

บทที่ 3

การวิจัยและผลของการวิจัย



การวิจัย

ในบทนี้กล่าวถึงผลของการสัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่มคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ ผู้จำหน่ายมินิฯ และลูกค้าเป้าหมาย โดยที่รายนามของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 10 ท่าน และรายนามของผู้จำหน่ายมินิฯ ทั้ง 16 รายอยู่ในภาคผนวก ข. และ ค.

ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์

จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านคอมพิวเตอร์ สรุปได้ว่า

1. การแบ่งคอมพิวเตอร์เป็นเมนเฟรม มินิฯ และไมโครฯ ทำได้ยากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากการพัฒนาด้านการผลิตสารกึ่งตัวนำ ทำให้เครื่องระดับไมโครฯ มีความสามารถเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนในปัจจุบันมีความสามารถบางด้านสูงกว่าเครื่องมินิฯ หรือการใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งในอดีตไม่สามารถทำได้ เช่น จำนวนบิต (Bit) ในอดีตไมโครฯ จะนับตั้งแต่ 8 บิตลงไป มินิฯ นับระหว่าง 16 ถึง 32 บิต แต่ในปัจจุบันไมโครฯ บางรุ่นมีถึง 32 บิตแล้ว หรือการใช้หน่วยความจำหลักในการแบ่ง ในอดีตไมโครฯ จะมีตั้งแต่ 64 KB ลงไป แต่ในปัจจุบันไมโครฯ บางรุ่นมีถึง 700 ซึ่งมากกว่ามินิฯ หลาย ๆ รุ่น หรือความสามารถในการต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ ปัจจุบันไมโครฯ สามารถต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ ได้เท่าหรือเหมือนกับมินิฯ หรือความสามารถในการต่อเทอร์มินัลของไมโครฯ ก็สูงขึ้น ถึงสามารถต่อได้หลายสิบเทอร์มินัล ซึ่งมีความสามารถสูงกว่ามินิฯ รุ่นเล็ก ๆ ซึ่งเพียงต่อได้ 8 เทอร์มินัล หรือการใช้ราคาเป็นการแบ่งก็ไม่สามารถทำได้อีกในอนาคตอันใกล้ เนื่องจากราคาของเครื่องแบบต่าง ๆ ในการจำหน่ายเริ่มลดลง ไมโครฯ จะมีราคาตั้งแต่ 2 พันบาทถึง 2 ล้านบาท มินิฯ อาจเริ่มที่ 5 แสนบาท แต่อาจซื้อได้ในราคา 3 แสนบาท ในบางกรณีจนถึงราคา 10 ล้านบาท ส่วนเมนเฟรมราคาจะเริ่มตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป ดังนั้นการเรียกคอมพิวเตอร์เป็นเมนเฟรม มินิฯ ไมโครฯ จึงไม่มีความหมายสำหรับการแบ่งคอมพิวเตอร์ นอกจากเมนเฟรมกับไมโครฯ ซึ่งปัจจุบันต่างกันมาก หรือมินิฯ อาจหายไปในอนาคตอันใกล้ หรืออาจมีอยู่อีกเพียง 5 หรือ 10 ปี แต่ลักษณะการใช้งานแบบมินิฯ ในปัจจุบัน หรือการใช้แบบ

Multi Users โดยสามารถใช้ได้หลาย ๆ เทอร์มินัลพร้อม ๆ กัน และทำการประมวลผลข้อมูลแบบทันทีทันใด Real Time จะคงมีอยู่ คือ ไมโครฯ จะเปลี่ยนจากทัศนคติที่มีการใช้งานแบบ Single User หรือใช้งานส่วนบุคคลมาเป็นแบบ Multi Users แสดงว่าเครื่องคอมพิวเตอร์แบบมินิฯ ที่กล่าวถึงในการวิจัยนี้จะไม่หมดความต้องการไป แต่อาจเปลี่ยนชื่อไป ซึ่งเนื่องมาจากราคาที่ลดลง และขนาดที่เล็กลงจนสามารถตั้งไว้บนโต๊ะทำงาน ส่วนความสามารถในการทำงานคงเดิม ซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า ถึงแม้การพัฒนาของไมโครฯ ด้านฮาร์ดแวร์คาดว่าจะทำได้ในปีหรือสองปีนี้ แต่ยังคงต้องการพัฒนาด้านซอฟต์แวร์ ซึ่งจะทำได้อีกว่า

2. ลักษณะการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานธุรกิจจะมีการนำมาใช้ทั้งแบบ Multi Users และ Single User ขึ้นกับลักษณะงานที่จะนำไปใช้ เช่น ต้องการนำไปใช้วางแผนของผู้บริหารระดับสูงก็มีความต้องการใช้แบบ Single User หรืองานที่มีหน่วยงานใช้เพียงหน่วยงานเดียว ก็ใช้เพียงแบบ Single User แต่ถ้าต้องการใช้งานหลาย ๆ หน่วยงานพร้อม ๆ กัน และบนฐานข้อมูลเดียวกันก็ต้องใช้แบบ Multi Users ซึ่งคอมพิวเตอร์ทั้งสามแบบก็สามารถใช้งานได้ทั้งแบบ Multi Users และ Single User แต่ไมโครฯ จะมีความเหมาะสมในการใช้แบบ Single User โดยเฉพาะเครื่องที่เรียกว่า เครื่องส่วนบุคคล (Personal Computer) ถึงเครื่องไมโครฯ สามารถต่อกันเป็นแบบ Network ได้ แต่จะไม่มีประสิทธิภาพในการทำงานเท่ากับใช้เครื่องแบบมินิฯ และราคาทั้งหมดของระบบก็จะสูงกว่าด้วย ทำให้มินิฯ ได้เปรียบกว่าไมโครฯ ในลักษณะการใช้งานแบบ Multi Users ทั้งด้านเวลาในการทำงาน ประสิทธิภาพและราคา แต่มินิฯ ก็มีข้อจำกัดในจำนวนการขยายเทอร์มินัล ซึ่งไม่สามารถทำได้มาก หรือประสิทธิภาพจะลดลงมากเมื่อต่อเทอร์มินัลถึงจำนวนหนึ่ง ทำให้ต้องใช้เครื่องระดับเมนเฟรม แต่เครื่องเมนเฟรมมีราคาสูง ทำให้องค์การธุรกิจไม่สามารถหรือมีอำนาจในการซื้อเพียงพอ ดังนั้นจึงไม่สามารถระบุได้ว่าธุรกิจใดจะเหมาะกับเครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดใดจนกว่าจะศึกษาหาความต้องการในคอมพิวเตอร์จะนำไปใช้งานแบบและลักษณะใด ธุรกิจที่มียอดขายหลายพันล้านต่อปีอาจต้องการเพียงไมโครฯ แต่ธุรกิจที่มียอดขายเพียงไม่กี่สิบล้านบาทต่อปีอาจต้องการเครื่องขนาดมินิฯ

3. ความต้องการในการใช้คอมพิวเตอร์สำหรับองค์การธุรกิจ คาดว่าจะสูงขึ้นหรือเพิ่มขึ้นมาก เนื่องจากการใช้คอมพิวเตอร์ในประเทศไทยยังอยู่ในอัตราค่อนข้างต่ำ หรือเพิ่งเริ่มต้นในไม่กี่ปีมานี้เอง และปัจจัยอีกหลายปัจจัยทำให้เชื่อว่าการใช้คอมพิวเตอร์จะเพิ่มขึ้น คือ ปัญหาด้านแรงงาน เนื่องจากกฎหมายแรงงานและปัญหาด้านแรงงานในไทยนับวันยิ่งทวีความรุนแรง และเป็นปัญหาของผู้ดำเนินการธุรกิจ ทำให้องค์การธุรกิจไม่ต้องการเพิ่มจำนวนพนักงาน

ขึ้นเพื่อให้สามารถทำงานที่เพิ่มขึ้น แต่จะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเพื่อให้ทำงานที่เพิ่มขึ้น โดยนำเครื่องมือที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์มาใช้งาน และอีกปัจจัย คือ การแข่งขัน เนื่องจากธุรกิจต่าง ๆ มีการแข่งขันกันอย่างเสรี ผู้ที่สามารถให้บริการที่ดีกว่าย่อมจะมีลูกค้ามากกว่า เช่น ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการเพิ่มบริการถอนฝากทุกสาขา หรือบริการเงินด่วน ส่วนในธุรกิจผู้ค้านำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการคัดสินค้าคงคลัง ทำให้สามารถตรวจสอบจำนวนสินค้า และจัดส่งให้ลูกค้าได้รวดเร็วและถูกต้องตามกำหนดเวลา

4. ความต้องการใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจผู้ค้า คาดได้ยากกว่าจะเป็นมินิ หรือไมโครฯ เนื่องจากต้องพิจารณาถึงปริมาณของงานที่นำเข้าคอมพิวเตอร์ ถึงจะมีประเภทของงานหลายประเภท แต่ถ้าสามารถใช้งานต่างเวลากัน เช่น งานบัญชีเงินเดือน ใช้เพียงเดือนละสองครั้ง รายงานสินค้าคงคลังเพียงสัปดาห์ละครั้ง การใช้งานจึงอาจจะเหมาะกับลักษณะของ Single User หรือการนำไมโครฯ มาต่อแบบ Network แต่ถ้าสินค้าในคลังสินค้ามีหลายพันรายการ มีลูกค้าหลายร้อยราย ไมโครฯ ก็จะไม่เหมาะสมทั้งด้านการขยายหน่วยความจำและความเร็วในการทำงาน จึงควรใช้เป็นแบบมินิ ดังนั้นขนาดของธุรกิจจึงไม่เป็นปัจจัยในการกำหนดขนาดของคอมพิวเตอร์ที่เหมาะสมเสมอไป เครื่องมินิ อาจเริ่มใช้ได้ตั้งแต่ธุรกิจที่มียอดขายตั้งแต่ 30 ล้านบาทขึ้นไป

5. ความต้องการใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจผู้ผลิตคาดว่าจะจะเป็นมินิ หรือการใช้จะเป็นแบบ Multi Users มากกว่า Single User เนื่องจากผู้ผลิตมักจะนำคอมพิวเตอร์ไปใช้ในงานด้านสินค้าคงคลัง ซึ่งมีความยุ่งยากซับซ้อนมาก ตั้งแต่เข้าโรงงานในลักษณะของวัตถุดิบ ไปถึงสินค้าระหว่างการผลิต และสินค้าสำเร็จในคลังสินค้าในที่สุด การทำงานจึงเหมาะสมกับเครื่องขนาดมินิ มากกว่า ถึงไมโครฯ จะสามารถต่อแบบ Network ได้ แต่การปรับปรุงข้อมูลบนแต่ละฐานข้อมูลจะยุ่งยาก และขาดประสิทธิภาพ

6. ความต้องการใช้คอมพิวเตอร์ในสถาบันการเงิน ต้องพิจารณาแยกสถาบันการเงินเป็นสถาบันการเงินที่มีสาขามาก เช่น ธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินที่ไม่มีสาขา ในสถาบันที่มีสาขามากจะนำเมนเฟรมมาใช้ ซึ่งมีความสามารถในการต่อเทอร์มินัล ได้เป็นจำนวนร้อยเทอร์มินัล ทำให้สามารถวางระบบเป็นแบบรวมศูนย์ และเป็นที่ยอมรับในการทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร แต่จะไม่เหมาะสมถ้าจะทำให้สามารถติดต่อกันได้ทั้งประเทศ การวางระบบจึงจำเป็นต้องตั้งศูนย์ย่อยในแต่ละภาคหรือจังหวัดใหญ่ ๆ ซึ่งจะเป็นรูปแบบกระจายศูนย์ โดยที่ศูนย์ย่อยจะเป็นเครื่องขนาดมินิ ก็พอ ไม่จำเป็นต้องถึงขนาดเมนเฟรม หรือการใช้งาน

แบบรวมศูนย์จะไม่เหมาะเมื่อมีเทอร์มินัลสูงเป็นหลายร้อย หรือพันเทอร์มินัล ทำให้ความต้องการเครื่องขนาดมินิฯ ยังคงมีอยู่ ส่วนสถาบันการเงินที่ไม่มีสาขาจำเป็นต้องใช้เครื่องตั้งแต่นาตมินิฯ ขึ้นไป เพราะการใช้งานคอมพิวเตอร์ในสถาบันการเงินต้องการความปลอดภัยในด้านข้อมูลสูงมาก เครื่องระดับไมโครฯ จะมีลักษณะการทำงานที่ง่ายต่อผู้ใช้ ทำให้ความปลอดภัยต่ำ ดังนั้นการนำไมโครฯ มาทำงานควบคุมบัญชีเงินฝาก หรือบัญชีลูกหนี้ เจ้าหนี้ จึงไม่เหมาะสม แต่การใช้เมนเฟรมจะต้องมีการลงทุนที่สูงมากทั้งด้านเครื่องคอมพิวเตอร์ และบุคลากรด้านคอมพิวเตอร์ การใช้มินิฯ จึงมีความเหมาะสมมากกว่าเครื่องทั้งสองขนาด

7. ความต้องการใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจโรงแรม จะมีความจำเป็นอย่างไรที่ต้องใช้มินิฯ ถ้านำคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานโรงแรมทั้งในงาน Front Office และ Back Office ความจำเป็นในการใช้มินิฯ เมื่อต้องการใช้เทอร์มินัลในแต่ละแผนกของโรงแรม เพื่อทำงานบัญชีลูกหนี้หรือลูกค้าของโรงแรมในการให้บริการแต่ละแผนก เช่น ห้องอาหาร และในการออกใบเสร็จ ทำให้เครื่องขนาดไมโครฯ ไม่สามารถใช้งานได้สะดวก

8. ความต้องการใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจโรงพยาบาล มักจะนำไปใช้ในงานเวชประวัติ หรือทะเบียนผู้ป่วย ซึ่งจำเป็นต้องใช้เครื่องที่มีฐานข้อมูลใหญ่ มีความสามารถในการค้นหาสูง และมีหลายเทอร์มินัล เครื่องขนาดไมโครฯ จึงไม่เหมาะสม จึงคาดว่าคอมพิวเตอร์ที่เหมาะสมกับงานธุรกิจโรงพยาบาลจะเป็นแบบมินิฯ นอกจากโรงพยาบาลใหญ่ ๆ เช่น โรงพยาบาลของรัฐ จะต้องใช้ถึงระดับเมนเฟรม

9. เนื่องจากอายุการใช้งานของคอมพิวเตอร์โดยมากจะเป็น 5 ปี เพราะราคาค่าบำรุงรักษาในปีหลัง ๆ จะสูงกว่าซื้อเครื่องใหม่ หรือราคาฮาร์ดแวร์จะลดลง ทำให้ผู้ใช้มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาเครื่องให้ทันสมัย หรือยังมีความต้องการในลูกค้าเก่าของผู้จำหน่าย ในการเปลี่ยนเครื่องใหม่ เมื่อเครื่องเต็มหมดอายุการใช้งาน

