

รายงาน

วิชา เศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจโทรคมนาคม TM513

ผลการศึกษา อุปสงค์ อุปทาน คุณภาพของตลาด
เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ในการแข่งขันของจอ LCD

นำเสนอ

อาจารย์ มรกต ทิฆมพุมิ

ผู้เสนอ นายสุจินต์ ยืนองอาจ

รหัส 525154090007

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาเศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจโทรคมนาคม
ปีการศึกษา 2552



วิเคราะห์ตลาดจอ LCD

ในปัจจุบันนี้ หากเราสังเกตความนิยมในการเลือกใช้งานจอคอมพิวเตอร์ หรือมอนิเตอร์แล้ว จะเห็นได้ว่าความนิยมในการเลือกจอภาพแบบ LCD มาใช้งานแทนที่จอขนาดใหญ่อย่าง CRT รุ่นเก่านั้นมีเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นแบบเครื่องคอมพิวเตอร์แบบประกอบขึ้นมาหรือเครื่องคอมพิวเตอร์แบบมีอินเตอร์เบรนต์ที่มักจะมากับจอ LCD ทั้งที่ดูราคาโดยรวมไม่สูงมากนัก ด้วยการเน้นที่ประหยัดพลังงาน , ถนอมสายตา , ใช้พื้นที่น้อยทำให้กลายเป็นอุปกรณ์ระดับบ้าน ด้วยรูปทรงที่สวยงาม , ผลความร้อนที่สามารถใช้งานในห้องแอร์ได้ดี และสามารถใช้งานได้ดีกว่าแบบเดิม รวมถึงการนำไปใช้แบบ Entertainment ในบ้านอาศัยด้วย



FlexScan SX3031W

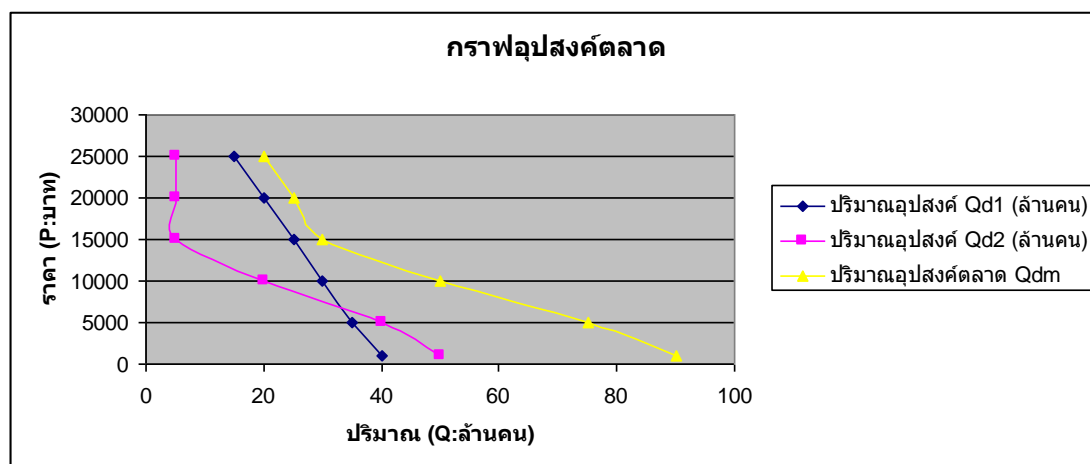


ซึ่งการตลาดของจอ LCD สามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่ม โดยในช่วงแรกผู้จำหน่าย/ผลิต LCD มีหลายรายแต่ยังคงมีราคาสูง จึงมีการเติบโตของผู้บริโภคไม่มากที่มีกำลังซื้อ จากนั้นด้วยความนิยมและจุดเด่น จึงมีการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีก็มีการผลิตออกมาหลากหลายในราคาลดลงกว่าเดิมที่ผู้บริโภคสามารถเป็นเจ้าของได้ นอกจากนี้ด้วยตลาดเกม PC และการรับชมภาพยนตร์ ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นที่นิยมก็เป็นแรงขับให้เป็นที่นิยมด้วย อีกทั้งการเติบโตของอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตลาดเครื่องคอมพิวเตอร์เติบโต

อุปสงค์ตลาดของสินค้า

ราคา P (บาท)	ปริมาณอุปสงค์ Qd1 (ล้านคน)	ปริมาณอุปสงค์ Qd2 (ล้านคน)	ปริมาณอุปสงค์ตลาด Qdm
25000	15	5	20
20000	20	5	25
15000	25	5	30
10000	30	20	50
5000	35	40	75
1000	40	50	90

