

การจัดทำรายงาน

การศึกษาทฤษฎีอุปสงค์ อุปทาน คุณภาพ และแนวโน้มทางการตลาด เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ในการแข่งขัน

(Economics for Telecommunication)

เรื่อง

เสนอ

อาจารย์ มรกต ทิมพุดิ

นำเสนอโดย

นายกนก ตรียศ

รหัส 525159040019

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาเศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจโทรคมนาคม

ปีการศึกษา 2552

สารบัญ

เรื่อง	หน้าที่
ปก	1
สารบัญ	2
GPS กับการดำรงชีวิตของคุณ	3
ข้อมูลแสดงการเปรียบเทียบเครื่อง GPS	4
วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค	5
ข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งาน	6
อุปทานทางการตลาด	8
คุณภาพการของสินค้า	9
การวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาด	10

GPS กับการดำรงชีวิตของคุณ

ขอแนะนำเชิงวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับชีวิตการเดินทางรูปแบบใหม่

GPS

ชีวิตคนเมืองที่ใช้เวลาเดินทางแบบจำกัดรวดเร็วและตรงเป้าหมาย

ความไม่แน่นอนคือความแน่นอน ระหว่างเดินทางหรือขับรถ เรื่องไม่คาดคิดก็อาจเกิดขึ้นได้ การบีบ นทิกเบอร์โทรสำคัญๆเช่นตำรวจทางหลวง ตำรวจรถไฟ หน่วยกู้ภัยสำคัญๆ หน่วยรับแจ้งเหตุ สอบถามเส้นทาง ฯลฯ เพื่อในยามฉุกเฉินเราสามารถนำเบอร์เหล่านี้ออกมาใช้ได้ ซึ่งถ้าให้เร็วกว่านี้ เราควรจับเบอร์ฉุกเฉินเหล่านี้ตั้งเป็นกลุ่มไว้ในสมุดโทรศัพท์ของเครื่อง เพราะในชีวิตประจำวันที่เราต้องไปไหนมาไหน เบอร์โทรเหล่านี้ก็สามารถช่วยเหลือเราจากเหตุฉุกเฉินยามเบื้องต้นได้



GPS Navigator เป็นผู้ช่วยเราได้

มือใหม่... หัดขับหัดใช้ หรือ ผู้เดินทางถ้าการมี GPS สักตัว สามารถช่วยในการตัดสินใจได้ เพราะนอกจากจะช่วยนำทางแล้ว ความสามารถในการบอกระยะทาง บอกความเร็วที่เหมาะสม ความอันตรายของโค้ง ก็สามารถบอกได้ว่า ปั่นน้ำมัน สถานที่สำคัญๆอยู่ในระยะห่างแค่ไหน ซึ่งทั้งหมดสามารถทำให้เราวางแผนการเดินทาง ให้ปลอดภัยได้ ถึงคุณผู้อ่านบางท่านจะขับรถมาแล้วทั่วประเทศ เดินทางมามากมายแค่ไหน แต่ GPS ก็สามารถบอกการเปลี่ยนแปลงของสถานที่ เช่นถนนทำใหม่ ปั่นน้ำมันใหม่ หรือ ถนนที่กำลังก่อสร้างหรือกำลังซ่อมแซม สถานที่บริการ ฯลฯ ก็อาจทำให้การตัดสินใจในการเดินทางผิดพลาดได้ GPS จึงเป็นด่านแรกที่ช่วยให้เราวางแผนการเดินทางได้ **หมายเหตุ : ต้องมีการ Update ข้อมูล**

พฤติกรรมของผู้ใช้งานเครื่องนำทาง GPS ของบริษัท CC&C Corporation Company Limited ในการศึกษาเชิงลึก เพื่อการพัฒนาระบบ สื่อสาร สำหรับชีวิตคนเมือง และ ผู้ที่มีอาชีพออกแบบและสำรวจ หรือผู้ที่สนใจ ในการสำรวจ ปี 2548 – ปี 2551 นั้น

จากการศึกษาเชิงวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐศาสตร์เพื่อความเป็นไปได้และศึกษาหาแนวโน้มความต้องการสำหรับการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่งของ บริษัท ต่อไปได้