10. แนวโน้มในการใช้มินิฯ ในปัจจุบันคาดว่าจะสูงขึ้น แต่จะไม่สูงขึ้นแบบรวดเร็วเท่าที่ผ่านมา หรือเหมือนกับเครื่องไมโครฯ การใช้ที่เพิ่มขึ้นคาดว่าจะยังคงเพิ่มขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า แต่หลังจากนั้นต้องพิจารณาถึงผู้ผลิตในต่างประเทศ ซึ่งมีแนวโน้มจะเพิ่มการผลิตในระดับไมโครฯ มากขึ้น ซึ่งคาดว่า การใช้ไมโครฯ จะมีอัตราการเพิ่มสูงมากในอนาคต เพราะลักษณะการใช้อย่างกว้างขวางในแบบ Single User หรือการต่อเป็นบริวารของเครื่องขนาดใหญ่กว่า ส่วนเมนเฟรมคาดว่าจะมีอัตราเพิ่มการใช้สูงกว่ามินิฯ แต่น้อยกว่าไมโครฯ เนื่องจากความต้องการใช้ยังคงมีอีกมากในหน่วยงานใหญ่ ๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์ หรือบริษัทน้ำมัน

โครงสร้างของผู้จำหน่ายมีคอมพิวเตอร์

ผู้จำหน่ายมีคอมพิวเตอร์สามารถจัดโครงสร้างอย่างหายาบ ๆ เป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายการตลาด และฝ่ายวิศวกรรม ส่วนแผนกย่อยในแต่ละฝ่ายย่อมต้องแบ่งเพื่อให้เหมาะสมตามนโยบายของบริษัทเอง ฝ่ายการตลาดมีหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าเพื่อขอความต้องการ ปัญหาที่เกิดขึ้น และให้คำแนะนำในการกำหนดความต้องการในการใช้เครื่องของลูกค้า จัดทำรายงาน (proposal) ให้ถูกต้อง และเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เป็นผู้ประสานงานระหว่างลูกค้ากับฝ่ายอื่น ๆ ของบริษัท เข้าร่วมประชุมกับลูกค้าในการกำหนดความต้องการ ส่วนฝ่ายวิศวกรรมมีหน้าที่เข้าทำการสำรวจงาน และประเมินผลความต้องการของลูกค้าอย่างใกล้ชิด ให้คำปรึกษาในการขยายระบบเครื่องและวางแผนการใช้เครื่อง และช่วยแนะนำในการจัดองค์การและแผนภูมิต่าง ๆ ให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการเตรียมการติดตั้ง การติดตั้ง และการบำรุงรักษาทั้งด้านฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ รวมถึงงานอื่น ๆ เช่น การให้บริการแก่ลูกค้าในการใช้เครื่อง Back Up เมื่อเครื่องขัดข้องหรือเมื่อต้องการ ซึ่งงานบางอย่างสามารถจัดอยู่กับฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายวิศวกรรม เช่น การสำรวจความต้องการของลูกค้า การเข้าร่วมประชุมกับลูกค้า ดังนั้นอาจใช้เกณฑ์ในการแบ่งงานอย่างง่าย ๆ คือ งานที่ต้องดำเนินการก่อนการทำสัญญากับลูกค้า จะเป็นงานของฝ่ายการตลาด ส่วนงานที่จะต้องดำเนินการตามสัญญาที่ได้ตกลงกับลูกค้า หรือเพื่อให้งานตามที่ได้ตกลงนั้นสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จะเป็นงานของฝ่ายวิศวกรรม

การแบ่งงานในฝ่ายการตลาดสามารถแบ่งออกได้หลายวิธี เช่น แบ่งตามเขตการขาย การแบ่งตามงาน การแบ่งตามประเภทลูกค้า หรือการแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการแบ่งแต่ละวิธีย่อมเหมาะสมต่างกัน เช่น บริษัทที่มีผลิตภัณฑ์หลายรุ่นหรือหลายแบบ การแบ่งตามผลิตภัณฑ์ จะเหมาะเพื่อที่พนักงานขายจะสามารถเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์แต่ละตัวได้ดี สำหรับผู้จำหน่ายที่มีลูกค้ามากและสามารถจัดเป็นหมวดหมู่ได้ควรแบ่งตามประเภทของลูกค้า เพื่อให้พนักงานขายสามารถเข้าใจถึงลักษณะและความต้องการของลูกค้าแต่ละประเภทเป็นอย่างดี หรืออาจจะจัดโดยวิธีประสมกัน เช่น แยกงานแผนกจัดการแสดงหรือสาธิตผลิตภัณฑ์ แผนกจัดทำรายงาน (proposal) แผนกลูกค้ารายการ แผนกลูกค้าธุรกิจทั่วไป และแผนกลูกค้าเฉพาะ เป็นต้น

การแบ่งฝ่ายวิศวกรรม ควรจะแบ่งเป็นแผนกใหญ่ ๆ อย่างน้อย 2 แผนก คือ แผนกช่างทำหน้าที่ดูแลจัดการด้านฮาร์ดแวร์สำหรับลูกค้า แต่อาจจะรวม operation system เข้าไว้ด้วย ส่วนอีกแผนกคือ แผนกโปรแกรม มีหน้าที่ในการบริการด้านโปรแกรมทั้งหมดตั้งแต่ให้คำแนะนำจนถึงช่วยลูกค้าให้สามารถไปโปรแกรมนั้นเป็นอย่างดี และมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจแบ่งออกเป็นโปรแกรม

สำเร็จรูป และโปรแกรมที่เขียนให้แกลูกค้า ซึ่งในบริษัทอาจนำ operation system มาไว้ในแผนกนี้ สำหรับงานด้านการอบรมและให้คำแนะนำสามารถแยกเป็นแผนกอบรม

สำหรับฝ่ายสนับสนุนอื่น ๆ เช่น ฝ่ายบัญชีและการเงิน จะมีหน้าที่เหมือนธุรกิจประเภทอื่น ๆ และอาจมีฝ่ายโครงการพิเศษมีหน้าที่พัฒนาหรือติดตามผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แต่การแบ่งฝ่ายต่าง ๆ ต้องพิจารณาถึงจำนวนของพนักงานของบริษัทประกอบ การแบ่งโดยละเอียดจะไม่เหมาะกับพนักงานจำนวนน้อย

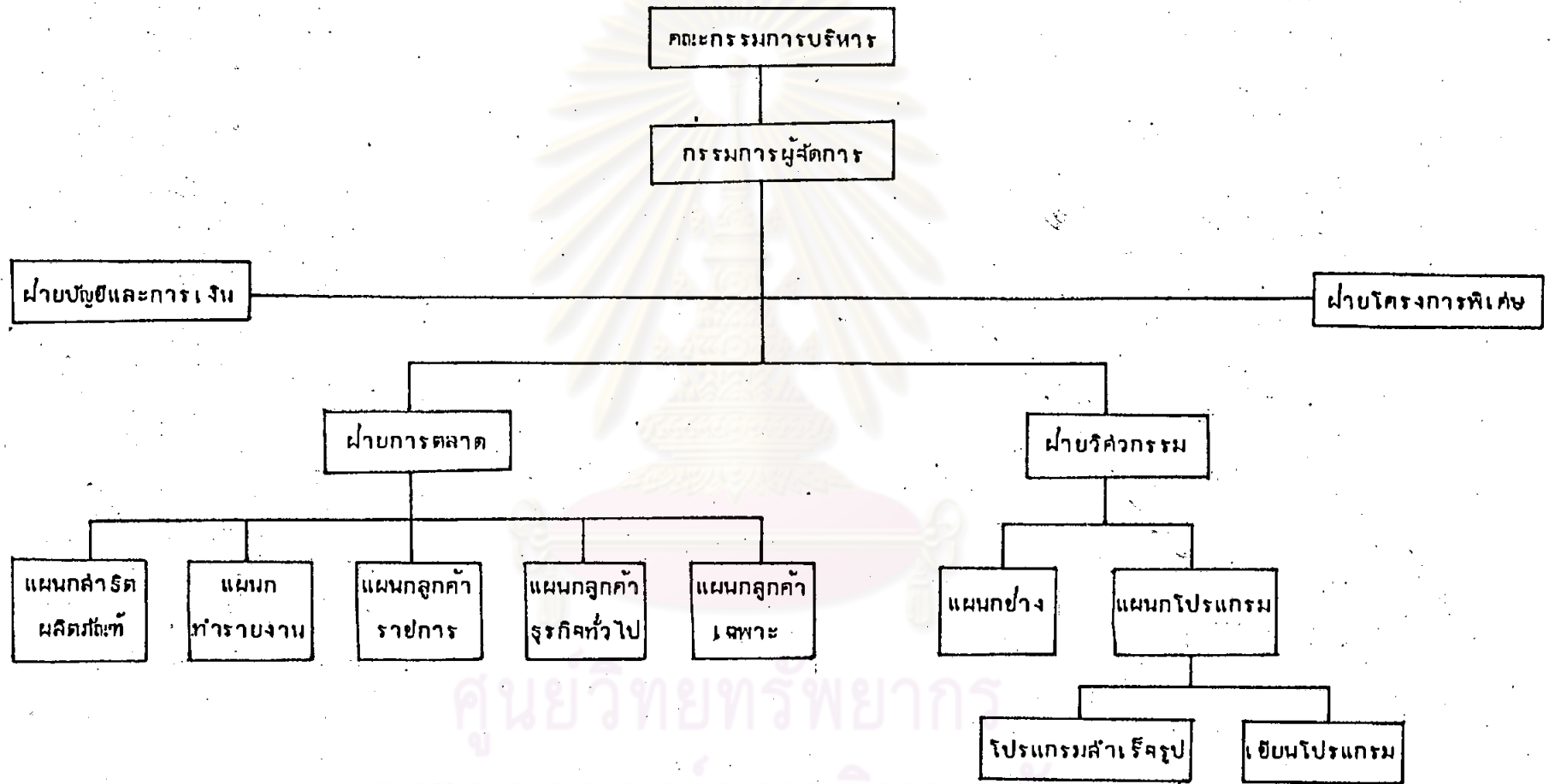
การวิจัยผู้จำหน่ายมินิคอมพิวเตอร์

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์เป็นข้อมูลปฐมภูมิ การเก็บข้อมูลใช้วิธีสัมภาษณ์แบบ Standardized or Structured Interview คือ การสัมภาษณ์โดยเขียนคำถามไว้เรียบร้อยแล้ว แล้วสัมภาษณ์ไปตามนั้น และเป็นแบบการสัมภาษณ์ส่วนตัว เนื่องจากเป็นการสอบถามถึงวิธีการการตลาด ซึ่งผู้จำหน่ายใช้หรือปฏิบัติจึงต้องสอบถามผู้เกี่ยวข้องโดยตรง¹ และทำการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายมินิฯ ทั้งหมดคือ 16 ราย เพื่อให้ได้ข้อมูลมากและถูกต้อง โดยเริ่มต้นสัมภาษณ์ตั้งแต่วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2527 โดยโทรศัพท์นัดบริษัทผู้จำหน่ายมินิฯ และไปสัมภาษณ์ตามนัดไว้จนเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2527 และในการสัมภาษณ์ผู้ทำการวิจัยได้ออกไปสัมภาษณ์เองทั้งหมดเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนถูกต้องและแม่นยำที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ นราศรี ไชวนิชกุล "ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ", หน้า 96.

แผนผังที่ 1 แสดงโครงสร้างของบริษัต์ค้าทำยาชนิดอมทิวเตอร์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์

ลักษณะการดำเนินงานของผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์ย่อมแตกต่างกันออกไปตามขนาดของเครื่องที่จำหน่าย และความสัมพันธ์กับผู้ผลิต เนื่องจากคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะเครื่องขนาดมินิ ขึ้นไป เป็นสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศทั้งสิ้น ดังนั้นความสัมพันธ์กับผู้ผลิตอาจแบ่งออกไปเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ล่าขายต่างประเทศ ตัวแทนจำหน่าย และผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งความสัมพันธ์แบบล่าขายต่างประเทศจะดีที่สุด เพราะจะได้รับการสนับสนุนจากต่างประเทศมากที่สุด แต่ข้อจำกัดทางกฎหมายและภาษีทำให้ผู้ผลิตในต่างประเทศให้ความสำคัญต่อประเทศไทยน้อยกว่าสิงคโปร์หรือฮ่องกง ดังนั้นความสัมพันธ์จึงมักจะเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งรวมถึง Authorized Dealer ด้วย

ธุรกิจที่ดำเนินงานขายมินิ จำเป็นต้องมีเงินทุนมาก เนื่องจากการลงทุนในตอนต้นสูงมากตั้งแต่การจ้างพนักงาน จนถึงการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้งานบริษัท แต่ไม่จำเป็นที่ผู้บริหารต้องมีความรู้ด้านเทคนิคมาก ดังนั้นธุรกิจอาจจะเริ่มดำเนินงานด้านคอมพิวเตอร์ตั้งแต่ต้น เพราะต้องอาศัยความชำนาญด้านคอมพิวเตอร์สูง หรืออาจดำเนินธุรกิจอื่นก่อน ซึ่งขยายงานมาในธุรกิจคอมพิวเตอร์ที่เป็นตลาดที่น่าสนใจอย่างมากในปัจจุบัน

การจำหน่ายคอมพิวเตอร์อาจจะจำหน่ายหลายตรายี่ห้อ หรือตรายี่ห้อเดียว แต่ผู้จำหน่ายน่าจะจำหน่ายเพียงตรายี่ห้อเดียว เนื่องจากผู้ผลิตจะผลิตทุก ๆ แบบอยู่แล้ว และยังทำให้ธุรกิจสามารถพุ่งหรือมุ่งไปยังตลาดที่เจาะจงมากขึ้น ด้วยทรัพยากรทั้งหมดที่มีอยู่ แต่การจำหน่ายหลายตรายี่ห้อจะทำให้สามารถใช้จ่ายจุดเด่นของคอมพิวเตอร์แต่ละแบบแต่ละตรายี่ห้อได้อย่างดี โดยเฉพาะในการจำหน่ายเครื่องระดับไมโคร ตรายี่ห้อของเครื่องใหญ่ ๆ จะมีราคาหรือต้นทุนค่อนข้างสูงกว่า จะทำให้จำหน่ายยาก

จำนวนพนักงานของผู้จำหน่ายสามารถจะบอกถึงขนาดของธุรกิจได้อย่างคร่าว ๆ พนักงานขายจะบอกถึงโอกาสในการที่จะขายได้มากหรือน้อย เมื่อมินิเป็นสินค้าอุตสาหกรรม พนักงานขายจะบอกถึงโอกาสในการที่จะขายได้มากหรือน้อย เมื่อมินิ เป็นสินค้าอุตสาหกรรม เครื่องที่มีใช้อยู่โดยประมาณ เนื่องจากคอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ที่ต้องได้รับการดูแลรักษาอย่างดี ซึ่งผู้ใช้งานไม่สามารถทำได้เอง เพราะความยุ่งยากและสับสน พนักงานเขียนโปรแกรมอาจจะแสดงให้เห็นได้ไม่ชัด เนื่องจากปัจจุบันผู้จำหน่ายพยายามให้ลูกค้าใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหรือไปใช้บริการจากแหล่งอื่น เช่น Software House เพราะราคาของ Software สูงขึ้น

เรื่อย ๆ เมื่อเทียบกับ Hardware ซึ่งลดลงอย่างรวดเร็ว ผู้จำหน่ายบางแห่งจึงอาจมีพนักงานเขียนโปรแกรมเล็กน้อยก็พอกับจำนวนลูกค้ามาก ๆ และพนักงานฮาร์ดแวร์ให้ลูกค้า ในบางบริษัทอาจจะไม่มีโดยเฉพาะอาจให้พนักงานอื่นมาช่วยดำเนินการแทน เพราะจำนวนลูกค้ามีไม่มาก

