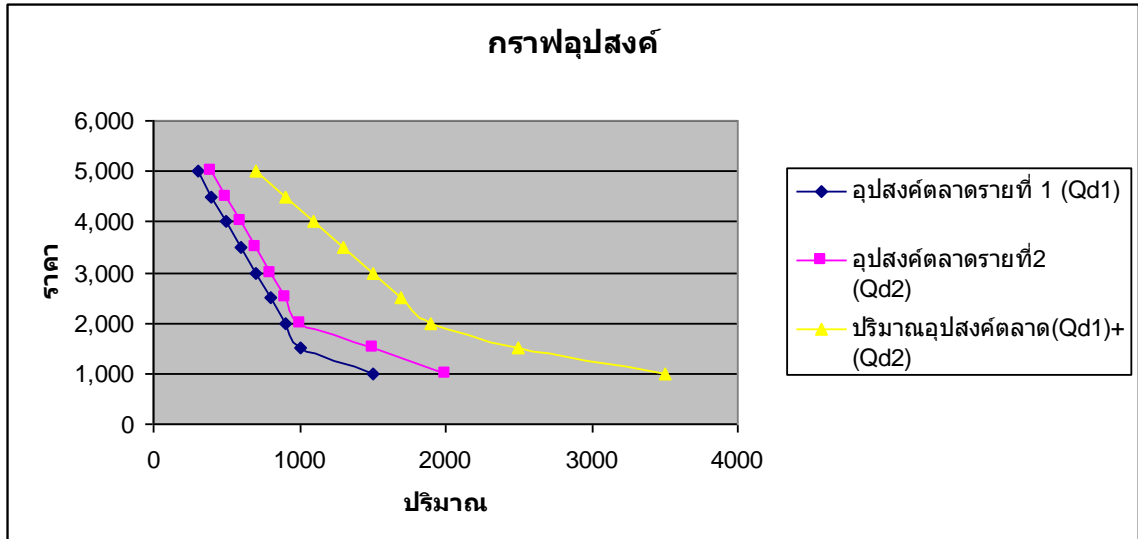


จากกราฟ มีการขยายตัวของเครื่องComputer และNotebook

ตั้งแต่ปี พศ. 2547 ถึง พศ. 2549 จะเห็นได้ว่าเครื่องComputer และNotebookจะมีการขยายยอดขายที่มากขึ้นในช่วง 2 ปี มียอดขายเพิ่ม 20%และสูงสุด 50%ใช้งบประมาณ 50ล้านบาท

## ตารางอุปสงค์

ราคา P	อุปสงค์ตลาดรายที่ 1 จำนวนเครื่อง(Qd1)	อุปสงค์ตลาดรายที่ 2 จำนวนเครื่อง(Qd2)	ปริมาณอุปสงค์ตลาด (Qd1)+ (Qd2)
5,000	300	400	700
4,500	400	500	900
4,000	500	600	1100
3,500	600	700	1300
3,000	700	800	1500
2,500	800	900	1700
2,000	900	1000	1900
1,500	1000	1500	2500
1,000	1500	2000	3500
500	2000	2500	4500



### พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า

ลักษณะสินค้าเป็น **สินค้าปกติ** เป็นสินค้าที่สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ถ้าผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นและถ้าผู้บริโภคมีรายได้น้อยลงก็จะลดปริมาณการซื้อลง

เนื่องด้วยต้องทำการสั่งซื้อหรือเครื่อง Computer ในจำนวนมากดังนั้นทางมหาลัยต่างๆจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงผลได้ และผลเสียของเงินทุนที่ได้รับเมื่อระยะเวลาเสื่อมลงจากค่าอุปกรณ์ที่ใช้งานในเวลาตามระยะของสินค้าเอง

ในปี พศ.2547 ถึงปี พศ.2552 สินค้าทางด้าน Computer และ Notebook ได้เข้ามามีบทบาทในสถานศึกษามากขึ้นเนื่องการเรียนการสอนได้มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่จำเป็นต้องมีสื่อการสอนที่ทันสมัยมากขึ้นตามความต้องการที่จะผลิตบุคลากรที่ทางตลาดยอมรับดังนั้นมหาลัยชั้นนำจะเป็นเครื่อง Computer และ Notebook เข้าเป็นการพัฒนาบุคลากร