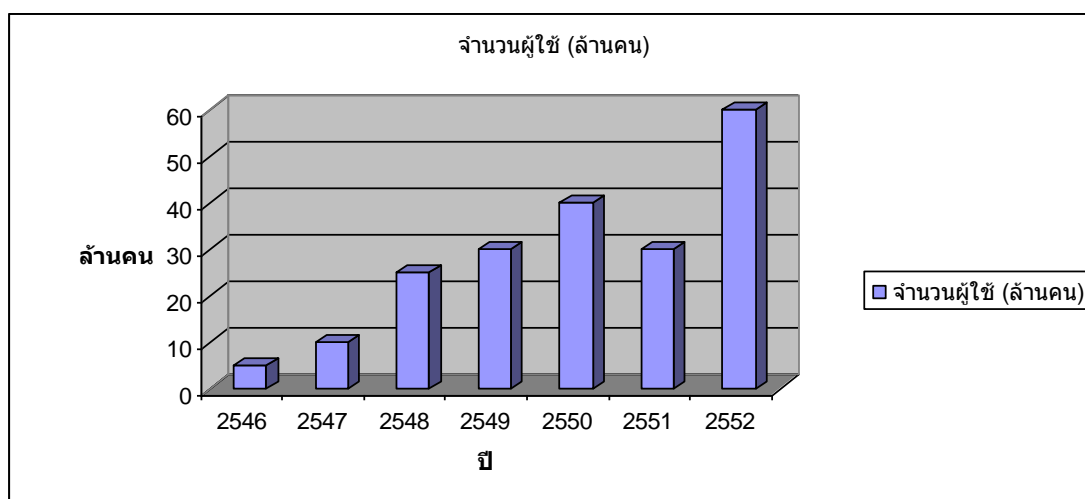
กราฟอุปสงค์ของสินค้าดังนี้



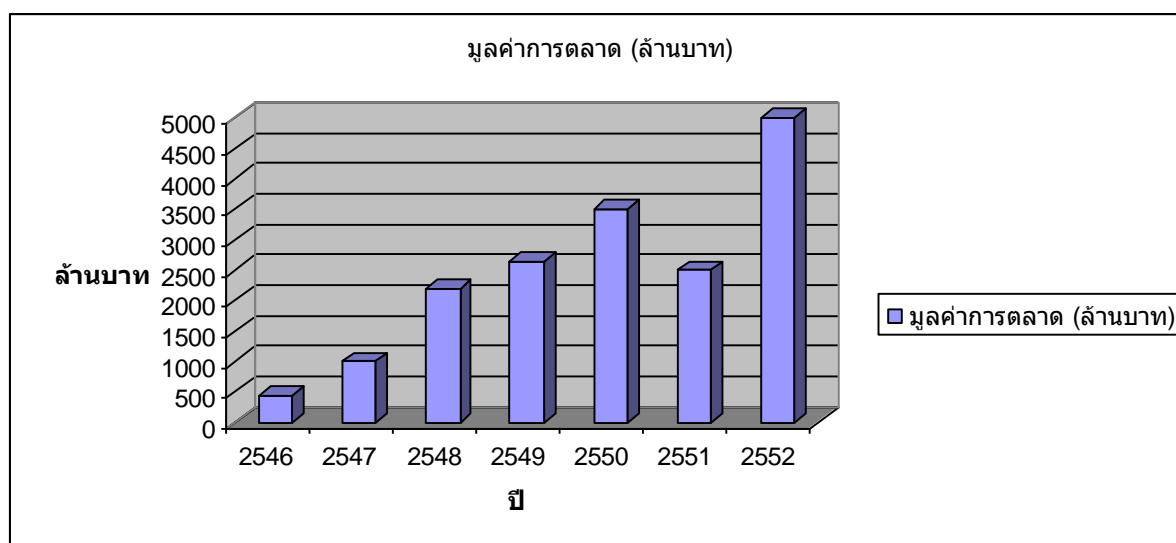
ปริมาณอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้านิดหนึ่งเปลี่ยนไปทั้งช่วง โดยที่ราคาไม่ได้เปลี่ยนแปลง แต่ปัจจัยอื่นเปลี่ยน ได้แก่

- รายได้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ สินค้าปกติ (normal goods) และ สินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods)
- ราคาสินค้าชนิดอื่นเปลี่ยนแปลง แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ สินค้าที่ทดแทนกันได้ (substitutes) และสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (complements)
- รสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง
- การคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภค
- จำนวนผู้ซื้อในตลาด