การแบ่งลูกค้าอาจแบ่งได้หลายวิธี เช่น ตามประเภทของลูกค้า ตามพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันการแบ่งตามพื้นที่ไม่ค่อยจะได้ผลสำหรับสินค้าประเภทนี้ เพราะเครื่องระดับมินิฯ ส่วนใหญ่จะจำหน่ายอยู่ในกรุงเทพมหานคร การแบ่งตามประเภทจึงเหมาะสมมากกว่า เพราะลูกค้าแต่ละประเภทมีความต้องการต่างกันออกไป แต่สำหรับผู้จำหน่ายขนาดเล็กหรือมีพนักงานขายน้อย ลูกค้าน้อย อาจแบ่งตามรายชื่อลูกค้า

การติดต่อกับลูกค้าครั้งแรกและการไปเยี่ยมภายหลังอาจจะไปพบต่างบุคคลกัน เนื่องจากการไปพบครั้งแรกผู้จำหน่ายต้องการไปพบผู้ที่มีความสนใจในการตัดสินใจสั่งซื้อ แต่การไปเยี่ยมภายหลังต้องไปพบกับผู้ควบคุมหรือปฏิบัติงานในงานด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งอาจเป็นผู้จัดการฝ่ายคอมพิวเตอร์ หรือผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ถ้าคอมพิวเตอร์เป็นเพียงแผนกหนึ่งในฝ่ายบัญชีและการเงิน ส่วนการกำหนดการไปพบอาจทำโดยผู้จัดการฝ่ายขาย หรือพนักงานขายกำหนดเอง และลูกค้าโทรศัพท์มาตาม เนื่องจากผู้จำหน่ายไม่สามารถทราบว่าคุณค่ารายได้มีความต้องการ ทำให้ผู้จำหน่ายอาจจะละเลย หรือพลาดในการติดต่อไปหา ลูกค้าจึงเป็นผู้ติดต่อมาก่อนเอง

การแข่งขันของมินิกับไมโครกับเมนเฟรมนั้นอาจจะแบ่งตลาดออกจากกันได้ยาก เนื่องจากการพัฒนาทางด้านเทคนิคทำให้ความสามารถบางส่วนไม่แตกต่างกัน หรือข้อจำกัดบางอย่างหมดไป เช่น ขนาดของความสามารถ แต่ข้อจำกัดบางส่วนยังคงมีอยู่ เช่น ความสามารถทาง Software ซึ่งไมโครยังต้องอาศัยเวลาในการพัฒนาอีกระยะหนึ่ง หรือความสามารถในการต่ออุปกรณ์เข้า-ออกข้อมูล ซึ่งมินิฯ และไมโครฯ ไม่สามารถเทียบกับเมนเฟรม

บริการก่อนและหลังการขายประกอบด้วยบริการหลายอย่าง ซึ่งผู้จำหน่ายมินิฯ ไม่จำเป็นต้องให้บริการทุกอย่างหรือเหมือนกันทุกผู้จำหน่าย แต่จะขึ้นกับนโยบายและกลยุทธ์ในการขาย เช่น บริการการเขียนโปรแกรม ผู้จำหน่ายอาจจะไม่ให้แก่ลูกค้า หรือบางแห่งอาจยอมเขียนให้ก่อนสำหรับลูกค้าบางรายหรือบางประเภท

โปรแกรมที่ใช้อยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นโปรแกรมสำเร็จรูป เนื่องจากราคาของตัวเครื่องลดลง แต่ค่าแรงหรือค่าจ้างในการเขียนโปรแกรมสูงขึ้นและจะใช้เวลาในการเตรียม

นาน โปรแกรมสำเร็จรูปจึงเป็นทางออกในกรณีนี้ แต่โปรแกรมสำเร็จรูปส่วนใหญ่ไม่สามารถสนองความต้องการทั้งหมดของผู้ใช้งานหรือผู้ใช้งานต้องเปลี่ยนแปลงระบบงานบางส่วนเพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างดี ซึ่งอาจจะไม่สะดวกสำหรับหน่วยงาน จึงทำให้ผู้จำหน่ายต้องรับผิดชอบในการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปบางส่วนให้เหมาะสม หรือเขียนขึ้นใหม่ทั้งหมด ผู้ใช้งานบางรายอาจใช้บริการนี้จาก Software House แทน ส่วนงานที่ผู้ใช้งานเขียนเองมักจะเป็นการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูป หรือเขียนโปรแกรมย่อย ๆ บางส่วนเสริมเข้าไปเล็กน้อย ซึ่งค่าเป็นมากกว่าโปรแกรมที่ใช้อยู่ไม่สามารถยืดหยุ่นได้ตามความต้องการเฉพาะบางส่วนนั้น

ระบบราคาและผู้กำหนดราคามักจะขึ้นกับนโยบาย และลักษณะการดำเนินงานของผู้จำหน่าย ซึ่งต้องการความยืดหยุ่นมากน้อยเพียงใด แต่การใช้นโยบายราคาจะไม่ค่อยได้ผล เนื่องจากต้นทุนของคอมพิวเตอร์ไม่ใช่แค่เพียงฮาร์ดแวร์ แต่จะรวมไปถึงซอฟต์แวร์และบริการ ภายหลังจากการจำหน่าย และบริการก่อนการจำหน่ายที่ให้ออกไปแล้ว ซึ่งต้นทุนเหล่านี้จะสูงมาก แต่บางบริษัทอาจจะรวมไว้กับค่าบริการภายหลังจากการจำหน่ายซึ่งสามารถเรียกเก็บได้ เช่น ค่าบำรุงรักษา

การจำหน่ายอาจจะไม่ต้องขายให้ลูกค้าอย่างเด็ดขาด แต่อาจจะให้เข้าภายหลังเข้าไป ระยะหนึ่งอาจจะขายในราคาต่ำ หรือให้เข้าซื้อโดยผ่อนชำระกับผู้จำหน่ายเอง หรือสถาบันการเงินใดสถาบันการเงินหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเป้าหมายที่ขาดเงินทุนสามารถหาเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้โดยไม่ต้องลงทุนมาก ๆ ในครั้งแรก

ระยะเวลาอมบมักจะถูกกำหนดโดยการขนส่ง เนื่องจากผู้จำหน่ายจะไม่มีเครื่องเก็บไว้ในคลังสินค้า จะสั่งเมื่อลูกค้าต้องการ ซึ่งผู้ผลิตจะต้องใช้เวลาในการประกอบ (ถ้ามีอยู่ในคลังสินค้าต่างประเทศก็จะไม่เสียเวลาประกอบ) การทดสอบ การหีบห่อ และการขนส่ง จนมาถึงการตรวจสอบเมื่อมาถึงลูกค้าต่าง ๆ บ่อมต้องใช้เวลาค่อนข้างมากกว่าเครื่องไมโครฯ ซึ่งสามารถยกกลับไปจากบริษัทผู้จำหน่ายได้เลย

ในการวิเคราะห์ผลแสดงผลในการสอบถามผู้จำหน่ายตรายี่ห้อ IBM NEC และ BURROUGHS เนื่องจากเป็น 3 ตรายี่ห้อ ซึ่งคาดว่าจะเป็นที่นิยมที่มีการใช้แพร่หลายมากที่สุด 3 ตรายี่ห้อในประเทศไทยในปัจจุบัน

ตารางที่ 1 ผลกระทบของการวิวัฒนาการด้านคอมพิวเตอร์

	ผู้จำหน่าย IBM	ผู้จำหน่าย NEC	ผู้จำหน่าย BURROUGHS	ผู้จำหน่ายอื่น ๆ	คำอธิบายเพิ่มเติม
1. ลักษณะทั่วไปของผู้จำหน่าย					
1.1 ความสัมพันธ์กับผู้ผลิต	คล้ายต่างประเทศ	ตัวแทนจำหน่าย	ผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม	ผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม	ตราชื่อ IBM และ NEC มีความสัมพันธ์เป็นสาขาต่างประเทศ และตัวแทนจำหน่าย ทำให้ได้เปรียบเหนือผู้จำหน่ายอื่นในแง่ความช่วยเหลือจากต่างประเทศหรือผู้ผลิต
1.2 การประกอบธุรกิจอื่นก่อนจำหน่ายคอมพิวเตอร์	ไม่มี	มี	มี	ไม่มี 5 แห่ง มี 7 แห่ง	ถึงแม้คอมพิวเตอร์จะเป็นวิทยาการสมัยใหม่และมี การเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว แต่ต้องการการสนับสนุนด้าน การเงินอย่างมาก ทำให้ผู้จำหน่ายส่วนหนึ่งเป็นธุรกิจที่มีการประกอบธุรกิจอื่นก่อน
1.3 จำนวนตราชื่อคอมพิวเตอร์ที่มีจำหน่าย	1	1	1	ตราชื่อได้ 7 แห่ง หลายตราชื่ออีก 6 แห่ง	
1.4 จำนวนพนักงานขาย	11-20 คน	21-50 คน	11-20 คน	1- 5 คนมี 9 แห่ง 6-10 คนมี 4 แห่ง	จำนวนพนักงานขายแสดงถึงโอกาสที่ผู้จำหน่ายจะขายสินค้าได้ เพราะ การจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม พนักงานขายมีความสำคัญมาก NEC เน้นถึงความพยายามทางด้านการตลาด โดยมีพนักงานขายมากกว่าบริษัทอื่น ๆ
1.5 จำนวนพนักงานป้อนโปรแกรม	51-100 คน	51-100 คน	51-100 คน	1- 5 คนมี 3 แห่ง 6-11 คนมี 6 แห่ง 11-20 คนมี 3 แห่ง 21-50 คนมี 1 แห่ง	จำนวนพนักงานป้อนโปรแกรมแสดงถึงจำนวนคอมพิวเตอร์ที่ลูกค้าใช้ อยู่ เพราะคอมพิวเตอร์เป็นสินค้าที่ต้องการนำโปรแกรมอย่างมาก
1.6 จำนวนพนักงานเขียนโปรแกรม	1-5 คน	มากกว่า 100 คน	21-50 คน	1- 5 คนมี 4 แห่ง 6-10 คนมี 2 แห่ง 11-20 คนมี 5 แห่ง 21-50 คนมี 2 แห่ง	การให้บริการเขียนโปรแกรมให้ลูกค้าอาจไม่จำเป็นถ้าลูกค้าสามารถหาแหล่งอื่นได้เช่นโปรแกรมโฮต เช่น Software House โปรแกรมสำเร็จรูป หรือเขียนเอง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ผู้จำหน่าย IBM	ผู้จำหน่าย NEC	ผู้จำหน่าย BURROUGHS	ผู้จำหน่ายอื่น ๆ	พิจารณาเพิ่มเติม
1.7 จำนวนพนักงานอบรม คอมพิวเตอร์หลักสูตร	51-100 คน	11-20 คน	6-10 คน	1- 5 คนมี 5 แห่ง 6-10 คนมี 1 แห่ง 11-20 คนมี 1 แห่ง 6-10 คนและใช้ พนักงานจากฝ่ายอื่น 1 แห่ง ใช้พนักงานจากฝ่าย อื่น 5 แห่ง	ผู้จำหน่ายจะมีพนักงานอบรมคอมพิวเตอร์มาก ถ้ามีการจำหน่ายมาก แต่ในผู้จำหน่ายที่มียอดขายค่อนข้างน้อยอาจไปฝึกงานอื่นที่นอก IBM เน้นถึงการให้บริการส่วนนี้มากกว่าบริษัทอื่น ๆ
1.8 การแบ่งงานในฝ่ายขาย	ตามประเภท ธุรกิจ	ตามประเภท ธุรกิจ	ตามประเภทธุรกิจ	ตามประเภทธุรกิจ 10 แห่ง ตามรายปีลูกค้า 3 แห่ง	การแบ่งงานของฝ่ายขายสำหรับผู้จำหน่ายใหญ่ ๆ จะแบ่งตาม ประเภทธุรกิจ เพราะลักษณะของแต่ละธุรกิจต่างกัน และต้องการ บริการต่างกัน
2. ลูกค้าของผู้จำหน่าย					
2.1 ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อ คอมพิวเตอร์	ราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจผู้ผลิต ธุรกิจผู้ค้า สถาบันการเงิน ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจโรงพยาบาล	ราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจผู้ผลิต ธุรกิจผู้ค้า สถาบันการเงิน ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจโรงพยาบาล	ราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจผู้ค้า สถาบันการเงิน ธุรกิจโรงพยาบาล	ราชการมี 9 แห่ง รัฐวิสาหกิจมี 7 แห่ง ธุรกิจผู้ค้ามี 7 แห่ง ธุรกิจผู้ผลิตมี 6 แห่ง สถาบันการเงินมี 6 แห่ง ธุรกิจโรงแรมมี 3 แห่ง ธุรกิจโรงพยาบาลมี 2 แห่ง	ผู้จำหน่ายที่มีการจำหน่ายมาก จำเป็นต้องมุ่งในทุก ๆ ตลาด แต่ผู้จำหน่ายรายย่อย ๆ จะพยายามเน้นเพียงบางตลาดเพื่อ สามารถไปใช้พนักงานให้ประสิทธิภาพให้สูงที่สุด (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ผู้จำหน่าย IBM	ผู้จำหน่าย NEC	ผู้จำหน่าย BURROUGHS	ผู้จำหน่ายอื่น ๆ	คำอธิบายเพิ่มเติม
2.2 ลูกค้ำส่วนใหญ่ของมิดา	ราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจผู้ผลิต ธุรกิจผู้ค้า สถาบันการเงิน ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจโรงพยาบาล	ราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจผู้ผลิต ธุรกิจผู้ค้า สถาบันการเงิน ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจโรงพยาบาล	ธุรกิจผู้ค้า สถาบันการเงิน	ราชการมี 5 แห่ง รัฐวิสาหกิจมี 4 แห่ง ธุรกิจผู้ผลิตมี 5 แห่ง ธุรกิจผู้ค้ามี 9 แห่ง สถาบันการเงินมี 7 แห่ง ธุรกิจโรงแรมมี 2 แห่ง ธุรกิจโรงพยาบาลมี 1 แห่ง	ในผู้จำหน่ายรายย่อย ๆ จะมีลูกค้าของมิดา เป็นองค์กรธุรกิจ มากกว่าหน่วยราชการหรือมิดา เป็นคอมพิวเตอร์ขององค์กร ธุรกิจมากกว่าหน่วยราชการ (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
2.3 ธุรกิจคิดว่าจะเป็นลูกค้าที่น่าสนใจในอนาคต	ธุรกิจผู้ผลิต	ธุรกิจผู้ผลิต	ธุรกิจผู้ค้า	ธุรกิจผู้ผลิตมี 6 แห่ง ธุรกิจผู้ค้ามี 7 แห่ง สถาบันการเงินมี 5 แห่ง ธุรกิจโรงแรมมี 2 แห่ง ธุรกิจโรงพยาบาลมี 2 แห่ง	ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อลูกค้าในขนาดคล้ายกัน คือ ธุรกิจผู้ผลิตและธุรกิจผู้ค้า (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
2.4 แบบของคอมพิวเตอร์ใช้ผู้จำหน่าย จำนวนมากที่สุด (คิดตามมูลค่า)	เมนเฟรม	มิดา	เมนเฟรม	เมนเฟรมมี 1 ราย มิดา มี 11 ราย ไมโครฯ มี 1 ราย	มีเมนเฟรมเพียง 3 รายที่มีผู้จำหน่ายมาก คือ IBM BURROUGHS และ SPERRY UNIVAC นอกนั้นผู้จำหน่ายส่วนใหญ่จำหน่ายมิดา มากกว่า ยกเว้นเพียงรายเดียวจำหน่ายไมโครฯ มาก หรือผู้จำหน่ายส่วนใหญ่จำหน่ายมิดา มากกว่าคอมพิวเตอร์แบบอื่น
2.5 คาดว่าการใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจในปีต่อไปเป็นคอมพิวเตอร์แบบ (คิดตามมูลค่า)	มิดา	มิดา	เมนเฟรมกับไมโครฯ	เมนเฟรมมี 4 แห่ง มิดา มี 6 แห่ง ไมโครฯ มี 3 แห่ง	การคาดของผู้จำหน่ายรายใหญ่ทั้ง 2 พบว่าธุรกิจใช้มิดา มากที่สุดตามมูลค่า