ดังนั้นตลาดสินค้าทาง Computer และ Notebook จึงสามารถเข้ามาแข่งขันในทางมหาวิทยาลัยซึ่งจากเดิมจะตอบสนองความต้องการเพียงในบริษัทหรือครัวเรือนเท่านั้น ทำให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้นเพราะทางมหาลัยต้องการเครื่อง Computer และ Notebook ที่ต้องการมีปริมาณที่มาก ประกอบกำลังในการซื้อและการสนับสนุนงบประมาณทางภาครัฐ

### ลักษณะตลาดของสินค้า

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เป็นรูปแบบหนึ่งของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์

### ลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. มีผู้ขายและให้บริการจำนวนมาก ต่างผลิตสินค้าออกมาขายกันในตลาด
2. สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างกันในทัศนะของผู้ซื้อ และสามารถทดแทนกันได้ ทำให้ผู้ผลิตแต่ละรายมีอำนาจในการกำหนดราคา โดยสามารถขายสินค้าที่ต่างกัน

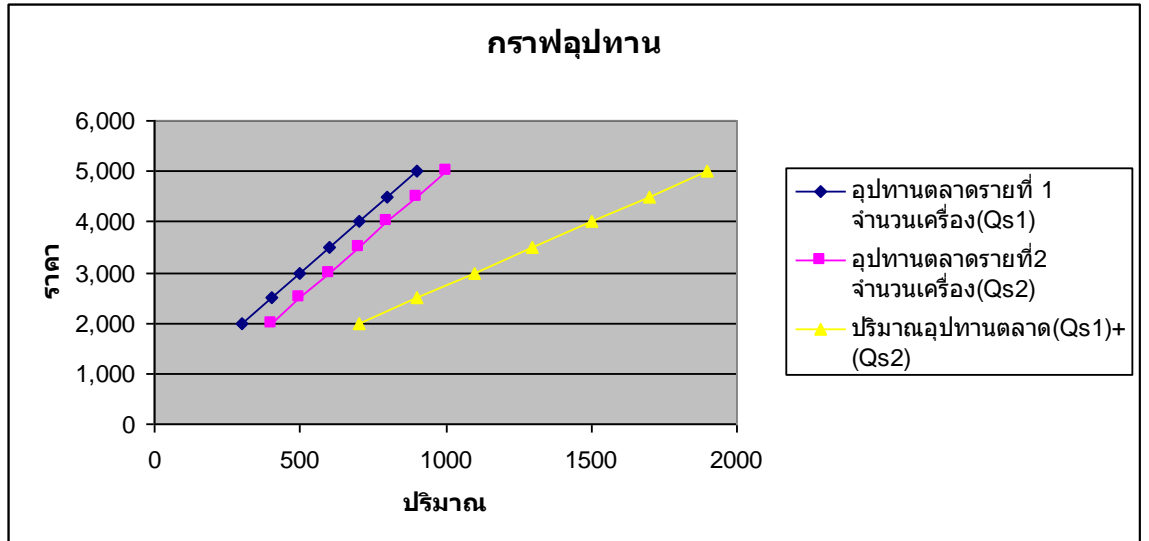
### อุปทานในการจัดเข้าเครื่อง **Computer** หรือ **Notebook**

การเช่าบริการซื้อเครื่อง Computer ในระบบการแข่งขันทำให้เครื่อง Computer ที่ทางมหาลัยจัดนำเข้ามาต้องมีศักยภาพผู้ประกอบการต้องมีการบริหารจัดการและเป็นที่รู้จักของทางตลาดในการดูแลสินค้าที่มีปริมาณมากเพื่อสนองกับจำนวนที่ต้องการใช้งานดังนั้นผู้ผลิตต้องสามารถผลิตสินค้าที่มากขึ้นสนองความต้องการของลูกค้าด้านการบริการ

ทางผู้ประกอบการจะทำการจัดซื้อเครื่อง Computer หรือ Notebook ตามยี่ห้อตามการตลาดดังนั้นในแต่ละปีเครื่อง Computer หรือ Notebook จะไม่เป็นชนิดเดียวกันแต่จะดูตามคุณภาพและราคาและประกันตามนโยบายที่ได้มา ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถเสนอขายสินค้าตามข้อกำหนดที่ได้รับโดยทางมหาลัยจะมีการเปิดซองและตรวจรับตามปริมาณที่ต้องการ