สำหรับยอดของผู้ใช้งานมีการเติบโตตั้งแต่ปี 2546 – 2552 มีดังนี้



มูลค่าการตลาดที่เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2547 – 2551 ดังนี้



สรุป ความนิยมในการใช้งาน LCD ยอดสูงขึ้นตั้งแต่ปี 2547 – 2551 ด้วย LCD มีราคาถูกลงตามปริมาณของสินค้าที่มากขึ้น ซึ่งมีผู้ผลิตจำหน่ายหลายรายเข้ามาแข่งขันทางการตลาดกับผู้ที่ต้องการใช้งานเพิ่มและทดแทนของเดิม ด้วยเงื่อนไขของ LCD ช่วยประหยัดพลังงาน , ถนอมสายตา และให้ความสวยงามของรูปทรง ที่ใช้พื้นที่วางน้อยกว่าแบบเก่า ส่วนในปี 2552 มียอดลดลงด้วยสถานะเศรษฐกิจแต่ลดลงไม่มากด้วยผู้ใช้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานผ่านคอมพิวเตอร์ ดังนั้นยังมีกลุ่มลูกค้าที่ยังมีความต้องการอยู่ โดยกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มมีทั้งกลุ่มธุรกิจ SME และนักธุรกิจใหม่ ที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีการแข่งขันสูงในด้านคุณภาพที่เร็วขึ้นในราคาที่ถูกลง

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า

ในคอมพิวเตอร์ monitor คือ จอภาพของคอมพิวเตอร์ และชุดชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้องในทางกายภาพ ที่แยกจากส่วนอื่น ๆ ของคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์แบบ Note book ไม่มี monitor เพราะจอภาพ และชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหมดรวมเป็น ตัวคอมพิวเตอร์ทางกายภาพเดียวกัน ในทางปฏิบัติคำว่า monitor และ display สามารถใช้แทนกันได้

มอนิเตอร์ (Monitor) หรือที่นิยมเรียกว่า “จอภาพ” คืออุปกรณ์ที่เป็นช่องทางให้คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบอื่น ๆ ที่มีจอ แสดงผลการสั่งงาน แสดงผลข้อมูลหรือสารสนเทศไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของข้อความ รูปภาพ กราฟฟิกหรือวิดีโอ ให้ผู้ใช้ได้เห็นคะขนาดของจอภาพที่เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์มีหลากหลายขนาด ซึ่งกำหนดด้วยการวัดทแยงมุมจอภาพ เช่น จอภาพ 14 นิ้ว, 15 นิ้ว, 17 นิ้ว, 20 นิ้ว ฯลฯ อดีตจะมีแค่จอภาพชนิดเดียวคือ จอภาพซีอาร์ที (CRT Monitor) ที่ทำงานเหมือนจอโทรทัศน์ที่ทำจากแก้ว ต่อมาก็มีการพัฒนาจอภาพขึ้นมาหลายรูปแบบ หน้าจอกว้างขึ้นและมีขนาดที่บางลง เช่น จอแอลซีดี (LCD monitor) จอพลาสมา





พัฒนาการของ LCD

LCD มีการพัฒนาก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว เริ่มจากการพัฒนาขึ้นเพื่อใช้กับเครื่องคิดเลขและนาฬิกาดิจิตอล หลังจากนั้นก็พัฒนาต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการที่มีมากขึ้น เทคโนโลยี LCD เป็นเทคโนโลยีที่มียุคสมัย และแบ่งยุคได้ตามการพัฒนาเป็นขั้นๆเหมือนยุคของคอมพิวเตอร์

○ ยุคแรก *สร้างฐานของเทคโนโลยี*

ในยุคนี้เป็นยุคที่เริ่มต้นของการพัฒนา LCD เทคนิควิธีการที่ใช้เป็นแบบ DMS (Dynamic Scattering Method) และ TN (Twisted Nematic) ข้อเด่นของเทคโนโลยีนี้คือ ใช้กำลังงานไฟฟ้าต่ำ ใช้แรงดันต่ำ เหมาะสมที่จะใช้งานกับเทคโนโลยี CMOS จึงนำมาประยุกต์ใช้ในเครื่องคิดเลข นาฬิกา ฯลฯ