	ผู้จำหน่าย IBM	ผู้จำหน่าย NEC	ผู้จำหน่าย BURROUGHS	ผู้จำหน่ายอื่น ๆ	คำอธิบายเพิ่มเติม
2.6 คาดว่าค่าใช้จ่ายคอมพิวเตอร์ในธุรกิจในอนาคตเป็นคอมพิวเตอร์แบบ (คิดตามมูลค่า)	มี	มี และ ไมโคร	เมนเฟรมและ ไมโคร	เมนเฟรมและไมโคร มี 2 แห่ง มี มี 8 แห่ง ไมโคร มี 3 แห่ง	การคาดในขนาดของค่าใช้จ่ายคอมพิวเตอร์สำหรับองค์กรธุรกิจของผู้จำหน่ายรายใหญ่ ยังคงคาดว่าเป็นมี หรือขึ้นขึ้นได้ว่ามี มี โอกาสเล็กน้อยในอนาคต
2.7 การติดต่อกับลูกค้าครั้งแรก ผู้จำหน่ายมักจะส่งพนักงานขายไปพบกับใคร	ผู้มีอำนาจสูงสุด ในบริษัท	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่ายคอมพิวเตอร์มี 8 แห่ง ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงินมี 5 แห่ง กรรมการบริหารมี 4 แห่ง ผู้จัดการทั่วไปมี 2 แห่ง ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ มี 1 แห่ง อื่น ๆ มี 2 แห่ง	ผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์มีความต้องการพบกับผู้มีอำนาจสูงสุดในทางสถิติในใจซื้อ แต่ส่วนมากมักจะไม่สามารถทำได้ในครั้งแรก ซึ่งจะพบกับผู้ที่ควบคุมโครงการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
2.8 การไปเยี่ยมลูกค้าภายหลังมักจะส่งพนักงานขายไปพบใคร	ผู้มีอำนาจสูงสุดในบริษัท	กรรมการบริหาร ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่ายคอมพิวเตอร์มี 9 แห่ง ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงินมี 4 แห่ง กรรมการบริหารมี 5 แห่ง ผู้จัดการทั่วไปมี 3 แห่ง ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ มี 1 แห่ง อื่น ๆ มี 2 แห่ง	ผู้จำหน่ายไปพบครั้งแรกและไปเยี่ยมลูกค้าภายหลังมักจะเป็นบุคคลเดียวกัน (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ผู้จำหน่าย IBM	ผู้จำหน่าย NEC	ผู้จำหน่าย BURROUGHS	ผู้จำหน่ายอื่น ๆ	คำอธิบายเพิ่มเติม
2.9 การไปพบกับลูกค้า จะกำหนดโดยใคร	พนักงานขายเอง	พนักงานขายเอง ลูกค้าโทรมา	พนักงานขายเอง	พนักงานขายเองมี 6 แห่ง ลูกค้าโทรมา 6 แห่ง ผู้จัดการฝ่ายขาย 10 แห่ง	การไปพบพนักงานขายกำหนดเอง เนื่องจากพนักงานขายสินค้ามีจะ ต้องมีความรับผิดชอบสูง (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
3. คู่แข่งของสินค้า					
3.1 ไมโครฯ เป็นคู่แข่ง ใช่หรือไม่	ใช่	บางส่วน	ไม่ใช่	ใช่ ๓ 9 แห่ง ไม่ใช่ ๓ 3 แห่ง บางส่วน ๓ 1 แห่ง	
3.2 เมนเฟรมเป็นคู่แข่ง ใช่หรือไม่	ใช่	บางส่วน	ใช่	ใช่ ๓ 5 แห่ง ไม่ใช่ ๓ 7 แห่ง บางส่วน ๓ 1 แห่ง	
3.3 ทรายี่ห้ออื่นๆ ที่เป็นคู่แข่ง	HP NEC	IBM WANG	NCR IBM	IBM ๓ 12 แห่ง NEC ๓ 8 แห่ง DIGITAL ๓ 6 แห่ง BURROUGHS ๓ 5 แห่ง PE ๓ 5 แห่ง WANG ๓ 4 แห่ง PRIME ๓ 3 แห่ง UNIVAC ๓ 2 แห่ง NCR ๓ 1 แห่ง	(สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ผู้จำหน่าย IBM	ผู้จำหน่าย NEC	ผู้จำหน่าย BURROUGHS	ผู้จำหน่ายอื่น ๆ	คำอธิบายเพิ่มเติม
<p>4. ผลิตภัณฑ์</p> <p>4.1 บริการก่อนการจำหน่าย ที่ให้แก่ลูกค้าส่วนใหญ่</p>	<p>ศูนย์บริการ</p>	<p>ให้ความรู้พื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์ วางแผนระบบคอมพิวเตอร์ วางแผนปรับปรุงระบบงานให้เข้ากับการใช้คอมพิวเตอร์ วางแผนขยายระบบคอมพิวเตอร์</p>	<p>ให้ความรู้พื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์ วางแผนระบบคอมพิวเตอร์</p>	<p>ให้ความรู้พื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์มี 8 แห่ง วางแผนขยายระบบคอมพิวเตอร์มี 7 แห่ง วางแผนปรับปรุงระบบงานให้เข้ากับการใช้คอมพิวเตอร์มี 5 แห่ง ให้ทดลองใช้เครื่องมี 6 แห่ง วางแผนระบบคอมพิวเตอร์มี 2 แห่ง ook specification มี 4 แห่ง เขียนโปรแกรมให้ก่อนมี 2 แห่ง</p>	<p>ผู้จำหน่าย IBM และ BURROUGH มีบริการก่อนการจำหน่ายน้อย แต่แสดงให้เห็นว่าสำหรับตราปีที่ดี หรือมีข้อตกลงการจำหน่ายผู้ๆ ลูกค้าไม่จำเป็นต้องได้รับบริการก่อนการจำหน่ายมาก สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)</p>
<p>4.2 บริการหลังการจำหน่าย ที่ให้แก่ลูกค้าส่วนใหญ่</p>	<p>การซ่อมบำรุงรักษา การอบรมพนักงานให้กับลูกค้า ให้คำปรึกษาด้านการติดตั้งเครื่อง โปรแกรมสำเร็จรูป ให้ทดลองใช้เครื่อง</p>	<p>การซ่อมบำรุงรักษา การอบรมพนักงานให้กับลูกค้า ให้คำปรึกษาด้านการติดตั้งเครื่อง การเขียนโปรแกรม</p>	<p>การซ่อมบำรุงรักษา การอบรมพนักงานให้กับลูกค้า ให้คำปรึกษาด้านการติดตั้งเครื่อง</p>	<p>การซ่อมบำรุงรักษามี 13 แห่ง การอบรมพนักงานให้กับลูกค้ามี 13 แห่ง ให้คำปรึกษาด้านการติดตั้งเครื่องมี 13 แห่ง เขียนโปรแกรมมี 7 แห่ง โปรแกรมสำเร็จรูปมี 4 แห่ง ให้ทดลองใช้เครื่องมี 4 แห่ง</p>	<p>บริการหลังการจำหน่ายสำหรับผู้จำหน่ายทุกแห่งต้องมีบริการหลายอย่าง และมีหลายบริการที่ผู้จำหน่ายจำเป็นต้องมีให้แก่ลูกค้า เนื่องจากลักษณะการให้บริการนี้แล้วลูกค้าจะประสบปัญหาในการทำงานด้านคอมพิวเตอร์อย่างมาก สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)</p>

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ผู้จำหน่าย IBM	ผู้จำหน่าย NEC	ผู้จำหน่าย BURROUGHS	ผู้จำหน่ายอื่น ๆ	คำอธิบายเพิ่มเติม
4.3 โปรแกรมของมินิ-คอมพิวเตอร์ ที่ถูกทำให้ อยู่ ด้วนใหญ่เขียนโดยใคร.	โปรแกรมสำเร็จรูป จากต่างประเทศ โปรแกรมสำเร็จรูป เขียนในประเทศไทย Software House ผู้ใช้งานเขียนเอง	ผู้จำหน่ายเขียน	โปรแกรมสำเร็จรูป จากต่างประเทศ โปรแกรมสำเร็จรูป เขียนในประเทศไทย	ผู้ใช้งานเขียนเองมี 8 แห่ง โปรแกรมสำเร็จรูปจาก ต่างประเทศมี 6 แห่ง ผู้จำหน่ายเขียนมี 5 แห่ง โปรแกรมสำเร็จรูปเขียน ในประเทศไทยมี 2 แห่ง	จะมีความแตกต่างกันมากระหว่างผู้จำหน่าย IBM และ NEC เนื่องจากขึ้นกับนโยบายของบริษัทเอง (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
5. ราคา					
5.1 การเสนอราคาในการ จำหน่ายมินิ	มีทั้งราคาเดียวและ หลายราคา เนื่องจาก บางครั้งจะจำหน่าย ผ่าน Software House	ราคาเดียว	หลายราคา	ราคาเดียวมี 8 แห่ง หลายราคามี 5 แห่ง	ระบบราคามักจะขึ้นกับนโยบายของบริษัทเอง โดยเฉพาะ เมื่อเป็นเพียงผู้ค้าส่งอุตสาหกรรม แต่ผู้จำหน่าย IBM จะ ใช้ทั้ง 2 ระบบ ซึ่งต่างจากตราอื่น เนื่องจากในบางครั้ง จะจำหน่ายผ่านตัวแทน ซึ่งต่างจากผู้จำหน่ายอื่นจะจำหน่ายแก่ ผู้ใช้โดยตรง
5.2 การกำหนดราคาขั้นต่ำ โดยใคร	คณะกรรมการบริหาร	คณะกรรมการ บริหารและผู้บริหาร	คณะกรรมการบริหาร	คณะกรรมการบริหารมี 3 แห่ง ผู้จัดการฝ่ายขายมี 8 แห่ง ผู้ผลิตมี 3 แห่ง ผู้จัดการทั่วไปมี 3 แห่ง	(สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
5.3 ราคาเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	ไม่แน่นอน	เหมือนกัน	ไม่แน่นอน	พอ ๆ กันมี 5 แห่ง สูงกว่ามี 5 แห่ง ไม่แน่นอนมี 2 แห่ง ต่ำกว่ามี 1 แห่ง	พบว่าผู้จำหน่ายเขียนรายเดียวที่มีราคาต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง แต่ก็ไม่ใช่ว่าผู้จำหน่ายรายใหญ่ หรือการขายในราคาต่ำอาจไม่ ประสบความสำเร็จในการขายคอมพิวเตอร์
5.4 มีเครื่องให้เช่าหรือไม่	มี	มี	มี	มี 9 แห่ง ไม่มี 4 แห่ง	การมีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้เช่าเป็นบริการที่จำเป็นอย่างหนึ่ง ของผู้จำหน่ายที่ต้องมีให้แกลูกค้า โดยเฉพาะผู้จำหน่ายที่มีเครื่อง ระดับเมนเฟรม

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ผู้จำหน่าย IBM	ผู้จำหน่าย NEC	ผู้จำหน่าย BURROUGHS	ผู้จำหน่ายอื่น ๆ	คำอธิบายเพิ่มเติม
6. ระยะเวลาในการส่งมอบ	1-3 เดือน	3-6 เดือน	3-6 เดือน	3-6 เดือนมี 12 แห่ง 6-12 เดือนมี 1 แห่ง	ผู้จำหน่ายจำเป็นต้องใช้เวลาานพอสมควรในการส่งมอบ เนื่องจากจะต้องนำเข้าจากต่างประเทศทั้งคืน และไม่มีสินค้าเก็บไว้ในคลังสินค้าล่วงหน้าก่อนการสั่งซื้อ
7. ชื่อที่กล่าวถึงลูกค้ารู้จัก ผู้จำหน่ายมักจะใช้ชื่อ	งานแสดงสินค้า การศึกษารวบรวม	พนักงานขายและ เอกอัครราชทูต การขาย งานแสดงสินค้า วารสารธุรกิจ วารสารคอมพิวเตอร์	งานแสดงสินค้า วารสารธุรกิจ	พนักงานขายและเอกอัคร ราชทูต การประกอบกิจการขายมี 12 แห่ง วารสารคอมพิวเตอร์ มี 9 แห่ง วารสารธุรกิจมี 6 แห่ง งานแสดงสินค้ามี 6 แห่ง การส่งทางไปรษณีย์มี 3 แห่ง อื่น ๆ มี 4 แห่ง	การใช้ชื่อในการกล่าวถึงลูกค้ารู้จักของแต่ละตราหือต่างกัน เนื่องจากบางตราหือ เช่น IBM เป็นตราที่รู้จักกันแพร่หลายอย่างมาก แต่บางตราหือที่เริ่มจำหน่ายในเมืองไทยเพียงปีหรือสองปี ถึงแม้จะมีชื่อเสียงในต่างประเทศมาก แต่ในไทยอาจมีผู้รู้จักน้อยมาก ก็ต้องใช้ชื่อที่ต่างกันไป สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ผู้จำหน่าย IDM	ผู้จำหน่าย NEC	ผู้จำหน่าย BURROUGHS	ผู้จำหน่ายอื่น ๆ	คำอธิบายเพิ่มเติม
8. จุดเด่นในการขายสินค้า	ราคาขายเมื่อเทียบกับความ สามารถของเครื่อง ชื่อเสียงและภาพพจน์ ผู้จำหน่าย การให้บริการปรึกษา การอบรมลูกค้า ระบบควบคุมและช่วย ปฏิบัติงาน อุปกรณ์เข้าออกข้อมูล หน่วยประมวลผลกลาง ลูกค้าช่วยกันขายให้	ชื่อเสียงและภาพพจน์ ผู้จำหน่าย การอบรมลูกค้า การบริการช่วยเหลือ	ราคาเมื่อเทียบกับความ สามารถของเครื่อง	ราคาเมื่อเทียบกับความ สามารถของเครื่อง 10 แห่ง ชื่อเสียงและภาพพจน์ ผู้จำหน่าย 7 แห่ง การให้บริการปรึกษา 8 แห่ง การบริการช่วยเหลือ 3 แห่ง การอบรมลูกค้า 2 แห่ง ระบบควบคุมและช่วย ปฏิบัติงาน 1 แห่ง อุปกรณ์เข้าออกข้อมูล 1 แห่ง ราคาขายที่ต่ำ 1 แห่ง อื่น ๆ 8 แห่ง	จุดเด่นของผลิตภัณฑ์จะต่างกันไปตามจุดเด่นของผู้ ผู้ผลิตและความเหมาะสมในการนำไปใช้ในประเทศไทย จนถึงนโยบายและความสามารถของผู้จำหน่ายจะทำได้ (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
9. กลุ่มทางการตลาดที่ สำคัญที่สุดของผู้จำหน่ายคือ	ความเข้าใจของลูกค้า จะช่วยให้ลูกค้า 7 ปี 10%	บริการเยี่ยมไป เยี่ยม	การแก้ปัญหาของลูกค้า	โปรแกรมสำเร็จรูป 4 แห่ง เครื่องคอมพิวเตอร์ 3 แห่ง ราคาขายที่ 3 แห่ง การสนับสนุนลูกค้า 3 แห่ง การแก้ปัญหาของลูกค้า 2 แห่ง ชื่อเสียงและความเข้าใจ 1 แห่ง การจำหน่ายแบบ Turnkey Package 1 แห่ง	กลุ่มที่มีอยู่ในโลกนี้กับจุดเด่นของบ้าน แต่เนื่องจาก คอมพิวเตอร์เป็นสินค้าที่เปลี่ยนเร็วจึงมีการวางไว้บริการ ที่กว้างและเปลี่ยนบ่อยบ้างราคาแพง ผู้จำหน่ายจึงมักจะ ใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะบริการลูกค้า โดย การแก้ปัญหาของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจของลูกค้า และเป็นผลงานอ้างอิงของผู้จำหน่าย (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