ตารางผู้บริโภครวมทั้ง 2 รายรวมกันจะได้สมการอุปทานของตลาด

ราคา P	อุปทานตลาดรายที่ 1 จำนวนเครื่อง (Qs1)	อุปทานตลาดรายที่2 จำนวนเครื่อง(Qs2)	ปริมาณอุปทานตลาด (Qs1)+ (Qs2)
5,000	900	1000	1900
4,500	800	900	1700
4,000	700	800	1500
3,500	600	700	1300
3,000	500	600	1100
2,500	400	500	900
2,000	300	400	700



### วิเคราะห์แนวโน้มตลาดสินค้า

#### ตลาดคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ (Computer Hardware)

ในปีหน้าคาดว่าจะมีแนวโน้มชะลอตัวลงต่อเนื่องจากปีนี้ เนื่องจากการชะลอการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคจากความไม่มั่นใจในภาวะเศรษฐกิจ อีกทั้งคาดว่าจะเกิดการแข่งขันในตลาดอย่างรุนแรงทั้งด้านราคาและไม่ใช่ราคา โดยเฉพาะในตลาดคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่เครื่องราคาถูกลงจะมีส่วนแบ่งในตลาดมากขึ้นจากผลของภาวะเศรษฐกิจ รวมทั้งการทำตลาดของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีราคาถูกลง ส่วนตลาดจอคอมพิวเตอร์คาดว่าสัดส่วนของจอ LCD (Liquid Crystal Display) จะเพิ่มสูงขึ้นกว่าจอ CRT (Cathode Ray Tube) เป็นอย่างมาก โดยจอ CRT มีแนวโน้มจะหมดไปจากตลาด เนื่องจากผู้ผลิตจอ CRT หลายรายได้หยุดการผลิตไปแล้ว ตลอดจนมีเทคโนโลยีจอภาพใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด เช่น LED (Light Emitting Diodes) ซึ่งมีความเร็วในการตอบสนองต่อภาพสูงและประหยัดพลังงาน เป็นต้น ส่วนการลงทุนด้าน System อาจชะลอลงอย่างมาก เนื่องจากการลงทุนที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ทำให้องค์กรต่างๆ คงต้องชะลอการลงทุนไว้ก่อน

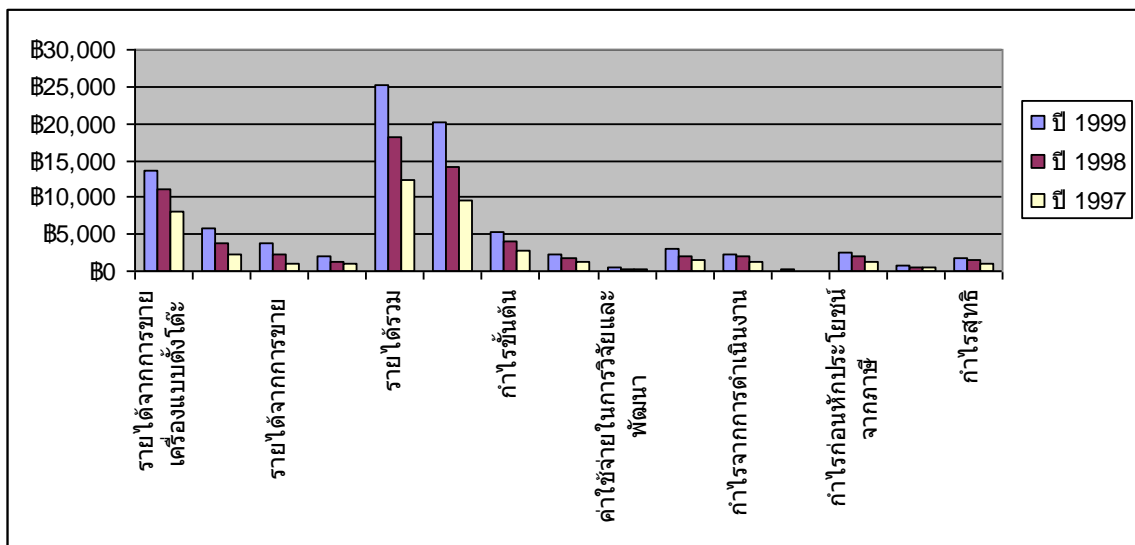
#### ตลาดคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ (Computer Software)