○ ยุคที่สอง *ยุคขยายฐาน*

การประยุกต์ใช้งาน LCD เริ่มกว้างขวางมากขึ้น เทคโนโลยีที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นแบบ TN โดยพัฒนาให้แสงแสดง มีลักษณะบางและ กระดาษรีดและเริ่มใช้ตัวสะท้อนให้มีสี การประยุกต์ใช้งานส่วนใหญ่ยังคงเป็นเรื่องของเครื่องคิดเลข นาฬิกา ฯลฯ

○ ยุคที่สาม *ยุคกระจาย*

ในยุคนี้มีการผลิตแพร่หลาย มีการตั้งโรงงานการผลิต LCD กระจายขึ้นทั่วโลก เทคโนโลยีที่ใช้เป็นแบบ TN และ GH (Guest Host) ข้อเด่นที่ได้ในยุคนี้ก็คือ LCD มีความเชื่อถือสูง มีความคงทน มีความเข้มคมชัด ความเร็วในการตอบสนองต่อสัญญาณ ไฟฟ้าได้เร็ว การขยายการใช้งานจึงกว้างขวางขึ้นมาก มีการประยุกต์ใช้ในกล้องถ่ายรูปรถยนต์แผงแสดงของจอคอมพิวเตอร์เกม และอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ การก้าวเข้าสู่รถยนต์ก็เพราะว่าสามารถลดอุปกรณ์การวัดที่ต้องอาศัยกลไก

มาเป็นอิเล็กทรอนิกส์ ได้มาก การแสดงผลเป็นแบบพาสซีฟจึงไม่สามารถสร้างความเครียดให้กับสายตา

○ ยุคที่สี่ ยุคทำลายที่จะแทน CRT

การใช้งานกว้างขวางและมีตลาดรองรับอยู่มาก เทคโนโลยีที่ก้าวเข้ามาในยุคนี้คือ การใช้ TFT หรือ Thin Film Transistor เพื่อสร้างจอภาพแสดงผลแบบแอคทีฟ ข้อดีคือ สามารถผลิตเพื่อกซ์สัญญาณการแสดงผลได้เร็วทำให้จอภาพมีขนาดใหญ่ขึ้น ราคาถูกลง แสดงสีได้เหมือนนบนธรรมชาติ การประยุกต์ใช้งานจึงเน้นจำพวก โทรทัศน์จอแบน จอคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครื่องมือวัด เกม ฯลฯ

สิ่งที่ผู้ซื้อพิจารณาในการเลือกซื้อ

1. ประเภทของจอภาพ จอภาพในปัจจุบันจะแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ CRT (จอภาพที่ใช้ทั่วไป) และ LCD จอบาง เบา มีราคาแพงกว่า CRT มาก
2. ขนาดของจอภาพ เดิมมาตรฐานของจอภาพ จะมีขนาด 14 นิ้ว ปัจจุบันได้เปลี่ยนเป็น 15 นิ้วแล้ว แต่สำหรับผู้ที่ใช้งานด้านกราฟฟิก ควรใช้จอภาพอย่างน้อย 17 นิ้วขึ้นไป ทั้งนี้เพื่อให้สามารถมองเห็นรายละเอียดของงานได้ดียิ่งขึ้น และสำหรับผู้นำคอมพิวเตอร์ไปเล่นเกมก็แนะนำให้ใช้อย่างน้อย 17 นิ้วจะดีกว่า (การวัดขนาดของจอภาพ จะวัดในลักษณะของเส้นทแยงมุม)
3. ค่า Dot pitch เป็นค่าของขนาดของจุด ซึ่งยิ่งเล็ก จะมีคุณภาพมาก สำหรับค่ามาตรฐานของจอภาพทั่วไปคือ .028 มิลลิเมตร
4. การรีเฟรช ค่านี้เป็นค่าของปรับความถี่ของหน้าจอ ซึ่งจอภาพที่ดีจะมีค่าการรีเฟรช ประมาณ 65 - 110 Mz (ค่ายิ่งมากจะยิ่งดี)
5. เทคโนโลยี เช่น จอแบน จะช่วยลดแสงสะท้อน เป็นต้น (ระวังเรื่องคำโฆษณาว่าเป็นจอแบน หรือ Flat Screen ให้ดูว่าเป็นแบบ Real Flat หรือไม่ เพราะว่ามี 2 แบบ)

ความแตกต่างระหว่าง LCD กับ CRT

LCD เป็นแผงแสดงผลที่แตกต่างจาก CRT ตรงที่ตัว LCD ไม่ได้เปล่งแสงออกมา แต่ใช้หลักการควบคุมแสง จึงมีข้อเด่นมากมายเมื่อเปรียบเทียบกับ CRT