การวิจัยลูกค้าเป้าหมาย

จำนวนผู้ประกอบการด้านธุรกิจในประเทศไทยมีจำนวนนับแสนราย การวิจัยไม่สามารถครอบคลุมองค์การเหล่านี้ได้หมด และจะเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องเนื่องจากองค์การธุรกิจเหล่านี้ส่วนใหญ่ไม่มีความสามารถจะซื้อสินค้า ซึ่งกำหนดลักษณะขององค์การธุรกิจที่เป็นเป้าหมายของการวิจัยและแบ่งเป็นกลุ่มไว้ 4 กลุ่ม คือ ธุรกิจผู้ค้าและผู้ผลิต สถาบันการเงิน ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

ธุรกิจผู้ค้าและผู้ผลิต เป็นธุรกิจที่มียอดขายในปี 2525 มากกว่า 100 ล้านบาท ซึ่งรายชื่อของธุรกิจได้จาก หนังสือ Thammasat 1000 Directory of Thailand's 1000 Largest Companies 1979-1981 ทำเนียบบริษัทใหญ่ที่สุดในประเทศไทย 1,000 บริษัท 2522-2524 ของ คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สถาบันการเงินได้รายชื่อจากธนาคารแห่งประเทศไทย และกระทรวงพาณิชย์

ธุรกิจโรงแรมได้รายชื่อจากสมาคมโรงแรมไทย

ธุรกิจโรงพยาบาลได้รายชื่อจากกระทรวงสาธารณสุข

หลังจากการสำรวจสำมะโนข้อมูลมาแบ่งลูกค้าเป้าหมายออกตามลักษณะการนำคอมพิวเตอร์มาใช้งาน แบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทคือ

1. ธุรกิจซึ่งในปัจจุบันไม่ใช้คอมพิวเตอร์และในอนาคตคาดว่าจะไม่ใช้คอมพิวเตอร์
2. ธุรกิจซึ่งในปัจจุบันไม่ใช้คอมพิวเตอร์และในอนาคตคาดว่าจะใช้คอมพิวเตอร์

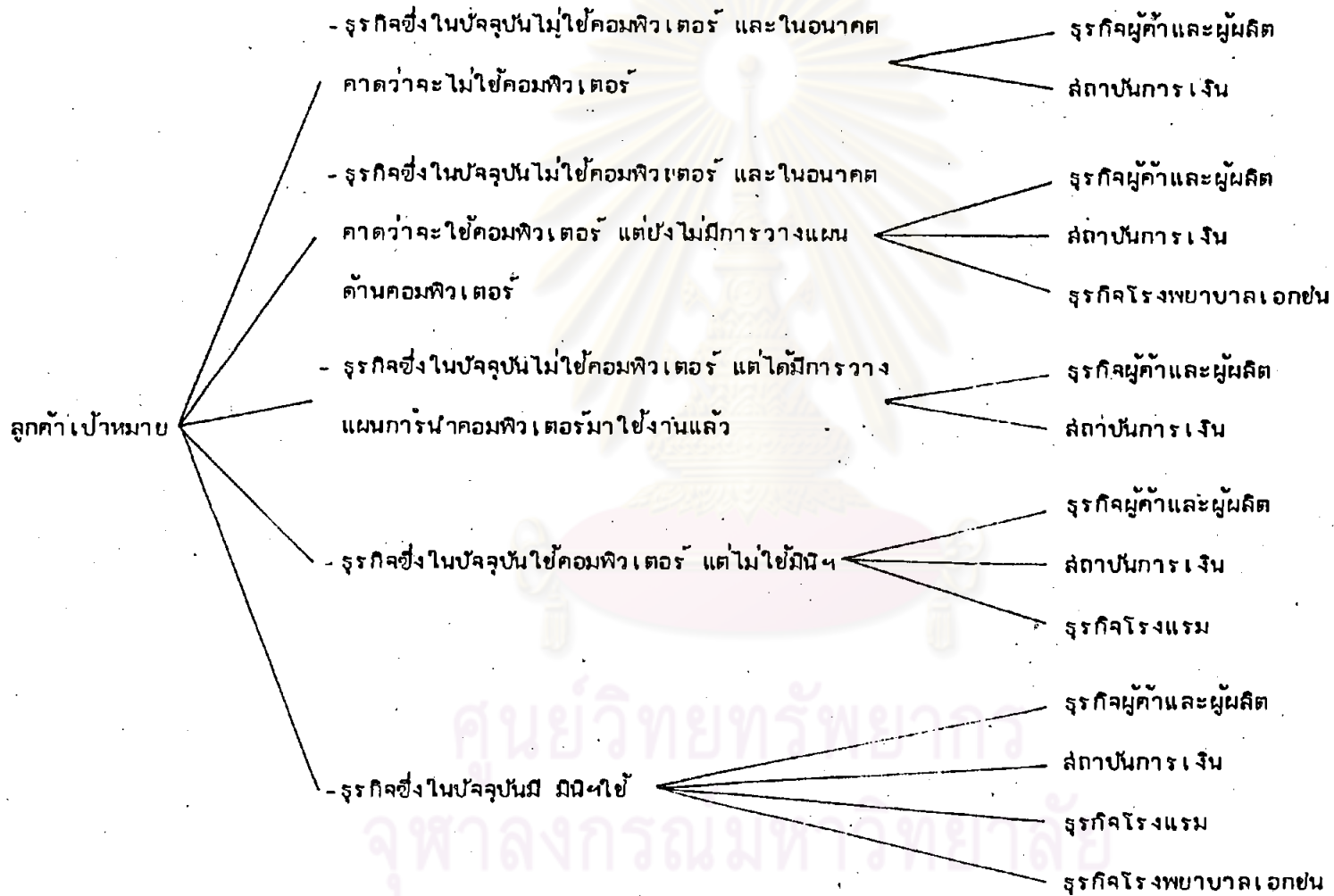
แต่ยังไม่มีการวางแผนด้านคอมพิวเตอร์

3. ธุรกิจซึ่งในปัจจุบันไม่ใช้คอมพิวเตอร์ แต่ได้มีการวางแผนการนำคอมพิวเตอร์มาใช้งานแล้ว

4. ธุรกิจซึ่งในปัจจุบันใช้คอมพิวเตอร์ แต่ไม่ใช้สินค้า

5. ธุรกิจซึ่งในปัจจุบันมีสินค้า

แผนผังที่ 2 แสดงการแบ่งลูกค้าเป้าหมายในงานวิจัย



ลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในประเทศไทยมีเวลานานหลายสิบปีมาแล้ว โดยเฉพาะในช่วง 5 ปีหลังนี้มีไมโคร ซึ่งสามารถใช้งานได้เหมือนเครื่องเมนเฟรม เครื่องในยุคแรก ๆ แต่มีราคาถูกมาก ดังนั้นปัจจัยที่ธุรกิจแต่ละแห่งอาจต่างกันไป แต่ปัจจัยหลักก็เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เนื่องจากคอมพิวเตอร์เป็นเพียงเครื่องมือในการช่วยทำงานในสำนักงาน เช่นเดียวกับเครื่องคิดเลข หรือเครื่องพิมพ์ดีด ต่างกันที่คอมพิวเตอร์สามารถใช้งานได้กว้างขวางกว่า และสามารถกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้า ซึ่งความรวดเร็วและแม่นยำในการทำงานสิ่งนี้จะส่งผลให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้ หรือสามารถลดต้นทุนจากบางแผนกลงได้ แต่จะมีค่าใช้จ่ายและพนักงานเพิ่มขึ้นในฝ่ายคอมพิวเตอร์ ปัจจัยทั้ง 2 ข้อนี้หลายธุรกิจจึงไม่มุ่งหวังในการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยงาน แต่จะหวังในการเพิ่มยอดขาย หรือจำนวนลูกค้าแทน แต่บางธุรกิจอาจต้องการตามคู่แข่งที่ใช้คอมพิวเตอร์ให้ทัน หรือภาพพจน์ในความทันสมัยของธุรกิจเอง

ทัศนคติของธุรกิจต่อมาตรฐานหรือความเหมือนกันของเครื่องคอมพิวเตอร์จะมีผลต่อการพิจารณาเลือกตราயี่ห้อ เนื่องจากทัศนคติต่อมาตรฐานเหมือน ๆ กันสูง จะทำให้ผู้จำหน่ายไม่สามารถขึ้นจุดเด่นของฮาร์ดแวร์ได้อย่างเต็มที่ หรือต้องอาศัยความพยายามมากกว่าการยี่ห้ออื่น เช่น ซอฟต์แวร์หรือบริการตรงกันข้ามถ้าทัศนคติต่างกันมาก ผู้จำหน่ายสามารถจะอาศัยจุดเด่นด้านฮาร์ดแวร์ได้อย่างมาก เช่น ความรวดเร็วในการคำนวณ

ในการวางแผนลูกค้าเป้าหมาย จำเป็นต้องให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบงานที่ใช้งานอย่างดี และระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีจำหน่ายในปัจจุบัน ดังนั้นในการวางแผนลูกค้าเป้าหมายจึงอาจใช้พนักงานภายในหรือผู้จำหน่ายเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย แต่อาจใช้บริษัทที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนอื่น ๆ เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัย หรืออาจให้ช่วยกันวางแผน

ในการเรียกพนักงานขายมาพบ มักจะเรียกมาพบผู้ควบคุมโครงการตามขั้นตอนในการจัดซื้อคอมพิวเตอร์ (ดูรายละเอียดในภาคผนวก) จากหนังสือ Marketing Management Analysis , Planning and Control ของ Philip Kotler ผู้ขายจะมาพบกับฝ่ายจัดซื้อ แต่ในประเทศไทยอาจแตกต่างกันเนื่องจาก วิทยาการด้านคอมพิวเตอร์ยังเป็นสิ่งใหม่มาก ในการพิจารณาอาจต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ด้านนี้โดยเฉพาะ หรือผู้ใช้งานโดยตรง และอาจพิจารณาจากผู้บริหารในระดับสูง เนื่องจากเป็นการลงทุนค่อนข้างมาก และมีผลกระทบต่อการกิจการในทุก ๆ ด้านมาก

ในการใช้งานคอมพิวเตอร์มักจะไม่วางแผนให้สามารถโยกย้ายเครื่องได้ตลอดไป หรือลงทุนเพียงครั้งเดียว เนื่องจากองค์การธุรกิจจะต้องมีการขยายทุก ๆ ปี การเตรียมอุปกรณ์บางส่วนไปก่อนนาน ๆ เช่น ความจุฮาร์ดดิสก์ จะทำให้เป็นการลงทุนเกินความจำเป็น และในอนาคตก็สามารถขยายได้เมื่อต้องการ อีกทั้งเนื่องจากวิทยาการด้านนี้มีพัฒนาการเร็วมาก และผู้ผลิตเปลี่ยนรุ่นการผลิตตาม ทำให้เครื่องรุ่นเก่า ๆ ขาดชิ้นส่วนในการซ่อมบำรุงรักษา และราคาของฮาร์ดแวร์มีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ ทำให้ราคาของเครื่องใหม่จะน้อยกว่าการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องเก่า อายุของคอมพิวเตอร์จึงค่อนข้างสั้น โดยมากมักจะไม่เกิน 5 ปี

จำนวนพนักงานในฝ่ายคอมพิวเตอร์อาจจะเป็นตัวแสดงให้เห็นถึงปัญหา เนื่องจากความสามารถในการผลิตบุคลากรด้านนี้ของประเทศไทยอยู่ในอัตราที่ต่ำหรือไม่เพียงพอกับความต้องการ ดังนั้นทำให้เครื่องที่สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องมีผู้เชี่ยวชาญคอยควบคุม จะทำให้มีโอกาสดีมากในการจำหน่าย ซึ่งเครื่องในปัจจุบันเริ่มมีบางตราหือที่สามารถใช้งานได้โดยง่าย ๆ

รายการของงานที่ถูกค้าเป้าหมายนำไปใช้เป็นรายการของธุรกิจทั่ว ๆ ไป ในธุรกิจเฉพาะหรือธุรกิจบริการ จะมีงานเฉพาะของธุรกิจเอง เช่น สถาบันการเงิน นำไปใช้คำนวณดอกเบี้ยเงินฝาก ธุรกิจโรงแรมนำไปใช้ในงาน front Office ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนนำไปใช้ในงานเวชประวัติ เป็นต้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทในกลุ่มของลูกค้าเป้าหมาย

ประเภท	กลุ่ม	ธุรกิจค้าและผลิตภัณฑ์ (หน่วย : ล้านบาท)					รวม	สถาปน การเงิน	ธุรกิจ โรงแรม	ธุรกิจ โรงพยาบาล เอกชน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
		ยอดขาย ถึง 100	มากกว่า 100 ถึง 200	มากกว่า 200 ถึง 500	มากกว่า 500 ถึง 1,000	มากกว่า 1,000						
1. โบนัสไม่ใช้		1	3	1	1	0	6	3	0	0	9	มีจำนวนน้อย แสดงถึงธุรกิจส่วนใหญ่ส่วนใหญ่
ในขนาดไม่ใช้		(16.67)	(14.29)	(4.76)	(12.5)		(8.96)	(11.54)			(8.74)	การนำผลิตภัณฑ์มาใช้งานมาก
2. โบนัสไม่ใช้		0	9	5	0	0	14	2	0	2	18	มีจำนวนสูง แสดงถึงธุรกิจส่วนใหญ่สนใจ แต่มี
ในขนาดจะใช้ แต่ไม่ มีวางแผน			(42.86)	(23.86)	(23.81)		(20.90)	(7.69)		(40)	(17.48)	ขาดความพร้อม เช่น บุคลากร
3. โบนัสไม่ใช้ แต่มีการ วางแผนแล้ว		1	1	4	0	0	6	2	0	0	8	มีจำนวนน้อย เนื่องจากธุรกิจอยู่ในช่วง
		(16.67)	(4.76)	(19.05)			(8.96)	(7.69)			(7.77)	เวลาที่สั้น
4. ใช้ผลิตภัณฑ์		4	3	4	5	2	18	2	1	0	21	ส่วนใหญ่จะใช้ไมโคร ฯ
แต่ไม่ใช้/อื่น ๆ		(66.67)	(14.29)	(19.05)	(62.50)	(18.18)	(26.87)	(7.69)	(20)		(20.39)	
5. มีหนี้ใช้		0	5	7	2	9	23	17	4	3	47	มีจำนวนสูง แสดงว่าการกำหนดหัวบ่าง
			(23.81)	(33.33)	(25)	(81.82)	(34.33)	(65.38)	(80)	(60)	(45.63)	ถูกต้องตามความต้องการ
รวม		6	21	21	8	11	67	26	5	5	103	มีเลขในเครื่องหมายเก็บ หมายถึง คำอธิบายของแต่ละกลุ่ม



ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตรายี่ห้อคอมพิวเตอร์ที่รู้จัก และคาดว่าจะสามารถใช้งานได้

ได้กับกลุ่มของลูกค้ำเป้าหมาย

ตรายี่ห้อ	กลุ่ม	ธุรกิจผู้ค้า และผู้ผลิต	สถาบัน การเงิน	ธุรกิจ โรงแรม	ธุรกิจ โรงพยาบาล เอกชน	รวม
1	IBM	46 (68.66)	18 (69.23)	3 (60)	5 (100)	72 (69.90)
2	NCR	31 (46.27)	18 (69.23)	3 (60)	0	52 (50.49)
3	BURROUGH	9 (13.43)	4 (15.38)	0	3 (60)	16 (15.53)
4	NCR	3 (4.48)	5 (19.23)	2 (40)	1 (20)	11 (10.68)
5	CDC	4 (5.97)	1 (3.85)	0	3 (60)	8 (7.77)
6	WANG	1 (1.49)	5 (19.23)	0	0	6 (5.83)
7	DIGITAL	3 (4.48)	1 (3.85)	0	2 (40)	6 (5.83)
8	SPERRY UNIVAC	1 (1.49)	1 (33.85)	0	2 (40)	4 (3.88)
9	PERKIN-ELMER	1 (1.49)	1 (3.85)	0	2 (40)	4 (3.88)
10	TEXAS INSTRUMENT	3 (4.48)	0	1 (20)	0	4 (3.88)
11	HEWLETT PACKARD	3 (4.48)	1 (3.85)	0	0	4 (3.88)
12	DATAPOINT	0	1 (3.85)	1 (20)	0	2 (1.94)
13	HITACHI	2 (2.99)	0	0	0	2 (1.94)
14	PRIME	0	0	0	1 (20)	1 (0.97)
15	APPLE	16 (23.88)	1 (3.85)	1 (20)	2 (40)	20 (19.42)
16	อื่น ๆ	17 (25.37)	4 (15.38)	1 (20)	0	22 (21.36)
17	ไม่รู้จัก	10 (14.93)	3 (11.54)	0	0	13 (12.62)
รวม		67	25	5	5	103

- หมายเหตุ :- ผู้ตอบสามารถเลือกตอบตรายี่ห้อได้มากกว่า 1 ตรายี่ห้อ
- อื่น ๆ หมายถึงตรายี่ห้ออื่น ๆ ซึ่งเป็นเครื่องระดับไมโครฯ ทั้งสิ้น
 - จากตารางนอกจาก IBM, NEC และ BURROUGH แล้ว ลูกค้ำเป้าหมายจะรู้จักน้อยและเป็นเพียงบางกลุ่มเท่านั้น
 - ค่าในเครื่องหมายวงเล็บ หมายถึง ค่าร้อยละของกลุ่มลูกค้ำเป้าหมาย

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่ทำให้ผู้สักรายชื่อ กับกลุ่มของลูกคำเป้าหมาย

สื่อ \ กลุ่ม	ธุรกิจผู้ค้า และผู้ผลิต	สถาปนการเงิน	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจโรงพยาบาล เอกชน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
พนักงานขาย	45 (57.16)	20 (76.92)	5 (100)	3 (60)	73 (70.87)	- สื่อที่เข้าถึงดีที่สุดคือพนักงานขาย
เพื่อน	16 (23.88)	3 (11.54)	2 (40)	3 (60)	24 (23.30)	และเพื่อน เนื่องจากเป็นสินค้า
งานแสดงสินค้า	7 (10.45)	2 (7.69)	0	2 (40)	11 (10.68)	จุดสำคัญ
วารสารธุรกิจ	7 (10.45)	3 (11.54)	0	1 (20)	11 (10.68)	- ป้ายโฆษณาติดตบ ถึงแม่ผู้จำหน่ายยัง
วารสารคอมพิวเตอร์	5 (7.46)	4 (15.38)	0	2 (40)	11 (10.88)	ไม่มีรายโตโย เนื่องจากโฆษณาของ
ป้ายโฆษณา	2 (2.99)	1 (3.85)	0	0	3 (2.91)	NEC ที่มีอยู่ คาท้าแมทโมโยผู้ทำ
การส่งทางไปรษณีย์	2 (2.99)	0	0	1 (20)	3 (2.91)	- ไม่มีรายโตตอบการโฆษณาทางวิทยุ
อื่น ๆ	21 (31.34)	12 (46.15)	3 (60)	2 (40)	38 (36.89)	หรือโทรทัศน์เลย
รวม	67	26	5	5	103	- สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 สื่อ - ค่าในเครื่องหมายวงเล็บหมายถึงค่าร้อยละของกลุ่มลูกคำเป้าหมาย

ตารางที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปกับประเภทของลูกค้าเป้าหมาย

	ปัจจุบันไม่ใช่ อนาคตไม่ใช่	อนาคตใช่ แต่ ยังไม่มั่นคง	อนาคตใช่ และมีแผนแล้ว	ใช้คอมพิวเตอร์ แต่ไม่ใช่ งด	มี งด ใช่	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
1. จำนวนพนักงาน (หน่วย:คน)							
1. 1- 10	0	3	0	0	0	3	จำนวนพนักงานมีผลต่อการใช้คอมพิวเตอร์ เนื่องจาก
2. 11- 50	5	8	2	3	7	25	จากจำนวนพนักงานปฏิบัติงานในร้าน ซึ่งการที่มี
3. 51-100	4	1	4	4	8	21	พนักงานมากก็จะทำให้จำเป็นต้องนำคอมพิวเตอร์
4. 101-200	0	0	1	1	7	9	มาช่วย
5. 201-500	0	2	1	5	6	14	
6. มากกว่า 500	0	4	0	8	19	31	
2. จำนวนลูกค้า (หน่วย:ราย)							
1. 1- 10	3	3	0	4	0	9	จำนวนลูกค้า ถ้ามีจะไม่สามารถบอกถึงขนาดของ
2. 11- 50	0	3	1	8	0	12	ธุรกิจ เช่น ยอดขาย หรือกำไร แต่จะบอกถึงปริมาณ
3. 51-100	0	3	1	2	4	10	งาน ทั้งงานบัญชีลูกหนี้ และงานสินค้าคงคลัง ซึ่งพบว่า
4. 101-200	1	3	2	2	1	9	ธุรกิจที่มีจำนวนลูกค้านักจะมีโอกาสเป็นธุรกิจที่ใช้ งด
5. 201-500	1	4	2	1	3	11	มากกว่า
6. มากกว่า 500	4	3	2	4	39	52	

ตารางที่ 6 ลูกค้ำเป้าหมายประเภทที่ 1 ธุรกิจซึ่งในปัจจุบันไม่ใช่คอมพิวเตอร์และในอนาคตคาดว่าจะไม่ใช่คอมพิวเตอร์

	ธุรกิจผู้ค้าและผู้ผลิต	สถาบันการเงิน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
สาเหตุที่คาดว่าจะไม่ใช่				
1. จำนวนงานป็นน้อยอยู่	5 (83.33)	2 (66.67)	7 (77.78)	-สาเหตุสำคัญคือ จำนวนงานป็นน้อยอยู่และสามารถไป พนักงานทำงานต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพพออยู่ และ การลงทุนในคอมพิวเตอร์จะเป็นการลงทุนที่มาก ซึ่งไม่ คุ้มค่าใช้จ่ายในระยะเวลาดังนั้น และในสถาบันการเงิน ไม่มีธุรกิจใดเห็นว่าการใช้คอมพิวเตอร์ไม่จำเป็น เนื่องจาก มีความจำเป็นในแง่ของการแข่งขัน -ค่าในวงเล็บ หมายถึง ค่าร้อยละของกลุ่มธุรกิจ -ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 สาเหตุ
2. ไม่เห็นความจำเป็น	5 (83.33)	0	5 (55.56)	
3. อื่น ๆ	1 (16.67)	1 (33.33)	2 (22.22)	

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 ถูกค่าเป้าหมายประเภทที่ 2 ธุรกิจยังไม่ใช้คอมพิวเตอร์ และในอนาคตคาดว่าจะใช้คอมพิวเตอร์ แต่ยังไม่มีการวางแผนบ้านคอมพิวเตอร์

	ธุรกิจผู้ค้าและผู้ผลิต	สถาบันการเงิน	ธุรกิจโรงแรม/รถเช่า	รวม	ค่าอธิบายเพิ่มเติม
1. บริษัทที่ทำให้อาคารจะนำคอมพิวเตอร์มาใช้จำนวน					-บริษัทที่ทำให้อาคารจะนำคอมพิวเตอร์มาใช้เหมือนกับเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยเฉพาะในธุรกิจบริการ เช่น
1. เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	14 (100)	2 (100)	2 (100)	18 (100)	สถาบันการเงิน และธุรกิจโรงพยาบาล ในลักษณะการประหยัด
2. ประหยัดค่าใช้จ่าย	2 (14.29)	0	0	2 (11.11)	ค่าใช้จ่ายหรือภาพพิมพ์
3. ภาพงานขององค์กร	1 (7.14)	0	0	1 (5.56)	-บริษัทที่ธุรกิจไม่มีการเข้าถึงคือ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า เพิ่มยอดขาย
4. อื่น ๆ	1 (7.14)	0	0	1 (5.56)	และตามคู่แข่งที่ใช้ให้ทัน
2. จำนวนอาคารที่คาดว่าจะถึง					-ผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
1. มากกว่า 0 ถึง 5 แล่นบาท	9 (64.29)	1 (50)	1 (50)	11 (61.11)	-พบว่ามีการตั้งงบประมาณค่อนข้างต่ำ หรือน่าจะซื้อไมโครมากกว่า
2. มากกว่า 5 แล่นถึง 1 ล้านบาท	1 (7.14)	1 (50)	1 (50)	3 (16.67)	แต่ก็มีธุรกิจส่วนมากอีกส่วนหนึ่งที่ตั้งงบประมาณสูงถึงระดับ ๓๓
3. มากกว่า 1 ล้านถึง 5 ล้านบาท	3 (21.43)	0	0	3 (16.67)	
4. ไม่นับอื่น	1 (7.14)	0	0	1 (5.56)	

ศูนย์วิทยพัทธยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 (ต่อ)

	ธุรกิจค้าและยืมสินค้า	สถาปนารังจีน	ธุรกิจโรงแรมรถชน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
3. แหล่งข้อมูล					
1. ผู้จำหน่าย	7 (50)	1 (50)	1 (50)	9 (50)	-ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นแนวทางที่จะหาแหล่งข้อมูลจากบริษัทผู้จำหน่าย
2. พนักงานภายในบริษัท	3 (21.43)	1 (50)	0	4 (22.22)	หรือจากพนักงานภายในบริษัทเป็นส่วนใหญ่ หรือเป็นการหาข้อมูล
3. บริษัทที่ปรึกษา	1 (7.14)	0	0	1 (5.56)	จากแหล่งที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ
4. เพื่อน	1 (7.14)	0	0	1 (5.56)	อื่น ๆ รวมถึงการหาแหล่งข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งประกอบกัน
5. อื่น ๆ	2 (14.29)	0	1 (50)	3 (16.67)	
4. ระยะเวลาที่คาดว่าจะใช้ในการ วางแผน					
1. มากกว่า 1 ถึง 3 เดือน	4 (28.57)	0	1 (50)	5 (27.78)	-ธุรกิจส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการวางแผนมากกว่า 6 เดือน
2. มากกว่า 3 ถึง 6 เดือน	1 (7.14)	0	0	1 (5.56)	เนื่องจากการลงทุนในคอมพิวเตอร์เป็นการลงทุนสูงและมีผล
3. มากกว่า 6 ถึง 12 เดือน	1 (7.14)	1 (50)	0	2 (11.11)	ต่อองค์การมาก เพราะจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายใน
4. มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป	8 (57.14)	1 (50)	1 (50)	10 (55.56)	ของธุรกิจเองมาก
					-คำในเครื่องหมายวงเล็บ หมายถึง ค่าร้อยละของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 ลูกหนี้เป้าหมายประเภทที่ 3 ธุรกิจเงินปันผลไม่ใช้คอมพิวเตอร์ แต่ได้มีการวางแผนการนำคอมพิวเตอร์มาใช้จำนวนแล้ว

	ธุรกิจผู้ค้าและผู้ผลิต	สถาปนากิจการเงิน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
1. บังคับให้คิดว่าจะไม่คอมพิวเตอร์มาใช้				- ธุรกิจทุกธุรกิจยังคงดำเนินกิจการเพื่อประสิทธิภาพทางการเงินสูงที่สุด เช่นเดียวกับลูกหนี้เป้าหมาย ซึ่งยังไม่มีการวางแผน
1. เพื่อประสิทธิภาพทางการเงิน	6 (100)	2 (100)	8 (100)	- สถาปนากิจการเงินไม่พิจารณาถึงการประหยัดค่าใช้จ่าย แต่คำนึงถึงสภาพหนี้ขององค์กร
2. ประหยัดค่าใช้จ่าย	2 (33.33)	0	2 (25)	เช่น ธุรกิจผู้ค้าและผู้ผลิต ที่พิจารณาตรงกันข้ามคือพิจารณาถึงการประหยัดค่าใช้จ่าย
3. สภาพหนี้ของกิจการ	0	1 (50)	1 (12.5)	และไม่คำนึงถึงสภาพหนี้ของกิจการ
4. อื่น ๆ	3 (50)	0	3 (37.5)	- ผู้ติดสามารถเสียผลตอบแทนมากกว่า 1 ศาสน
2. งบประมาณที่ตั้ง				- การตั้งงบประมาณอยู่ในระดับที่ค่อนข้างจะยากเกินไปได้คิด กลุ่มหนึ่งจะน้อยกว่า 5 ล้านบาท และอีกกลุ่มหนึ่งจะอยู่ระหว่าง 1 ถึง 5 ล้านบาท
1. มากกว่า 0 ถึง 5 ล้านบาท	3 (50)	1 (50)	4 (50)	
2. มากกว่า 5 แสนถึง 1 ล้านบาท	1 (16.67)	0	1 (12.5)	
3. มากกว่า 1 ล้านถึง 5 ล้านบาท	2 (33.33)	1 (50)	3 (37.5)	
3. ระยะเวลาเครื่องคอมพิวเตอร์แบบ				
1. ไมโคร ๙	2 (33.33)	1 (50)	3 (37.5)	- ไม่มีธุรกิจใดวางแผนใช้ถึงระดับเมนเฟรม
2. มินิ ๙	4 (66.67)	1 (50)	5 (62.5)	
4. ผู้วางแผน				- ไม่มีธุรกิจใดที่ปรึกษาปรึกษา อาจารย์มหาวิทยาลัย หรือจะเป็นผู้วางแผนให้
1. พนักงานภายใน	5 (83.33)	0	5 (62.5)	
2. ผู้จำหน่าย	1 (16.67)	1 (50)	2 (25)	
3. อื่น ๆ	0	1 (50)	1 (12.5)	

ตารางที่ 8 (ต่อ)