คาดว่าจะมีแนวโน้มชะลอตัวลงเช่นกัน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอลง โดยคาดว่าภาคเอกชนซึ่งมีสัดส่วนในตลาดกว่าร้อยละ 65-70 จะชะลอการลงทุนด้านไอที ไม่ว่าจะเป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 28 โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ที่มีสัญญาณการชะลอตัวอย่างชัดเจน สถาบันการเงินที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 17 ก็อาจจะมัวระวังค่าใช้จ่ายมากขึ้น อีกทั้งได้ดำเนินการลงทุน

เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงตามกฎ Basel II ไปแล้วส่วนหนึ่งในปีนี้ แม้ยังคงคาดว่าจะมีการลงทุนในบางส่วน เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการแก่ลูกค้าและขยายตลาด เช่น ธุรกิจการเงินออนไลน์ บริการข้อมูลทางการเงินออนไลน์ เป็นต้น ส่วนซอฟต์แวร์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่มีโอกาสที่จะขยายตัวสูงขึ้นหากมีการเปิดให้บริการระบบ 3G ซึ่งจะทำให้เกิดการลงทุนเพื่อพัฒนา Content ต่างๆ แต่ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในปีหน้า อาจทำให้ผู้ให้บริการเครือข่ายมีโอกาสที่จะปรับลดหรือชะลอการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม นอกจากนี้ ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ยังคงอยู่ในระดับสูง จากการสำรวจของ BSA (Business Software Alliances) ในปี 2550 ไทยมีอัตราการละเมิดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์อยู่ที่ประมาณร้อยละ 78 โดยคิดเป็นมูลค่าความสูญเสียทางเศรษฐกิจสูงถึง 468 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ปี พศ	ปี 1999	ปี 1998	ปี 1997
รายได้จากการขาย เครื่องแบบตั้งโต๊ะ	13,568	10,979	8,022
รายได้จากการขาย โน้ตบุ๊ก	5,847	3,859	2,210
รายได้จากการขาย	3,828	2,193	1,028
รายได้จากการขายสินค้า อื่นๆ	2,022	1,212	1,067
<b>รายได้รวม</b>	<b>25,265</b>	<b>18,243</b>	<b>12,327</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายโดยตรง</b>	<b>20,047</b>	<b>14,137</b>	<b>9,605</b>
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>5,218</b>	<b>4,106</b>	<b>2,722</b>
ค่าใช้จ่ายด้านงานขาย และการจัดการ	2,387	1,788	1,202
ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและ พัฒนา	568	272	204
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงาน</b>	<b>2,955</b>	<b>2,060</b>	<b>1,406</b>

กำไรจากการดำเนินงาน	2,263	2,046	1,316
รายได้อื่นๆ	188	38	52
กำไรก่อนหักประโยชน์จากภาษี	2,451	2,084	1,368
หักประโยชน์จากภาษีรายได้	785	624	424
กำไรสุทธิ	1,666	1,460	944



### วิเคราะห์กลยุทธ์ในการแข่งขัน หรือการรักษาสภาพทางการตลาด

บริษัท Nata Technology.ac.th. ได้ตั้งขึ้นเมื่อเดือนธันวาคม พศ.2540 ได้ก่อตั้งด้วยทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 6 ล้านบาทโดยทำการก่อตั้งครั้งแรกที่ประเทศมาเลเซีย และในปี พศ.2547 ได้มีการร่วมทุนกับบริษัท ฮัลลชิสิน ประเทศฮ่องกงโดยนำเสนอผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์ให้กับบริษัทชั้นนำทั่วไป ต่อมาได้มีการขยายสาขาออกในแถบทวีปเอเชีย ซึ่งได้แก่ ประเทศไทย, ประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม ในปี พศ.2550 ซึ่งดำเนินธุรกิจนำเสนอผลิตภัณฑ์จำพวกระบบคอมพิวเตอร์ให้กับบริษัทชั้นนำทั่วไปเหมือนกัน จนมาถึงปี พศ.2551 ได้มีพนักงานเพิ่มขึ้นเป็น 220 คนแบ่งเป็น พนักงานทั่วไปจำนวน 160 คน และเป็นวิศวกรคอมพิวเตอร์ จำนวน 60 คนและได้ดำเนินธุรกิจมาถึงในปัจจุบัน