จุดเด่นของ LCD จึงแสดงผลได้แม้ในสิ่งแวดล้อมที่มีแสงจ้าหรือ กลางแจ้ง การมองเห็นทำได้ อย่างชัดเจนไม่จางเหมือนอุปกรณ์ ที่กำเนิดแสงเช่น CRT หรือ LED LCE ใช้กำลังไฟฟ้าต่ำมาก

โดยทั่วไปใช้กำลังไฟฟ้าเพียง 1 -10 MicroWatt per Cm ใช้แรงดันไฟฟ้าขั้วที่แรงดันต่ำ จึงใช้วงจร CMOS ที่ทำงานเพียง 3 Volt ก็สามารถขับ LCD ได้จึงใช้ในวงจรคอมพิวเตอร์หรือ วงจรดิจิทัลทั่วไปได้ แหล่งจ่ายไฟสำหรับ LCD ใช้แหล่งเดียวและแรงดันไฟฟ้าระดับเดียว จึงไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน



สรุป

LCD เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น การเรียนการสอน , การประกอบอาชีพ เป็นต้น ที่ต้องมีอยู่ในที่พักอาศัยและสำนักงาน ฯลฯ

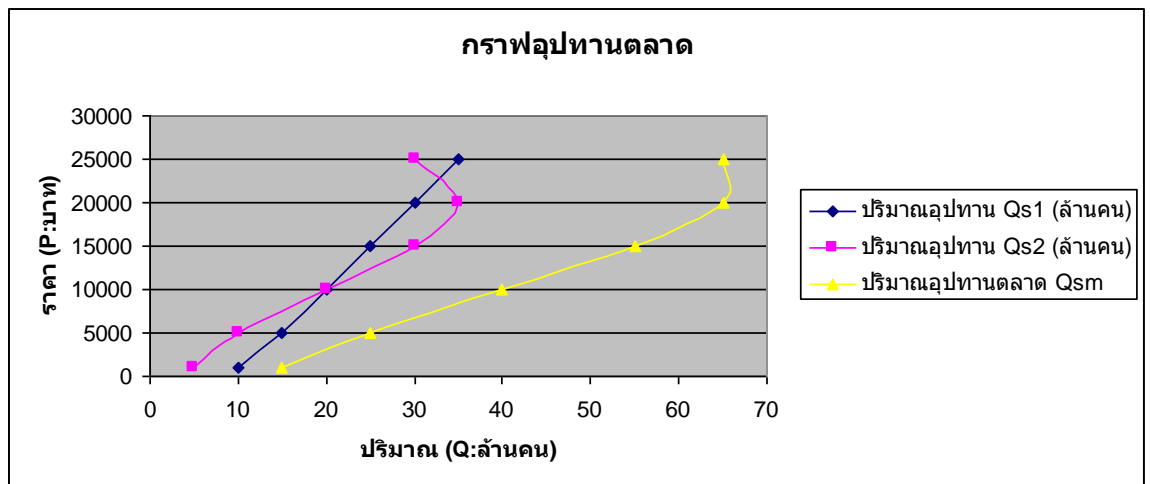
สำหรับประเภทของตลาดของ LCD เป็น ตลาดสมบูรณ์ เนื่องจาก

1. มีผู้ขายจำนวนมาก การเปลี่ยนแปลงปริมาณสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายจะไม่กระทบต่ออุปทานของตลาด
2. มีผู้ซื้อจำนวนมาก การเปลี่ยนแปลงปริมาณสินค้าของผู้ซื้อแต่ละรายจะไม่กระทบต่ออุปสงค์ของตลาด
3. สินค้าที่มีการซื้อขายกันในตลาดมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ ผู้ซื้อไม่รู้สึกรว่าสินค้าของผู้ผลิตต่าง ๆ มีความแตกต่างกันในด้านคุณภาพหรืออัตตประโยชน์
4. การเข้าหรือออกจากตลาดทำได้อย่างเสรี ในระยะยาวผู้ผลิตสามารถเลิกการผลิตและออกตลาดไป หรือมีคนใหม่เข้ามาผลิตแข่งขันในตลาดได้อย่างเสรี ไม่มีข้อกีดขวางในการเข้าหรือออกจากตลาดไป

อุปทานของสินค้า

ราคา P (บาท)	ปริมาณอุปทาน Qs1 (ล้านคน)	ปริมาณอุปทาน Qs2 (ล้านคน)	ปริมาณอุปทานตลาด Qsm
25000	35	30	65
20000	30	35	65
15000	25	30	55
10000	20	20	40
5000	15	10	25
1000	10	5	15