ข้อมูล แสดงการเปรียบเทียบคุณสมบัติและคุณภาพของ บริษัทคู่แข่งทางการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ บริษัท HP รุ่น iPAQ Business Messenger



2. ผลิตภัณฑ์ บริษัท MIO INFO NAVIGATOR 240 Series



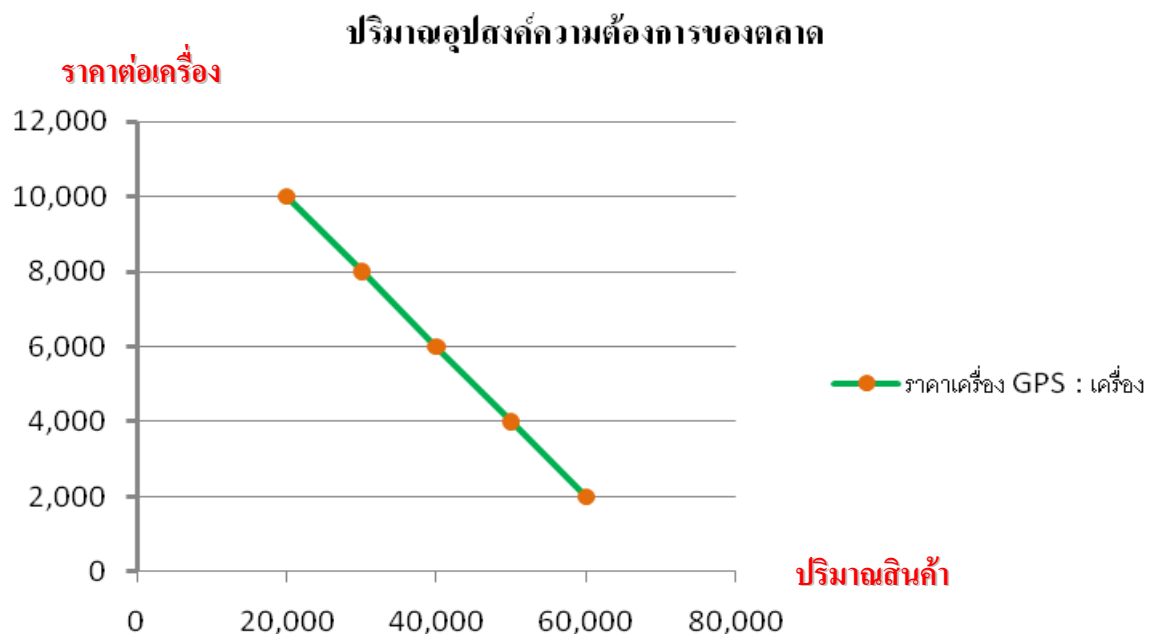
จากการวิเคราะห์หาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ข้อมูลการค้นคว้าแบบสอบถาม จากบริษัท CC&C Corporation Company Limited นั้นจะได้ตารางเพื่อการเปรียบเทียบชนิด กับบริษัท คู่แข่งในปัจจุบันดังนี้

ตาราง : แสดงการความต้องการและใช้สื่ออุปกรณ์ GPS แบบ Navigator ในปี 2548-2551

ราคาเครื่อง GPS : เครื่อง	ปริมาณอุปสงค์ของตลาด (เครื่อง)
10,000	20,000
8,000	30,000
6,000	40,000
4,000	50,000
2,000	60,000