บริษัท Nata Technology.ac.th.. มีทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านสารสนเทศในแผนกของวิศวกรที่จะให้การสนับสนุนระบบเบื้องหลังองค์กรสำหรับความต้องการของระบบสารสนเทศด้วยการทำงานร่วมกับทีมขายวิศวกรได้เพิ่มความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีในการช่วยเหลือลูกค้าในส่วนการออกแบบระบบที่เหมาะสมสำหรับความต้องการทางธุรกิจไม่ว่าความต้องการของลูกค้าจะเปลี่ยนไปแค่ไหนความสามารถของวิศวกรก็ได้มีการพัฒนาต่อเนื่องเพื่อที่รองรับกับความต้องการได้

### ลักษณะปัญหาที่เกิดขึ้นในบริษัท

ปัจจุบันจากสภาพะตลาดของระบบคอมพิวเตอร์โดยทั่วไปมีการขยายขึ้นเป็นมากซึ่งด้วยจากระบบเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่เข้ามาช่วยในการตอบสนองความต้องการทางด้านธุรกิจที่มีการแข่งขันทางด้านความรวดเร็ว ความปลอดภัยของข้อมูลจึงทำให้ตลาดการคอมพิวเตอร์ขยายตัวอย่างรวดเร็วจึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างสูงทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ ๆ เป็นจำนวนมากจึงทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงมากเพื่อต้องการแย่งส่วนแบ่งการตลาดที่มีอยู่อย่างจำกัดทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านตัว ราคาของผลิตภัณฑ์จึงมีผลกระทบส่งผลให้กำไรของลดลงโดยมีผลประกอบการดีขึ้นแต่ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนดจึงทำการศึกษาเพื่อการพัฒนากลยุทธ์เพิ่มผลประกอบการโดยการแข่งขันในตลาดคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่จะเน้นไปในเชิงการแข่งขันทางด้านราคาซึ่งปริมาณการขายจะมีมากขึ้นตามความต้องการของตลาดก็ตามแต่ในส่วนของตัวผลกำไรนั้นได้รับผลกระทบโดยมีกำไรลดลงจากในอดีตที่เคยได้โดยประมาณในปี พ.ศ. 2541-2545 ผลกำไรจะเฉลี่ยอยู่ประมาณ 15%-30% ต่อการขายหนึ่งครั้งแต่ในสภาวะการแข่งขัน ณ.ปัจจุบันนั้นส่งผลให้มีผลกระทบโดยตรงกับตัวกำไรในการขายแต่ละครั้งตั้งแต่ปี

พ.ศ. 2551 จนถึง ณ.ปัจจุบันนั้นจะมีผลกำไรเฉลี่ยอยู่ประมาณ 8%-20% ซึ่งถ้าเทียบกับประวัติในอดีตนั้นทำให้ทราบถึงแนวโน้มของกำไรในอนาคตที่ลดลง

### ดูสภาพและการเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าของเครื่อง Computer และNotebookและอุปกรณ์ที่มีผลต่อราคาที่กำหนดทางท้องตลาดคือระยะเวลาที่สินค้าออกจำหน่าย ในช่วงแรกเป็น

สินค้าตัวใหม่ค่าความนิยมของผู้บริโภคทางท้องตลาดจะให้ความสนใจแต่ไม่เต็มใจซื้อเนื่องจากค่าราคาในระแวกเวลานั้นยังสูง และมีการแข่งขันของผู้ประกอบการที่เป็น

ตัวแทนของสินค้าเครื่อง Computer และ Notebook มีสูงแต่ทางมหาวิทยาลัยจะต้องการสินค้าตัวใหม่เพื่อใช้ในการทำงานดังนั้นยอดขายในตลาดจะมีการถ่วงดุลซึ่งกันและกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดตามทางมหาวิทยาลัยให้ได้โดยเน้นการบริการด้านการขายที่เข้ามาช่วยในการตัดสินใจของทางมหาลัย

แต่เมื่อราคามีการปรับตัวลงจำนวนการขายจะมียอดขายสูงขึ้นเพราะราคาถูกลงเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคและการบริการหลังการขายจะมีส่วนในการตัดสินใจเพราะผู้บริโภคมีความพอใจและมีกำลังในการซื้อ

ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2547 ทางมหาวิทยาลัยชั้นนำต้องการนำระบบเช่าเครื่อง Computer และ Notebook ที่มีจำนวนมาก ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องเป็นตัวแทนในการจัดซื้อหรือตัวแทนของเครื่อง Computer และ Notebook ยี่ห้ออื่นที่สามารถบริการหลังการขายได้ ทำให้เกิดการแข่งขันทางการบริการหลังการขายเพราะเป็นการช่วยให้การตัดสินใจของลูกค้าได้ง่ายขึ้น