สามารถแสดงได้ตามกราฟอุปทานของสินค้า



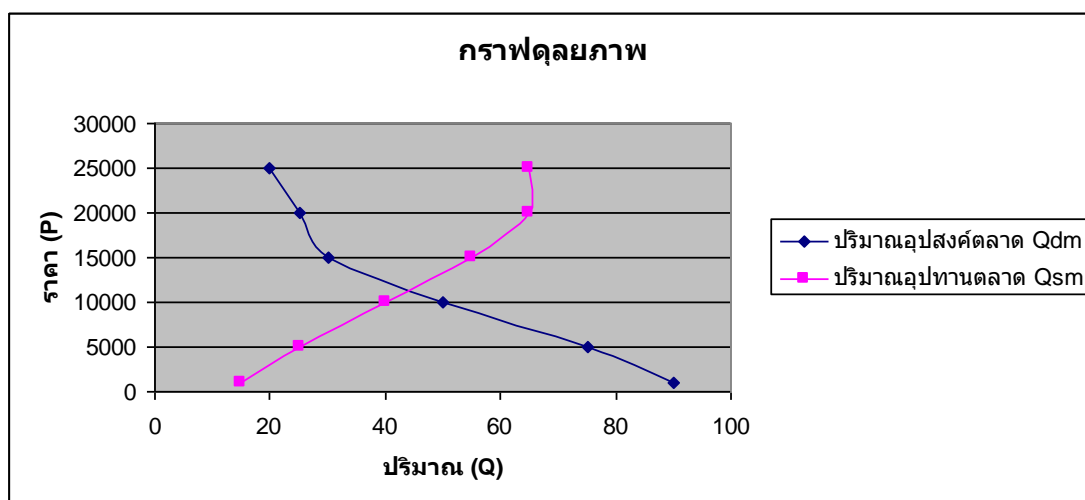
ปริมาณอุปทานที่ผู้ผลิตมีต่อสินค้าชนิดหนึ่งเปลี่ยนไปทั้งช่วง โดยที่ราคาไม่ได้เปลี่ยนแปลง แต่ปัจจัยอื่นเปลี่ยน ได้แก่

- ราคาปัจจัยการผลิตเปลี่ยนแปลง
- เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลง
- ราคาสินค้าชนิดอื่นเปลี่ยนแปลง แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ สินค้าที่ผลิตทดแทนกัน (substitutes) และสินค้าที่ผลิตร่วมกัน (complements)
- การคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภค
- จำนวนผู้ซื้อในตลาด

ดุลยภาพในตลาด

ราคา P (บาท)	ปริมาณอุปสงค์ตลาด Q _{dm}	ปริมาณอุปทานตลาด Q _{sm}	ปริมาณสินค้า (ล้นตลาด +) , (ขาดตลาด-)	แนวโน้มของราคา (เพิ่มขึ้น, ลดลง)
25000	20	65	45	ลดลง
20000	25	65	40	ลดลง
15000	30	55	25	ลดลง
10000	50	40	-10	เพิ่มขึ้น
5000	75	25	-50	เพิ่มขึ้น
1000	90	15	-75	เพิ่มขึ้น

สามารถแสดงเป็นกราฟดุลยภาพได้ดังนี้



วิเคราะห์แนวโน้มการเติบโตทางการตลาด

จากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้จอ LCD เริ่มล้นตลาด จนผู้ผลิตต้องแข่งขันตัดราคา ในไม่กี่เดือนข้างหน้า ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมจอ LCD ในสหรัฐอเมริกาขณะนี้กำลังอยู่ในช่วงขาลง เนื่องจากความต้องการของตลาดลดลง ขณะที่ภาคการผลิตกับขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อจอ LCD ทั้งทีวีและคอมพิวเตอร์น้อยลง เนื่องจากราคาจอเหล่านี้ มักจะตกลงอย่างรวดเร็วภายในไม่กี่เดือน ทำให้คนส่วนใหญ่เริ่มชะลอการซื้อลง โดยเฉพาะอย่าง

ยิ่งช่วงกลางเดือนสิงหาคมไปจนถึงเดือนกันยายน ที่เป็นช่วง high-season ของตลาดจอ LCD ซึ่งนักวิเคราะห์กำลังจับจ้องว่าหากยอดขายไม่ถึงเป้าที่กำหนดไว้ ราคาจอ LCD ของทั้งตลาดอาจลดลงไปอีก