ตารางที่ 1

กราฟปริมาณอุปสงค์ของตลาด



จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งาน GPS Navigator

จากการสำรวจกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้ของผู้ใช้อุปกรณ์นำทาง GPS แบบ Navigator ในกรุงเทพฯ โดยเริ่มจากปี 2548 – ปี 2551 นั้น ผู้ผลิตอุปกรณ์แต่ละบริษัทฯ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1. **กลุ่มแรก คือ ผู้ที่ยังไม่เคยใช้ GPS ใ้มาก่อน** โดยกลุ่มนี้อาจจะมีประสบการณ์ในการจับแบบจำทาง โดยการนำความรู้สึที่คุ้นเคยและการจำทางจำเวลาช่วงเวลาของสภาพการจราจรเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเดินทางจึงไม่มีความรู้สึกว่าการใช้ อุปกรณ์ GPS เป็นเรื่องฟุ่มเฟือยได้
2. **กลุ่มที่สอง คือ ผู้ที่มีอุปกรณ์เครื่อง GPS ใ้ช้อยู่แล้ว** ซึ่งเป็นกลุ่มที่มียานพาหนะใช้ และผู้ที่ทำงานโดยการใช้นถนนหนทางเป็นส่วนใหญ่ หรือแม้ แต่ ผู้ต้องการติดตามตำแหน่งของยานพาหนะ ซึ่งกลุ่มพาณิชย์ประเภทนี้ได้แก่ กลุ่ม ให้บริการรถเช่า รถขนเงิน เรือเดินสมุทรเรือเดินทะเล ขนาดต่างๆ รวมถึงรถไฟฟ้า BTS รถตำรวจ หรือแม้แต่มกลุ่มที่ทำงานด้านวิศวกรรมต่างๆ เช่น งานโยธา งานสำรวจ กลุ่มงานติดตั้งโทรศัพท์ และกลุ่มงานอื่นๆ ที่จำเป็นต้องใช้ ซึ่งส่วนแล้วแต่เป็นกลุ่มที่ต้องทำงานให้มีแบบแผนในการ **บริหารเวลา**

โดยบริษัทฯ ได้เน้นการสำรวจกลุ่มเป้าหมายที่สองนี้ เพื่อหาแนวโน้มทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายของผู้ที่มีอุปกรณ์ GPS อยู่แล้ว โดยกลุ่มคนที่มี GPS ใ้ช้อยู่แล้วจะให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ เพราะตระหนักถึงการ **บริหารเวลา** และการบริหารความ เสี่ยงของเวลา เพราะสังคมเมืองหรือ งาน ด้านวิศวกรรมต่างๆ เช่น งานโยธา งานสำรวจ กลุ่มงานติดตั้งโทรศัพท์ เป็นกลุ่มงานที่ต้องการอุปกรณ์จำพวกเครื่องมือแบบนี้ ทั้งนี้เพื่อรองรับเทคโนโลยีและช่วยทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้สัมฤทธิ์ได้โดยง่าย ถูกต้อง และแม่นยำ ซึ่งปัจจุบันมีหลากหลาย บริษัทฯ ที่ได้ผลิออกมาเพื่อรองรับ ประเภทงานต่างๆ กันไปในปัจจุบันและอนาคต และหาแนวทางการตลาดใหม่

ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลทำให้มีต่อความต้องการสินค้า GPS

1. ต้องการประหยัดเวลา และระยะทาง
2. ต้องการงานให้มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และแม่นยำ
3. ต้องการรู้ถึง ที่ตั้ง ตำแหน่ง ของเป้าหมายที่ต้องการทราบได้อย่างถูกต้องได้
4. เป็นการบริหารเวลา และบริหารความ เสี่ยงได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยการคำนวณที่ถูกต้องและมีหลักการได้
5. เป็นการก้าวทันและตอบสนองในเทคโนโลยีทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้

การวิเคราะห์ความต้องการอุปกรณ์ GPS ทางด้านการตลาดและทางด้านเศรษฐศาสตร์นั้น ณ ระดับราคาที่เกี่ยวข้องกัน ของแต่ละบริษัทฯ ในปัจจุบันที่มีใช้กันอยู่นั้น อุปกรณ์ GPS นี้ปัจจุบันกลายเป็นอุปกรณ์ที่มีความนิยมแพร่หลายอย่างรวดเร็ว ในกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้ใช้ โดยตรงในสายงาน และกลับกลายเป็นว่าในปัจจุบันนั้น แม้แต่ผู้ใช้รถ และไม่ใช้รถ ก็เกิดการตื่นตัว และตอบรับกระแสนิยมในวงกว้าง ทั้งผู้สนใจมานาน ผู้ใช้งาน ผู้ที่เริ่มนิยมใน ศาสตร์แห่งการนำทางนี้อย่างกว้างขวางขึ้นมากในปัจจุบัน