กรณีการเช่าเครื่อง Computer และ Notebook ทางมหาวิทยาลัยจะทำสัญญาเช่าเครื่อง Computer และ Notebook เป็นระยะเวลา 3 ปี

ดังนั้น ระยะเวลาที่ทางมหาลัยทำการเช่าเครื่อง อุปกรณ์จะการเสื่อมของอุปกรณ์ต่างๆตามเวลาใช้งานทำอุปกรณ์มีการชำรุดเร็วกว่าปกติ แต่ราคาอุปกรณ์จะมีการลดราคาลงเรื่อยๆ ดังนั้นราคาต้นทุนจะมีน้อยตามไปด้วยแต่เมื่อราคามีการอยู่ตัวและอุปกรณ์ชิ้นนั้นหมดลง ราคาชิ้นจะมีราคาสูงขึ้นเกินราคาทุนเนื่องจากอุปกรณ์ Computer และ Notebook การผันแปรที่เร็วมาก ดังนั้นในการในการทำสัญญาต้องคำนึงถึงกลไกทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลง

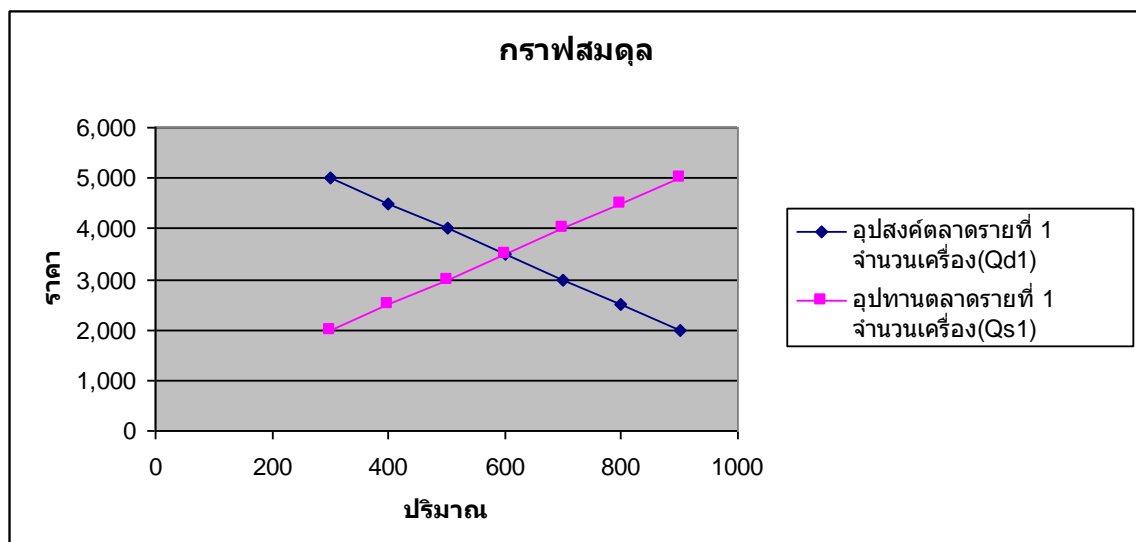
เมื่อเครื่องเช่าการหมดสัญญา ต้องดูถึงจุดคุ้มทุนที่จะเครื่องมาใช้งานหรือเสนอต่อสัญญาเนื่องด้วยเครื่องที่อายุเกินการใช้งานอาจเกิดการชำรุด และการเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์ที่อาจสูงขึ้นเกินราคาที่เป็นอยู่ซึ่งทำการทางผู้ประกอบการอาจขาดทุนได้

กรณีดังกล่าว ทางผู้ประกอบการควรหาทางจำหน่ายสินค้าออกด้วยเป็นการขายออกตลาดในราคาที่ถูกลง ให้เป็นการขายขาด อาจจะทำการประมูลให้โรงเรียนที่มีความสนใจในราคาที่ถูกกว่าท้องตลาด หรือ ทางผู้ประกอบการควรจะทำกักตุนสินค้าบางประเภทเช่น Ram จะมีราคาสูงขึ้นเมื่อมีระยะเวลาที่นานขึ้นเพราะสินค้าประเภทนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทำเมื่อมี Update เครื่อง Computer และ Notebook ที่เป็นตัวเก่า