จากการวิเคราะห์ตลาดของ Merrill Lynch ในช่วงที่ผ่านมา พบว่าลูกค้าเริ่มชะลอคำสั่งซื้อแล้ว ส่วนบริษัทวิเคราะห์ตลาดอย่าง DisplaySearch ระบุว่าอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ราคาจอ LCD ตกลงเรื่อยๆ เนื่องจากผู้ผลิตต่างคาดการณ์ตลาดในปีนี้อาจผลิตมากเกินไป ทำให้ยอดผลิตเกินความต้องการ โดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 2 ของปีนี้

“ในไตรมาส 2 ที่ผ่านมา บริษัทผู้ผลิตต่างส่งจอ LCD ขนาดใหญ่เข้าสู่ตลาดถึง 117.9 ล้านจอ ซึ่งถือเป็นจำนวนสูงที่สุดที่เคยส่งมาภายในหนึ่งไตรมาส”

ส่วนปัญหาทางฝั่งผู้บริโภค ซึ่งพุ่งเป้าไปที่สหรัฐฯและจีนเป็นหลัก เพราะเป็นตลาดจอ LCD ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยสหรัฐฯเองกำลังประสบปัญหาซับไพร์มอย่างรุนแรง ไปจนถึงอัตราการว่างงานและราคาน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น ทำให้กระทบกำลังซื้อของผู้บริโภคพอสมควร

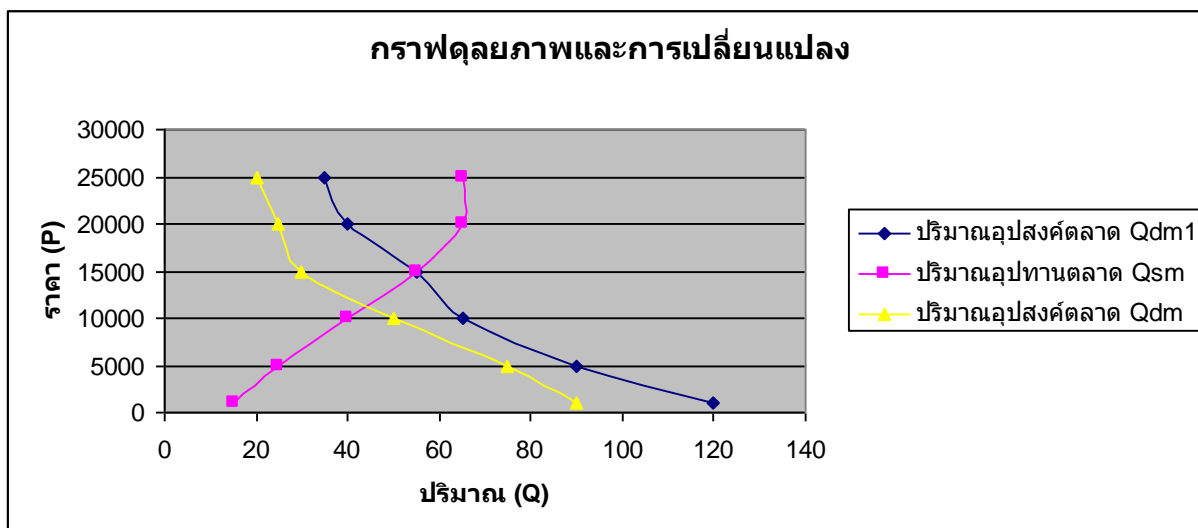
ขณะที่ตลาดทีวีในจีนเริ่มซบเซามา 2-3 เดือนแล้ว โดยผู้ผลิตจอ LCD รายใหญ่ในไต้หวันระบุว่า ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา บริษัทต้องลดราคาจอ LCD ลง และอาจจำเป็นต้องลดราคาลงอีก หากยอดขายตก