	ธุรกิจค้าปลีก	สถาบันการเงิน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
5. วัสดุในการดำเนินงาน:				- ธุรกิจใช้เวลา 3-6 เดือน หรือเกิน 12 เดือนในการวางแผน ไม่มีธุรกิจใด
1. มากกว่า 3 ถึง 6 เดือน	1 (16.67)	1 (50)	2 (25)	มากกว่า 3 เดือน หรือระหว่าง 3 ถึง 6 เดือน
2. มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป	5 (83.33)	1 (50)	6 (75)	- ในการวางแผนจำเป็นต้องใช้เวลาค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้วางแผนต้องเข้าใจ
6. งานที่วางแผนล่วงหน้า				อย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจดำเนินการ
1. A/C Receivable	6 (100)	1 (50)	7 (87.5)	- พบว่าธุรกิจให้ความสำคัญต่อการนำข้อมูลใน A/C Receivable, Payroll
2. Payroll	5 (83.33)	1 (50)	6 (75)	และ Profit & Loss Statements เป็นส่วนใหญ่
3. Profit & Loss Statements	5 (83.33)	1 (50)	6 (75)	- ในงานต่าง ๆ จะเป็นรายชื่อของงานในธุรกิจทั่วไป ซึ่งสถาบันการเงินหรือ
4. Billing	6 (100)	0	6 (75)	ธุรกิจบริการมักจะไม่มี
5. Inventory	6 (100)	0	6 (75)	- ไม่มีธุรกิจใดเก็บค่าใช้จ่ายใน Word Processing
6. Sales Analysis	4 (66.66)	0	4 (50)	- ผู้คิดสามารถเลือกได้มากกว่า 1 งาน
7. Order Entry	3 (50)	0	3 (37.5)	
8. Mailing List	2 (33.33)	0	2 (25)	
9. อื่น ๆ	1 (16.67)	1 (50)	2 (25)	
7. ผู้ที่รับผิดชอบงานธนาคาร				- ในการให้บริการงานธนาคาร ธุรกิจทั้งหมดเลือกให้มาพบก่อนการวางแผน
1. การรวบรวม	3 (50)	0	3 (37.5)	- ธุรกิจผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งให้ความสำคัญต่อการนำข้อมูลมาใช้อย่างมาก
2. ผู้จัดการทั่วไป	2 (33.33)	1 (50)	3 (37.5)	การรวบรวมข้อมูลในธนาคารและผู้รับผิดชอบงานธนาคารผู้
3. ผู้จัดการบัญชีและการเงิน	1 (16.67)	1 (50)	2 (25)	- ไม่มีธุรกิจใดใช้ธนาคาร ผู้จัดการฝ่ายคอมพิวเตอร์เนื่องจากยังไม่มีการนำคอมพิวเตอร์
				หรือใช้คอมพิวเตอร์ในการนำบัญชี

ตารางที่ 8 (ต่อ)

	ธุรกิจผู้ค้าและผู้ผลิต	สถาบันการเงิน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
8. บริษัทที่คาดว่าจะใช้ในการเลือกตราหนี้				
1. ระบบควบคุมและช่วยปฏิบัติงาน	4 (66.67)	0	4 (50)	- เนื่องจากลักษณะของการดำเนินธุรกิจของผู้ค้าและผู้ผลิต ต่างจากสถาบันการเงิน ทำให้ปัจจัยในการเลือกปัจจัยในการเลือกตราหนี้ต่างกัน เช่น ระบบควบคุมและช่วยปฏิบัติงาน หรือข้อเสียและสภาพหนี้ผู้จำหน่าย
2. ข้อเสียและสภาพหนี้ผู้จำหน่าย	3 (50)	0	3 (37.5)	
3. การให้บริการบำรุงรักษา	2 (33.33)	1 (50)	3 (37.5)	
4. การยอมรับลูกค้า	2 (33.33)	1 (50)	3 (37.5)	
5. ราคาขายที่ต่ำกว่า	2 (33.33)	1 (50)	3 (37.5)	
6. ราคาขายเมื่อเทียบกับความ สามารถเคสอื่น	2 (33.33)	0	2 (25)	
7. บริการคืนโปรแกรม	1 (16.67)	0	1 (12.5)	
8. อื่น ๆ	3 (50)	2 (100)	5 (62.5)	
9. ระยะเวลาที่คาดว่าจะใช้ในการส่งมอบ				
1. มากกว่า 1 ถึง 3 เดือน	2 (33.33)	2 (100)	4 (50)	- ไม่มีธุรกิจใดวางแผนให้มีการส่งมอบเร็วกว่า 1 เดือน และนานกว่า 12 เดือน
2. มากกว่า 3 ถึง 6 เดือน	2 (33.33)	0	2 (25)	
3. มากกว่า 6 ถึง 12 เดือน	2 (33.33)	0	2 (25)	

ตารางที่ 8 (ต่อ)

	ธุรกิจค้าและยืมคส	สถาบันการเงิน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
10. ทัศนคติความเหมือนกันของเครื่อง คอมพิวเตอร์				- ลูกค้าเป้าหมายมีทัศนคติมาตรฐานของเครื่องคอมพิวเตอร์เหมือน ๆ กันอยู่
1. เหมือน ๆ กัน	2 (33.33)	2 (100)	4 (50)	
2. ต่างกันบ้าง	3 (50)	0	3 (37.5)	
3. ต่างกันมาก	1 (16.67)	0	1 (12.5)	
11. สถานะความเป็นเจ้าของเครื่อง คอมพิวเตอร์				- ไม่มีธุรกิจใดเคยเสียทรัพย์สินเข้าซื้อ - ทุกธุรกิจคิดว่าจะซื้อหาเครื่องจากผู้จำหน่ายในประเทศ
1. ซื้อ	5 (83.33)	2 (100)	7 (87.5)	
2. เช่า	1 (16.67)	0	1 (12.5)	- ค่าในเครื่องหมายถึงสิบล หมายถึง ค่ารอบคอบของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 ลูกหนี้เจ้าหนวยประเภทที่ 4 ธุรกิจภายในบริษัทคอมพิวเตอร์ ค่าใช้จ่าย ๘๘๖

	ธุรกิจผู้ค้าและผู้ผลิต	สถาปนการเงิน	ธุรกิจโรงแรม	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
1. บัญชีทั่วไปที่เจ้าหนวยคอมพิวเตอร์มาใช้					
1. เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	17 (94.44)	1 (50)	1 (100)	19 (90.48)	- บัญชีในการเลือกคล้ายกับลูกหนี้เจ้าหนวยที่เจ้าหนวยคอมพิวเตอร์ คือ คู่คู่คือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ของมาคือ ประเภทค่าใช้จ่าย และภาพพจน์ขององค์กร
2. ประเภทค่าใช้จ่าย	8 (44.44)	1 (50)	0	9 (42.80)	
3. ภาพพจน์ขององค์กร	5 (27.78)	1 (50)	0	6 (28.57)	- บัญชีเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า เพิ่มยอดขาย และตามคู่แข่งค่าใช้จ่ายอื่น
4. เพิ่มจำนวนลูกค้า	0	1 (50)	0	1 (4.76)	จะทำให้ธุรกิจการนำคอมพิวเตอร์มาใช้แล้วหรือเร่งให้ธุรกิจนำ
5. เพิ่มยอดขาย	0	1 (50)	0	1 (4.76)	คอมพิวเตอร์มาใช้
6. ตามคู่แข่งค่าใช้จ่ายอื่น	1 (5.56)	0	0	1 (4.76)	- ผู้ถือสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 บัญชี
7. อื่น ๆ	2 (11.11)	0	0	3 (14.29)	
2. เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นแบบ					
1. ไมโคร	18 (100)	1 (50)	1 (100)	20 (95.24)	- พบว่าในสถาปนการเงินหนึ่งใช้เครื่องระบบเฟรมคิงเนมผลการวิเคราะห์ต่าง ๆ ในสถาปนการเงินจะมีลักษณะที่ต่างกัน เพราะการ
2. เหน้เพิ่ม	0	1 (50)	0	1 (4.76)	ใช้เครื่องที่ต่างก็มาก
3. ผู้ขายระบบคอมพิวเตอร์					
1. พนักงานภายใน	13 (72.22)	0	0	13 (61.90)	- ผู้ขายระบบส่วนใหญ่คือพนักงานภายในของกิจการ และบริษัทผู้จำหน่าย เนื่องจากเป็นเครื่องระบบไมโครฯ
2. ผู้จำหน่าย	4 (22.22)	1 (50)	1 (100)	6 (28.57)	- อื่น ๆ หมายถึงการกำหนดจากบริษัทอื่น
3. บริษัทที่ปรึกษา	1 (5.56)	0	0	1 (4.76)	- ผู้ถือสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
4. เพื่อน	1 (5.56)	0	0	1 (4.76)	
5. อื่น ๆ	1 (5.56)	1 (50)	0	2 (9.52)	

ตารางที่ 9 (ต่อ)

	ธุรกิจค้าปลีก	ดำเนินการเงิน	ธุรกิจโรงแรม	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
4. ค่าเช่าที่ไม่ใช่ DD					- การเช่าไปใช้จำนวนมักจะนำไปทำเคาน์เตอร์งานช่าง และมิใช่ใช้งาน
1. ไม่มีขนาดเฉพาะ	15 (83.33)	1 (50)	0	16 (76.19)	เพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งเครื่องระบบโมโครจะเหมาะสมและประหยัด
2. สั้นแปดง	9 (50)	0	1 (100)	10 (47.62)	กว่าเครื่องระบบ มิใช่
3. ผิดขนาดจำกัด	0	1 (50)	0	1 (4.76)	- ชิ้น ๆ หมายถึงเป็นการเริ่มทดลองใช้ แต่จะไม่ใช่ มิใช่ขนาด
4. ชิ้น ๆ	6 (33.33)	0	0	6 (28.57)	- มีข้อสามารถผิดตอบโหมมากกว่า 1 คำตอบ
5. ค่าเช่าในการใช้จำนวนของเครื่อง (หน่วย: 0)					- เครื่องแม่พิมพ์เป็นเครื่องที่มีอายุ 1-2 ปี เนื่องจากมีการบกพร่อง
1. 1-2	6 (33.33)	1 (50)	0	7 (33.33)	เครื่องอยู่ตลอดเวลาหรือทุก ๆ ปี ตามการขยายตัวของธุรกิจ
2. 2-5	9 (50)	1 (50)	0	10 (47.62)	- ทุกธุรกิจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์มีจำนวนทั่วประเทศ
3. 5-10	3 (16.67)	0	1 (100)	4 (19.05)	
6. จำนวนพนักงานในฝ่ายคอมพิวเตอร์ (หน่วย: คน)					
1. 1-5	16 (88.89)	1 (50)	1 (100)	18 (85.71)	- ธุรกิจที่ใช้พนักงานด้านคอมพิวเตอร์ 11-20 คนเป็นเครื่องแม่พิมพ์
2. 6-10	2 (11.11)	0	0	2 (9.52)	
3. 11-20	0	1 (50)	0	1 (4.76)	
7. มูลค่าของเครื่องคอมพิวเตอร์					
1. มากกว่า 0 ถึง 5 ล้านบาท	17 (94.44)	1 (50)	1 (100)	17 (90.48)	- แสดงว่าการกำหนดขนาดของเงินมีราคาตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป
2. มากกว่า 5 แสนถึง 1 ล้านบาท	1 (5.56)	0	0	1 (4.76)	ถูกต้อง เพราะมีโมโครเพียงระบบเดียวที่ราคาเกิน 5 ล้านบาท
3. มากกว่า 1 ล้านถึง 5 ล้านบาท	0	1 (50)	0	1 (4.76)	

ตารางที่ 9 (ต่อ)

	ธุรกิจผู้ค้าปลีก	สถาบันการเงิน	ธุรกิจโรงแรม	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
8. งานที่นำไปใช้					-ธุรกิจมีภาระผูกพันการก่อหนี้เพิ่มงานไม่ก่ออย่าง และส่วนมาก
1. A/C Receivable	12 (66.67)	1 (50)	0	13 (61.90)	ค่าใช้จ่ายงานเดิน
2. Profit & Loss Statement	12 (66.67)	0	0	12 (57.14)	-หลายงานที่นำไปใช้ โดยเฉพาะงานที่หลายหน่วยงานใช้ฐานข้อมูล
3. Payroll	7 (38.89)	1 (50)	1 (100)	9 (42.88)	เดียวกัน เช่น พนักงานค้ำคอง
4. Sales Analysis	7 (38.89)	0	0	7 (33.33)	-ผู้ถือสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 งาน
5. อื่น ๆ	5 (27.78)	1 (50)	0	6 (28.57)	
9. ในอนาคตคาดว่าจะไปดีหรือไม่					-แสดงให้เห็นว่าเครื่องระดมเงินเป็นโครงการของธุรกิจที่ใช้
1. ใช่	12 (66.67)	1 (50)	1 (100)	14 (66.67)	คอมพิวเตอร์ แต่ไม่ใช่ ดิจิทัล หรือ ดิจิทัลโอกาสทางการ
2. ไม่ใช่	6 (33.33)	1 (50)	0	7 (33.33)	ตลาดในหลายปี
					-ค่าในเครื่องหมายวงเล็บ หมายถึงค่าร้อยละของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 ลูกหนี้เจ้าหนี้ประเภทที่ 5 จุดประสงค์ในบัญชีงบกำไร

	จุดประสงค์ด้าน บัญชี	ลักษณะการ เงิน	จุดประสงค์ ประเภท	จุดประสงค์ ประเภท	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
1. บัญชีเจ้าหนี้ งบกำไร						
1. เงินประกันการหักงาน	22 (95.65)	17 (100)	4 (100)	3 (100)	46 (97.87)	- ผิดกับจุดประสงค์ที่ไปก่อหนี้ เดิมที่ไป งบกำไร
2. ประกันค่าจ้าง	18 (78.26)	7 (41.11)	1 (25)	7 (66.66)	28 (58.57)	- ในการทำหนี้/หนี้ เดิมที่ไปไม่ขึ้นกับการเลือกแบบ ของก่อหนี้ เดิม
3. การหักเงินขององค์กร	3 (13.04)	6 (35.29)	1 (25)	1 (33.33)	11 (23.40)	- ผู้ประกอบการเลือกดอกเบี้ยมากกว่า 1 บัญชี
4. เงินดอกเบี้ย	7 (30.43)	0	0	1 (33.33)	8 (17.21)	
5. เงินจำนวนลูกหนี้	2 (8.70)	5 (29.41)	0	0	7 (14.89)	
6. ความคุ้มครองที่ไปให้	3 (13.04)	4 (23.53)	0	0	7 (14.89)	
7. อื่น ๆ	3 (13.04)	3 (17.65)	1 (25)	1 (33.33)	8 (17.21)	
2. หนี้ที่ก่อมากรฐานของกำไร						
1. หนี้สิน ๆ หนี้	9 (39.13)	11 (64.71)	1 (25)	2 (66.67)	23 (48.94)	
2. ค่าจ้างบ้าน	14 (60.87)	4 (23.53)	2 (50)	1 (33.33)	2 (44.68)	
3. ค่าจ้างมาก	0	2 (11.76)	1 (25)	0	3 (6.38)	
3. ผู้วางระบบคอมพิวเตอร์						
1. พนักงานภายใน	14 (60.87)	12 (70.59)	2 (50)	2 (66.67)	30 (63.83)	- ผิดกับจุดประสงค์ที่ไปก่อหนี้ เดิมที่ไปไม่ขึ้นกับการเลือกแบบของ ก่อหนี้ เดิมที่ไปให้ผู้วางระบบทุกทางออกไป
2. ผู้จำหน่าย	5 (21.74)	6 (35.29)	1 (25)	2 (66.67)	11 (29.79)	- อื่น ๆ หมายถึง ผู้วางระบบจากบริษัทอื่น
3. บริษัทที่ไป	2 (8.70)	1 (5.88)	0	0	3 (6.38)	- ผู้ประกอบการเลือกดอกเบี้ยมากกว่า 1 ค่าตอบแทน
4. อาจารย์มหาวิทยาลัย	1 (4.35)	1 (5.88)	0	0	2 (4.26)	
5. อื่น ๆ	5 (21.74)	0	1 (25)	1 (33.33)	7 (14.89)	