ในปัจจุบันเครื่องมือหรืออุปกรณ์นี้ ได้ ถูกเสนอในราคา ที่อยู่ในปริมาณที่ พอเหมาะไม่แพงในระดับการใช้งานที่ละเอียดแตกต่างกันออกไป ซึ่ง แต่ละบริษัทฯ มีการพัฒนา รูปแบบ รูปทรง ทั้งคุณภาพในการใช้งานที่มีความละเอียดขึ้นเป็นลำดับ ตามความเหมาะสมของราคากันไป ทั้งนี้เพื่อรองรับผู้บริโภคในหลากหลายระดับ ทั้งในระดับ ที่ ตั้งแต่เป็นผู้เริ่มเรียนรู้ใช้งานเบื้องต้น กระทั่งถึงระดับ มีอาชีพหรือรองรับงานเฉพาะทาง ที่ต้องการความแม่นยำสูง

สรุป ได้ว่าอุปกรณ์ GPS นั้นเป็นอุปกรณ์ที่มีความแพร่หลายในสังคมเมือง และนอกเมืองซึ่งมีความหลากหลาย คละกันไปตามประเภทของงาน ซึ่งนับว่าเป็นสินค้าที่มีการใช้งานที่มีความแพร่หลายและไม่แปลกตาเป็น ปกติในปัจจุบัน และซึ่งบางรุ่น บางชนิด มีอยู่ ฟังก์ชัน (Function) แทรกอยู่ในระบบของโทรศัพท์มือถือ หรือแม้กระทั่ง ใน รถยนต์ ซึ่ง ณ ปัจจุบันได้กลายเป็นสิ่งจำเป็น ในการเลือกซื้อรถไปด้วยแล้ว เป็นอุปกรณ์ทำงานเฉพาะทาง (เครื่องมือสำรวจ) ต่างๆ ซึ่งนับว่าเป็นสินค้าที่ครองใจผู้บริโภคในระดับสูงระดับหนึ่งไปแล้วในปัจจุบัน

ลักษณะของสินค้า ประเภทนี้ บริษัทฯ ได้วิเคราะห์และสรุปได้ว่าเป็นสินค้าประเภทนี้ ณ ปัจจุบัน มี การแข่งขันเพื่อที่จะครองตลาดการขายนั่นแบบกึ่งผูกขาด ซึ่งมีการพัฒนานั้นทางด้าน ของเทคโนโลยี ทั้งโดยตรง และบางรายก็เน้นให้เป็นอุปกรณ์เสริม ทั้งนี้บริษัทฯ ที่จะทำการผลิตสินค้าออกมาอย่างชัดเจน โดยเน้น ฟังก์ชัน (Function) ภายใต้ Band โดยตรง อาทิ เช่น บริษัท CC&C เอง หรือบริษัท อื่นที่มีการแข่งขันในด้านการตลาด เช่น บริษัท HP, บริษัท MIO และหรือแม้แต่ บริษัทฯ ยักษ์ใหญ่อ่าง บริษัท Nokia Ericson ต่างก็เกิดใส่ใจที่จะพัฒนาศักยภาพของสินค้า เพื่อเพิ่มความสามารถในการใช้งาน ควบคู่ไปกับตัวสินค้า Band หลัก ทั้งนี้เพื่อเกิดแรงกระตุ้นในการซื้อของผู้บริโภค ให้ได้มากขึ้น ตามกลไกทางการตลาดของแต่ละบริษัท เองอย่างต่อเนื่อง

อุปทานทางการตลาด

กำหนดให้กลไกทางการตลาด นั้นมีผู้ประกอบการทั้งหมด 3 รายด้วยกัน สรุปได้ดังนี้

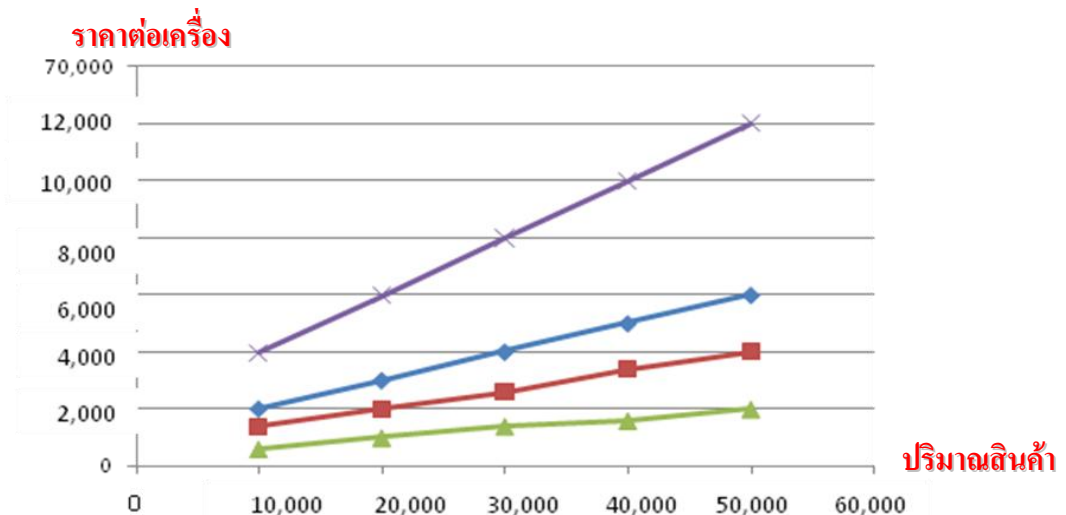
ตาราง : แสดงการความต้องการขายอุปกรณ์ GPS แบบ Navigator ในปี 2548 – 2551