ส่วนผู้ผลิตเอง โดยเฉพาะยี่ห้อระดับกลางอย่าง LG ของเกาหลี หรือ AU ของไต้หวัน ก็ต้องปรับกลยุทธ์เป็นการใหญ่ โดยมาตรการเบื้องต้นคือลดกำลังการผลิตลง แต่ปัญหาก็คือการลดกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมที่มีคู่แข่งมากมาย อาจล้มเหลวได้ และขณะนี้ก็เริ่มมีสัญญาณว่าแผนของ LG และ AU อาจไม่ได้ผล เพราะ Samsung และ Sharp สองผู้ผลิตจอ LCD รายใหญ่เตรียมเพิ่มกำลังผลิตสวนทางตลาดอีกด้วย โดย Samsung ซึ่งเป็นผู้ผลิตจอ LCD รายใหญ่ที่สุดในโลก แข็งต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นในไตรมาส 2 ที่ผ่านมามีแนวโน้มว่าภายในปีนี้บริษัทมีแผนจะเพิ่มเม็ดเงินลงทุนในการผลิตจอ LCD เป็น 4.44 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 3.65 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ดังนั้น ช่วงนี้จึงเป็นโอกาสอันดีของผู้บริโภคที่ต้องการซื้อจอ LCD ทั้งจอทีวีและจอคอมพิวเตอร์ เพราะจะได้ของดีราคาถูก ถ้าสามารถอดใจรออีกสัก 1-2 เดือน เพราะราคามีแนวโน้มลดลงจนถึงปลายปีนี้

แนวโน้มของตลาดมีการเติบโตขึ้นซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงดุลยภาพในด้านอุปสงค์ดังนี้

ราคา P (บาท)	ปริมาณอุปสงค์ตลาด Q _{dm}	ปริมาณอุปสงค์ตลาด Q _{dm1}	ปริมาณอุปทานตลาด Q _{sm}	ปริมาณสินค้า (ล้นตลาด +) , (ขาดตลาด-)	แนวโน้มของราคา (เพิ่มขึ้น,ลดลง)
25000	20	35	65	30	ลดลง
20000	25	40	65	25	ลดลง
15000	30	55	55	0	คงที่
10000	50	65	40	-25	เพิ่มขึ้น
5000	75	90	25	-65	เพิ่มขึ้น
1000	90	120	15	-105	เพิ่มขึ้น

สามารถแสดงเป็นกราฟดุลยภาพและการเปลี่ยนแปลงได้ดังนี้



วิเคราะห์ตลาดเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน

ผู้ผลิตในเอเชีย คือ ซัมซุง และ แอลจี ได้มีการเพิ่มเงินลงทุนที่จะพัฒนาเทคโนโลยี ในการผลิตสินค้าสู่ตลาดให้มากขึ้น เพื่ออาศัยช่วงเศรษฐกิจ ทำการครองตลาดผู้บริโภคให้มากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งยังมีการถือทางการตลาด สร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ซึ่งสวนทางกับค่ายยักษ์ใหญ่ทางอเมริกาและยุโรป ซึ่งได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจึงชะลอการผลิตสินค้าออกสู่ตลาด ดังนั้นคาดว่าในปี 2552 ตลาด LCD อาจเป็นของค่ายเอเชียที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดโดยรวม ประมาณ 80% ขณะเดียวกันก็ได้มีการรักษาคุณภาพในการให้บริการ , หลังการขาย เพื่อรักษาลูกค้าเดิม และพร้อมที่จะรองรับกลุ่มลูกค้าใหม่ที่สนใจจะเปลี่ยนมาใช้ LCD ทดแทนของเดิม ดังนั้นโอกาสที่จะเติบโตยังคงมีตลาดหลายกลุ่มรองรับการใช้งานที่หลากหลาย ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่ตลาดเป็นของผู้บริโภค พร้อมที่จะลองเลือกใช้สินค้าต่างยี่ห้อ ในคุณภาพที่ทดแทนได้ อีกทั้งราคาไม่สูงมาก ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของค่ายเอเชีย ที่สามารถดึงกลุ่มลูกค้าดังกล่าวได้

ดังนั้นกลยุทธ์ที่จะใช้รักษาลูกค้าคือ ราคา และฟังก์ชัน การใช้งานที่ดีกว่ารายอื่น คือ ปรับปรุงเทคโนโลยีให้ดีกว่า คือ มีภาพที่สวยงาม ขนาดที่บางกว่า ในราคาที่ถูกลงกว่ารายอื่น เพื่อรักษาสภาพตลาดที่มีอยู่และอาจดึงกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นอีกบ้างเล็กน้อยในอนาคต

ตัวอย่างสินค้า



LCD 19" ACER**P194Wbd DVI B**

- **Model : ACER P194W (Black)**
- Display size : 19" Wide-screen LCD Monitor
- Resolution : 1440 x 900 (max)
- Brightness : 300 nits
- Contrast : 10000 : 1 Max (ACM)
- Response Time : 5 ms (Typical)
- Viewing angle : 160 (H)/ 160 (V)
- Input Connector : D-sub 15 pins/ DVI

รับประกัน 3 ปี