หรือตัวสินค้าที่ชำรุด ยังต้องใช้อุปกรณ์ตัวเดิมอยู่ซึ่งมีอยู่ไม่น้อย ทำให้สามารถขายสินค้า หรือปล่อยสินค้าตัวเก่า ที่เก็บไว้สามารถเพิ่มมูลค่าราคาของเก่าให้มีราคามากขึ้น ส่วน เครื่องที่ใหม่ ราคาสินค้าจะมีราคาที่ลดลงตามระยะเวลา 3 เดือน ทำให้ผู้ประกอบการ ควรปล่อยสินค้าหรือประมวลราคาเข้ามาเสนอขายต้องเป็นสินค้าที่ทันสมัยในระยะเวลาที่ ตลาดนั้นเป็นหรือมีอุปกรณ์ที่มากกว่าที่ทางท้องตลาดมี เพื่อสนองความต้องการของ ลูกค้าต้องมีคุณภาพการใช้งานที่มากและอายุการใช้งานที่มากเพื่อให้อายุการใช้งานที่ เกิดการชำรุดที่น้อยลง ในเวลาที่ราคาสินค้าของอุปกรณ์ที่แพงซึ่งอาจมีผลต่อต้นทุนที่ สูงขึ้นอีกด้วย

### ตารางเปลี่ยนแปลงจุดดุลภาพของการเช่าเครื่อง Computer

ราคา P	อุปสงค์ตลาดรายที่ 1 จำนวนเครื่อง(Qd1)	อุปทานตลาดรายที่ 1 จำนวนเครื่อง(Qs1)	ปริมาณสินค้า (+)(-)	แนวโน้ม เพิ่ม,ลด
5,000	300	900	600	ลด
4,500	400	800	400	ลด
4,000	500	700	200	ลด
3,500	600	600	0	คงที่
3,000	700	500	-200	เพิ่ม
2,500	800	400	-400	เพิ่ม
2,000	900	300	-600	เพิ่ม



## วิธีการศึกษา

1. การศึกษาเบื้องต้น จะทำโดยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูล ภายในบริษัท เพื่อใช้เป็นกรอบภาพรวมสำหรับอุตสาหกรรมที่ทำการศึกษา
2. การศึกษาในเชิงคุณภาพโดยจะดำเนินการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ฝ่ายคอมพิวเตอร์ ที่เป็นผู้ค้ารายสำคัญในรายอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ ตามแนวคิด SWOT, Five Force และนำข้อมูลมารวบรวมเพื่อใช้ทฤษฎี มาวิเคราะห์ต่อไปตามประเด็นดังนี้

### 2.1 สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

### 2.2 การประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนในองค์กร

### 2.3 คู่แข่งโดยตรงและโดยอ้อม

ทั้งนี้ การศึกษาตามหัวข้อ 3. และ 4. ดังที่ปรากฏข้างล่าง จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิและ ทฤษฎีข้างต้นเป็นหลัก

3. นำข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิที่ได้ มากำหนดสินค้าในแต่ละอุตสาหกรรม และทำการวิเคราะห์ ข้อมูลโดยประยุกต์การวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis ได้แก่ จุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส (O) และอุปสรรค (T) ของอุตสาหกรรมตามที่ระบุ ใน 2 สถานการณ์ที่สำคัญคือ

### 3.1 สถานการณ์ปัจจุบันโดยทั่วไป

### 3.2 สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ

4. ประมวลผลทางด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน1 ความพร้อม และเสนอแนะแนวทางการ ปรับตัวแก้ไขรับมือกับสถานการณ์ ตามกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

## 4. ผลการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ สามารถสรุปได้ว่า การแข่งขันในธุรกิจคอมพิวเตอร์นั้นมีมาก เนื่องจากในปัจจุบันมีคู่แข่งจำนวนมาก และผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ในท้องตลาดทั่วไปมีความแตกต่างในด้านคุณสมบัติน้อย แต่ทว่าการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิเป็นหลัก และจากการสำรวจผู้บริหารฝ่ายคอมพิวเตอร์ในองค์กรเอกชนจำนวน 5 รายได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

### เรียงระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทจำหน่ายระบบ

### คอมพิวเตอร์

อันดับแรก ที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจ จะเป็นที่ **ตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์** ต้องมีคุณภาพที่ดี ตรงกับความต้องการในการใช้งานมากที่สุด

**อันดับสอง** คือ ด้าน**ความมั่นคงของบริษัท**หรือองค์กรเป็นที่น่าเชื่อถือได้ มีชื่อเสียงในด้านที่ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจหรือก่อตั้ง ต้องดำเนินธุรกิจมานานพอสมควร  
**อันดับที่สาม** เน้นที่**ความรวดเร็วในการให้บริการ** เป็นการเอาใจใส่ที่มีให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้ามีปัญหาติดต่อไป ทางองค์กรสามารถจัดหาช่างหรือผู้ดูแลเข้ามาแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

**อันดับที่สี่** เมื่อลูกค้ามีปัญหาทาง**ด้านเทคนิค** พนักงานต้องมีความรู้ประสบการณ์ความเชี่ยวชาญชำนาญ สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

**อันดับที่ห้า** **ราคาต้องเหมาะสม**กับคุณภาพของสินค้า แต่จะไม่มุ่งเน้นสินค้าที่มีราคาถูกที่สุดมาก่อนเพราะคุณภาพอาจจะไม่ได้ตามมาตรฐาน

**อันดับที่หก** จะอยู่ที่ตัวพนักงานขายเองต้อง**มีความรู้ความเข้าใจทางด้านตัวสินค้า** เป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเหมาะสมแก่ลูกค้าได้ การมีความจริงใจและการเอาใจใส่ดูแลอย่างสม่ำเสมอ

**อันดับที่เจ็ด** เกี่ยวกับ**ด้านการจัดส่งสินค้าต้องมีความรวดเร็ว** ตรงต่อเวลาที่ได้นัดหมาย และสินค้าต้องครบถ้วนถูกต้องตามจำนวนที่สั่งไว้

**อันดับที่แปด** การให้เครดิตสำหรับลูกค้า 30 วันตามหลักเกณฑ์ทั่วไปกระบวนการต่อรองเพื่อทำการคัดเลือกบริษัทที่ขายเกี่ยวกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ จากทางมหาลัย

**STEP 1** - ฝ่ายคอมพิวเตอร์หาข้อมูลการใช้ระบบ ดูตามความเหมาะสม

**STEP 2** - ฝ่ายคอมพิวเตอร์ศึกษาข้อมูลทางด้านเทคนิค จากผู้เชี่ยวชาญ

**STEP 3** - ฝ่ายคอมพิวเตอร์จาก SI (System integration) 3 ราย เพื่อทำการเปรียบเทียบ และทำการตัดสินใจ

**STEP 4** - ฝ่ายคอมพิวเตอร์นำเสนอผู้บริหารระดับสูง (PD) เพื่อทำการอนุมัติงบประมาณ

**STEP 5** - ฝ่ายคอมพิวเตอร์เริ่มการจัดซื้อ

องค์กรประกอบทำให้เกิดเป็นปัจจัยในการเลือกเลือกตัวแทนจำหน่ายระบบคอมพิวเตอร์

1. **ด้านชื่อเสียงของบริษัท** ต้องดำเนินธุรกิจหรือก่อตั้งมานานพอสมควรในตลาดคอมพิวเตอร์ มีความมั่นคงเป็นที่น่าเชื่อถือได้ รวมไปถึงทำเลที่ตั้งของบริษัทสามารถเดินทางได้สะดวก

2. ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ ต้องตรงกับความต้องการในการใช้งานมากที่สุด มีมาตรฐาน
3. สำคัญที่ความเร็วในการให้บริการและการจัดส่ง ต้องตรงต่อเวลา และถูกต้อง
4. ด้านราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่จะได้รับ สามารถต่อรองได้จนเป็นที่พึงพอใจของทั้งสองฝ่าย
5. ต้องมีความรู้ความเข้าใจทางด้านเทคนิคเป็นอย่างดี พนักงานต้องมีความชำนาญแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดและถูกต้อง
6. พนักงานขายต้องมีความซื่อสัตย์ จริงใจ มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าและบริการเป็นอย่างดีสามารถให้ความช่วยเหลือและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ พร้อมทั้งต้องมีความดูแลเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอ
7. ด้านการให้เครดิตการขาย สามารถยืดหยุ่นได้บ้างตามความเหมาะสม