กำหนดให้ในตลาดมีผู้ประกอบการอยู่ 3 ราย ได้แก่ บริษัท CC&C บริษัท HP บริษัท MIO

ราคา (P) บาท	ปริมาณอุปทาน 1 บริษัท CC&C (Qs1)	ปริมาณอุปทาน 2 บริษัท HP (Qs2)	ปริมาณอุปทาน 3 บริษัท MIO (Qs3)	ปริมาณอุปทานตลาด (Qsm = Qs1+Qs2+Qs3)
2,000	10,000	7,000	3,000	20,000
4,000	15,000	10,000	5,000	30,000
6,000	20,000	13,000	7,000	40,000
8,000	25,000	17,000	8,000	50,000
10,000	30,000	20,000	10,000	60,000

ตารางที่ 2

กราฟปริมาณอุปทานของตลาด

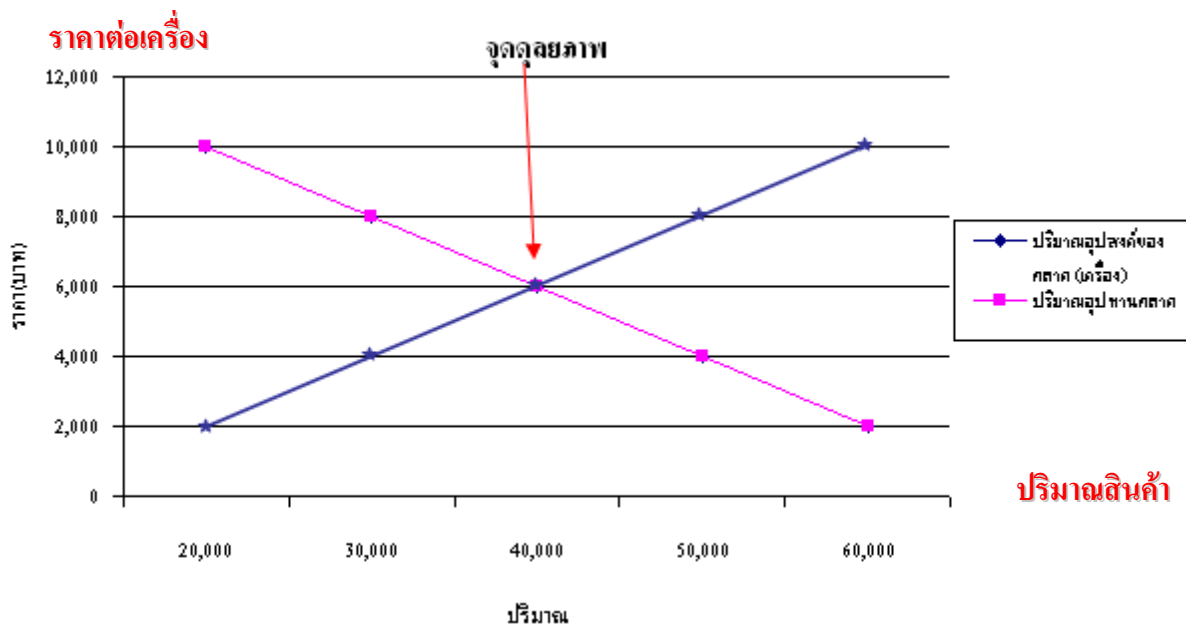


คุณภาพการเปลี่ยนแปลงของสินค้า ณ ระดับราคา ที่มีความต้องการซื้อและความต้องการขายสินค้าเท่ากัน

ราคา GPS ต่อเครื่อง (บาท)	ปริมาณอุปสงค์รวม ของตลาด (เครื่อง)	ปริมาณ อุปทานรวม ของตลาด (เครื่อง)	ปริมาณสินค้า สั้นตลาด(+) ขาดตลาด(-)	แนวโน้มของราคา (เพิ่มขึ้น,ลดลง)
10,000	20,000	60,000	-40,000	ลดลง
8,000	30,000	50,000	-20,000	ลดลง
6,000	40,000	40,000	0	คงที่
4,000	50,000	30,000	20,000	เพิ่มขึ้น
2,000	60,000	20,000	40,000	เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3

กราฟแสดงปริมาณดุลยภาพทางการตลาด ระหว่างผู้ผลิต และผู้ใช้ GPS



จากกราฟข้างต้น สามารถ **สรุป** ได้ว่า ราคาและปริมาณ ณ จุด ดุลย ภาพ คือปริมาณที่ผู้ผลิตบริษัทฯ จากที่ได้สำรวจ และปริมาณที่ผู้ใช้หรือผู้บริโภค รับประทานหรือตกลงกันได้ นั่นคือที่ระดับราคา 6,000 บาท ต่อ การผลิตอุปกรณ์ GPS ที่ ระดับการผลิต 40,000 เครื่อง หรือ ตกลงและมีการผลิตที่คุ้มทุนที่ราคา 6,000 บาท ต่อเครื่อง

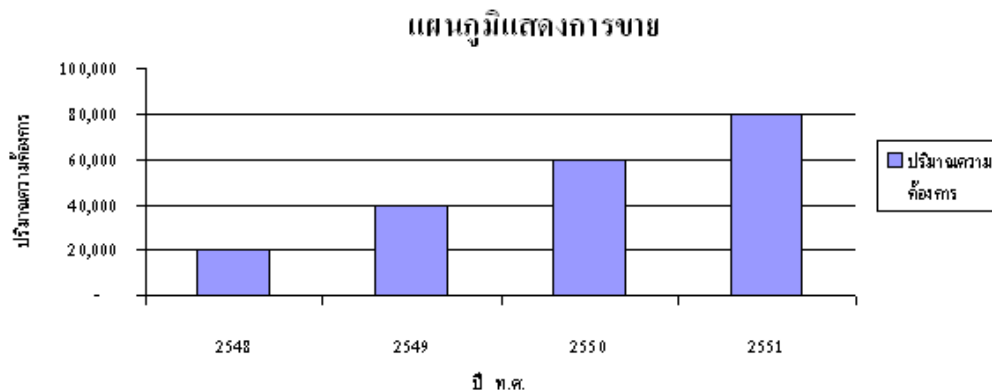
การวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาด

ซึ่งเป็นข้อที่จะต้องยอมรับว่า ขั้นตอนของการเจริญเติบโต ของการทำธุรกิจ ประเภท เครื่อง GPS นี้ ยิ่งนับวันจะเป็นส่วนแบ่งทางภาคธุรกิจด้าน โทรคมนาคม มากยิ่งขึ้น และเป็นไปอย่างรวดเร็วมาก ซึ่งทั้งนี้เพราะอุปกรณ์ประเภทนี้ สามารถ นำมาใช้งานและคัดแปลงค วามสมรรถภาพโดยตัวของเครื่องเองได้หลากหลาย และพร้อมที่จะใช้งานร่วมหรือเป็นฟังก์ชัน (Function) ร่วมกับอุปกรณ์ประเภทอื่นได้ เช่น โทรศัพท์มือถือ ซึ่งนับว่าเป็นการพัฒนาอย่างมากหรือใช้ร่วมกับระบบของรถยนต์ (บางรุ่น) ซึ่งปัจจุบัน บริษัท ที่ประกอบรถยนต์ ต่างยอมรับใ นประสิทธิภาพ และพร้อมที่จะนำอุปกรณ์ PPS ประเภทนี้ไป ออกแบบ (Design) ใช้เพราะนอกเหนือจะเพิ่มรูปแบบของความหรูหราแล้วยังบ่งบอก และแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้มีรสนิยม และคุณภูมิจำนวน่าเชื่อถือได้และในอนาคตต่อไป ระบบ และเครื่อง GPS นี้จะอยู่ในชีวิตประจำวันมากขึ้นตามลำดับได้

จากการคาดการณ์และวิเคราะห์ ของบริษัทสรุป ไตรมาตรฐาน นี้ว่าในสภาพเศรษฐกิจ ปัจจุบันของปีนี้ และรวมทั้งกระแสตอบรับการใช้งานเครื่อง GPS จะเป็นไปแบบมากขึ้นและสูงขึ้น ซึ่งเป็นผล จากการสำรวจผู้ผลิตและผู้ใช้งาน และ ยังไม่เคยใช้งานเครื่อง GPS ซึ่งจะสามารถส่งผลให้มีแรงกระตุ้นในกระบวนการผลิต รวมทั้งกระบวนการพัฒนาสมรรถนะ ของระบบให้มากยิ่งขึ้น อันเนื่องจาก บริษัทฯ ได้เล็งเห็นตลาดอันเนื่องมาจากกระแสนิยม และตอบรับอย่างมากมาย

การวิเคราะห์กลยุทธ์ในการแข่งขัน และแนวโน้มความต้องการในอนาคต

ณ ปัจจุบัน จากสภาพทางการแข่งขันด้านการตลาด ในปัจจุบันนับว่ามีคู่แข่งทางการตลาดไม่มากรายนัก ซึ่งจากตลาดยักษ์ใหญ่ข้างต้นต่างก็มีกลยุทธ์ ในการที่จะผูกมัด หรือขอมีส่วนแบ่งทางการตลาด เพราะทุกบริษัท ต่างก็อยากที่จะนำเสนอเทคโนโลยี ระบบ ทั้งในส่วนที่เป็นระบบที่ใช้งานโดยตรง หรือเทคโนโลยีเสริม เข้าไปใน ทุกเทคโนโลยีการสื่อสารในทุกๆ ทาง โดยกรณี นี้ บริษัทฯ จำต้องตระหนักถึงการพัฒนา รูปแบบศักยภาพการใช้งาน การพัฒนาระบบ การพัฒนา รูปทรง และการพัฒนาบุคลากร ที่พร้อมจะสร้างสรรค์งานออกมาอยู่ตลอดเวลาได้



แผนภูมิแสดงปริมาณความต้องการของตลาดผู้ใช้อุปกรณ์ GPS ตั้งแต่ปี 2548 – ปี2551 นั้นได้แสดงถึงการเจริญเติบโตของตลาดอย่างชัดเจน เนื่องจากปัจจุบัน กลุ่มผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างนั้นได้นิยมใช้มากขึ้นเป็นลำดับ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพราะความต้องการโดยตรง และความต้องการที่จะเป็นอุปกรณ์เสริม

ทั้งนี้บริษัทฯ หรือฝ่ายงานที่รับผิดชอบในโครงการนี้ จะ ต้องจัดทำแบบทดสอบ แบบสอบถาม ถึงเรื่องความต้องการใช้ ที่แต่ละสายอาชีพ ความจำเป็นในชีวิตประจำวัน หรือแม้แต่ผู้ที่ไม่เคยรู้จัก หรือผู้ที่ไม่เคยใช้ เพื่อให้ได้รู้จักถึงความสำคัญ และความน่าที่จะใช้เครื่อง GPS ได้ หรือ จัด Event, Road Show หรือการ เผยแพร่ทาง Web Site ให้ได้ทราบ ซึ่งการนำเสนอในรูปแบบต่างๆนี้เพื่อ ให้ได้กระจายข่าวสาร ไปให้ได้หลายทาง เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เพื่อการวิเคราะห์ อย่างมีหลักฐาน และเป็นการสำรวจและเป็นการรักษาสภาพทางการตลาด ทางอ้อมไปในตัวด้วย

รายงาน ดังกล่าวสำเร็จลงได้ ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณทุกข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ต และ บริษัทต่างๆ ที่ผู้จัดทำรายงานได้อย่างถึง และขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ มรกต จันทวุฒิ วัฒน ที่นี้ด้วย

นายกนก ตริยศ

วันที่ 11 กรกฎาคม 2552