ตารางที่ 10 (ต่อ)

	จุดขายกำหนด บัญชี	ค่าดำเนินการใน	จุดขายโรงแรม	จุดขายโรงพยาบาล	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม:
4. ระยะเวลาในการวางแผน						
1. มากกว่า 0 ถึง 1 เดือน	2 (8.70)	1 (5.88)	0	0	3 (6.38)	-จุดขายไม่ระยะเวลาวางแผนน้อยกว่า 1 เดือน เป็นกรณี เร่งด่วนมาก และได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายเป็นอย่างดี
2. มากกว่า 3 ถึง 6 เดือน	9 (39.19)	7 (41.18)	0	0	16 (34.04)	-จุดขายบริการโดยเฉพาะจุดขายโรงแรมและโรงพยาบาลไป
3. มากกว่า 6 ถึง 12 เดือน	3 (13.04)	2 (11.76)	1 (25)	1 (33.33)	7 (14.89)	เวลาในการวางแผนนานกว่าจุดขายอื่น ๆ
4. มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป	9 (39.19)	7 (41.18)	3 (75)	2 (66.67)	21 (44.68)	
5. บริการก่อนการจำหน่ายที่ได้รับจากลูกค้า						
1. ให้ความรู้พื้นฐาน	15 (65.22)	7 (41.18)	3 (75)	3 (100)	28 (59.57)	-มีลูกค้าส่วนหนึ่งไม่ต้องการบริการก่อนการจำหน่ายใด ๆ จากลูกค้า
2. ให้ความรู้ไปรษณีย์	10 (43.48)	7 (41.18)	2 (50)	0	19 (40.43)	-ผู้ตอบคำถามเกิดข้อสงสัยมากกว่า 1 คำตอบ
3. วางแผนนำผลิตภัณฑ์	7 (30.43)	7 (41.18)	2 (50)	2 (66.67)	18 (38.30)	
4. วางแผนไปรษณีย์ระบบงาน	4 (17.39)	5 (29.41)	1 (25)	0	10 (21.28)	
5. ออกข้อกำหนดในการจัดซื้อ	3 (5.88)	1 (5.88)	2 (50)	1 (33.33)	7 (14.89)	
6. วางแผนขยายระบบ	2 (8.70)	2 (11.76)	0	0	4 (8.51)	
7. เชิญไปรษณีย์	1 (4.35)	1 (5.88)	0	1 (33.33)	3 (6.38)	
8. อื่น ๆ	1 (4.35)	2 (11.76)	0	0	3 (6.38)	
9. ไม่ให้บริการใด ๆ	6 (26.09)	6 (35.29)	0	0	13 (27.66)	

ตารางที่ 10 (ต่อ)

	ธุรกิจผู้ค้าและ ผู้ผลิต	สถาปนาก่อสร้าง	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจโรงพยาบาล เอกชน	รวม	ค่าระงับ: ร้อยละ
6. ความเสียหายอันเนื่องมาจากการล่าช้า						- เนื่องจาก IBM และ NEC ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ทำเงิน ธุรกิจกันเอง
1. ฝ	1 (4.35)	1 (5.88)	0	1 (33.33)	3 (6.30)	
2. โฉง	22 (95.65)	16 (94.12)	4 (100)	2 (66.67)	44 (93.62)	
7. การโยกย้ายพนักงานข้ามมาพบเมื่อ						- เนื่องจากมีหลายธุรกิจที่ไปเกิดในระดัพบกและพหุกับทั้งนั้น จึงมีผู้โยกย้ายจากด้านคอมพิวเตอร์ไปทำธุรกิจผู้จำหน่าย หนังสือการวางแผนแล้ว
1. ก่อนการวางแผน	20 (86.95)	12 (70.56)	4 (100)	3 (100)	9 (82.98)	
2. หลังการวางแผน ก่อนการออกข้อ กำหนดในการจัดซื้อ	1 (4.35)	3 (17.65)	0	0	4 (8.51)	
3. หลังการออกข้อกำหนด ก่อนการ จัดซื้อ	2 (8.7)	2 (11.76)	0	0	4 (8.51)	
8. อายุที่คาดว่าจะใช้ในการใช้งานของเครื่อง ๕๐						- อายุที่ต่ำกว่า 2 ปีหมายถึง จะมีการขจัดทิ้งเครื่อง ไม่ไป เปลี่ยนเครื่องใหม่
1. นานกว่า 0 ถึง 2 ปี	0	1 (5.88)	0	1 (33.33)	2 (4.26)	
2. นานกว่า 2 ถึง 5 ปี	19 (82.61)	11 (64.70)	0	2 (66.67)	32 (68.09)	
3. นานกว่า 5 ถึง 10 ปี	3 (13.04)	4 (23.53)	1 (25)	0	8 (17.02)	
4. นานกว่า 10 ปีขึ้นไป	1 (4.35)	1 (5.88)	3 (75)	0	5 (10.54)	
9. จำนวนพนักงานฝ่ายคอมพิวเตอร์ (หน่วย : คน)						- จำนวนพนักงานฝ่ายคอมพิวเตอร์จะเพิ่มขึ้นปีละ ๕๐-๖๐ คน เช่น มีเครื่องใหม่เพิ่มขึ้น จำนวนพนักงานจะ มาก หรือ น้อยตาม ของธุรกิจเองที่จะพัฒนาไปตรงตามความต้องการจะทำให้องค์กรมีพนักงานมาก
1. น้อยกว่า 6	13 (56.62)	11 (64.70)	4 (100)	2 (66.67)	30 (63.83)	
2. 6-10	0 (34.78)	1 (5.88)	0	1 (33.33)	10 (21.28)	
3. 11-20	2 (8.70)	5 (29.41)	0	0	7 (14.89)	

ตารางที่ 10 (ต่อ)

	ธุรกิจผู้ค้าและ ผู้ผลิต	สถาปนิกการเงิน	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจโรงพยาบาล เอกชน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
10. ผู้เสนอเกิดตราที่หมดอายุ						-ผู้จัดการฝ่ายคอมพิวเตอร์จะเป็นผู้มีสิทธิขอมากขึ้นมาในการซื้อ ฉิมมากขึ้นมาเมื่อเทียบกับลูกค้าเป้าหมายประเภทอื่น
1. กรรมการบริหาร	8 (34.78)	5 (29.41)	2 (50)	2 (66.67)	17 (36.17)	-อื่น ๆ หมายถึง การถูกกำหนดจากบริษัทอื่น
2. ผู้จัดการฝ่ายคอมพิวเตอร์	4 (17.39)	8 (47.06)	0	0	12 (25.53)	-ผู้ตอบสามารถเกิดกชนได้มากกว่า 1 คำตอบ
3. ผู้จัดการบัญชีและการเงิน	3 (13.04)	0	0	0	3 (6.38)	
4. ผู้จัดการทั่วไป	0	1 (5.88)	1 (25)	0	2 (4.26)	
5. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	1 (4.35)	0	0	0	1 (2.13)	
6. อื่น ๆ	13 (56.62)	4 (23.53)	1 (25)	1 (33.33)	15 (31.91)	
11. ระยะเวลาในการส่งมอบเครื่อง ๓๑๓						-ระยะเวลาส่งมอบน้อยกว่า 1 เดือน เนื่องจากเงินกรณี พิเศษ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการวางแผนน้อยกว่า 1 เดือนกับ
1. น้อยกว่า 1	2 (8.70)	1 (5.88)	0	0	3 (6.38)	-ระยะเวลาส่งมอบนานกว่า 6 เดือนจะเป็นความคั่งค้างการ ของลูกค้าเอง เพื่อรอตอบการก่อสร้าง เช่น โรงแรม
2. 1-3	5 (21.74)	3 (17.65)	0	0	8 (17.02)	
3. 3-6	7 (30.43)	7 (41.18)	0	3 (100)	17 (36.17)	
4. 6-12	6 (26.87)	4 (23.53)	1 (25)	0	11 (23.40)	
5. มากกว่า 12	3 (13.04)	2 (11.76)	3 (75)	0	8 (17.02)	
12. มูลค่าของเครื่อง ๓๑๓						-พบว่าไม่มีมูลค่าอุปกรณ์ที่ราคาที่สูงมากไว้ คือ ระหว่าง 5 แสน ถึง 10 ล้านบาท
1. มากกว่า 5 แสนถึง 1 ล้านบาท	0	1 (5.88)	0	0	1 (2.13)	-ธุรกิจ 2 แห่งที่มีเครื่อง ๓๑๓ ๒ เครื่อง
2. มากกว่า 1 ล้านถึง 5 ล้านบาท	21 (91.30)	14 (82.35)	2 (50)	3 (100)	40 (85.11)	
3. มากกว่า 5 ล้านถึง 10 ล้านบาท	3 (13.04)	3 (17.65)	1 (50)	0	8 (17.02)	

ตารางที่ 10 (ต่อ)

	ธุรกิจค้าปลีก ผู้ผลิต	สถาปนิกภายใน	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจโรงพยาบาล เอกชน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
13. เครื่องดื่ม ช็อค เฟอร์ หรือเข้าช็อค						-ไม่มีธุรกิจเครื่องดื่ม
1. ช็อค	17 (73.91)	16 (94.12)	4 (100)	3 (100)	40(85.11)	-ทุกธุรกิจช็อคหรือคัสตาร์ดมาจากผู้จำหน่ายในประเทศ
2. เฟอร์	6 (26.87)	1 (5.88)	0	0	7(14.89)	
14. บำรุงรักษาเครื่องจักรหรือ ผลิต						-การเครื่องจักรหรือผลิตที่สำคัญ คือ ซ่อมแซมและภาพพจน์
1. ซ่อมแซมและภาพพจน์ผู้จำหน่าย	13 (56.62)	12 (70.59)	2 (50)	2 (66.67)	29(61.70)	ของผู้จำหน่าย และบริการภายหลังการจำหน่าย คือ การ
2. การให้บริการช่างไฟฟ้า	11 (47.83)	12 (70.59)	1 (25)	2 (66.67)	26(55.32)	ให้ช่างไฟฟ้า และบริการซ่อมลูกค้า ส่วนด้านโปรแกรม
3. การซ่อมรถจักรยาน	6 (26.87)	8 (47.59)	2 (50)	1 (33.33)	17(36.17)	จักรยานจะถูกรื้อซ่อมไป เนื่องจากผู้จำหน่ายจะมีการ
4. ระบบควบคุมและช่วยปฏิบัติงาน	4 (17.39)	9 (52.94)	0	1 (33.33)	14(29.79)	ควบคุมด้านโปรแกรมให้พร้อมแล้ว, ไม่ว่าจะเขียนโปรแกรมให้
5. บริการด้านโปรแกรม	5 (21.74)	7 (41.18)	1 (25)	0	13(27.66)	ใหม่ หรือนำโปรแกรมสำเร็จรูปไปพัฒนาให้เหมาะสมกับงาน
6. ราคาขายที่ต่ำกว่า	4 (17.39)	6 (35.29)	0	1 (33.33)	11(23.40)	-ธุรกิจการลดราคาค่าขายที่ต่ำกว่าก่อนข้างล่าง และด้านทั่ว
7. การสร้างระบบงาน	1 (4.35)	4 (23.53)	1 (25)	2 (66.67)	8(17.02)	เครื่องเก่า เนื่องจากผลของต้นทุนต่อมาตรฐานของเครื่อง
8. เวลาสั่งมอบ	3 (13.04)	4 (23.53)	0	0	7(14.89)	ซึ่งไม่ทำงาน
9. ราคาเมื่อเทียบกับความสามารถ	3 (13.04)	1 (5.88)	1 (25)	1 (33.33)	6(12.77)	-เช่น ๆ ประกอบด้วย ความสามารถในการทำงานที่เครื่องที่มีอยู่
10. อุปกรณ์เข้า-ออกข้อมูล	1 (4.35)	4 (23.53)	1 (25)	0	6(12.77)	หรือไปโปรแกรมเดิมได้ ซึ่งอาจนำมาจากบริษัทแม่ หรือเพื่อ
11. หน่วยประมวลผลกลาง	0	1 (5.88)	0	0	1(2.13)	ความถี่ในการใช้พนักงานคอมพิวเตอร์ผู้คิด
12. เช่น ๆ	13 (56.52)	3 (17.65)	3 (75)	0	19(40.43)	-ผู้ถือสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ปัจจัย

ตารางที่ 10 (ต่อ)

	ธุรกิจค้าปลีก ยูนิค	สถาปนารัฐวิ	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจโรงพยาบาล เดอแป	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
15. งานที่นำเครื่องคอมพิวเตอร์						
1. A/C Receivable	20 (86.96)	17 (100)	4 (100)	2 (66.67)	43 (91.49)	-สอดคล้องกับลูกค้าเป้าหมายประเภทที่ 3 ธุรกิจปัจจุบัน ไม่โต้แย้ง แต่มีการวางแผนไว้แล้ว เนื่องจากลูกค้าเป้าหมาย
2. Sales Analysis	19 (82.61)	8 (47.06)	4 (100)	0	31 (65.96)	ประเภทอื่นก็จะนำมาใช้เช่นกัน
3. Profit & Loss Statement	17 (73.91)	8 (47.06)	3 (75)	2 (66.67)	30 (63.83)	-สอดคล้องกับลูกค้าเป้าหมายประเภทที่ 4 ธุรกิจที่ไปขอเคอร์เซอร์
4. Inventory	20 (86.96)	4 (23.53)	3 (75)	2 (66.67)	29 (61.70)	แต่ไม่ใช่มรดก คือจะไม่ไปงาน Inventory Billing
5. Billing	15 (65.22)	7 (41.18)	4 (100)	2 (66.67)	28 (59.57)	หรืองานที่มีหน่วยงานใช้ข้อมูลเดียวกัน และในลูกค้าเป้าหมาย
6. Payroll	15 (65.22)	6 (35.29)	3 (75)	2 (66.67)	26 (55.32)	ประเภทนี้จะใช้มีงานหลาย ๆ อย่าง
7. Order Entry	12 (52.17)	3 (17.65)	2 (50)	0	17 (36.17)	-อื่น ๆ สูงมากเนื่องจากธุรกิจนำไปใช้ในงานเฉพาะของ
8. Mailing List	7 (30.43)	6 (35.29)	2 (50)	0	15 (31.91)	ลักษณะการดำเนินงานธุรกิจ
9. Word Processing	3 (13.04)	4 (23.53)	2 (50)	0	9 (19.15)	-ผู้ทดสอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 งาน
10. อื่น ๆ	14 (60.87)	7 (100)	4 (100)	3 (100)	38 (80.85)	
16. บริการทางเทคนิคการจำหน่ายของผู้จำหน่ายสินค้า						
1. การซ่อมบำรุงรักษา	23 (100)	17 (100)	4 (100)	3 (100)	47 (100)	-การซ่อมบำรุงรักษา การอบรมลูกค้า และการให้คำปรึกษา ในการศึกษาเงินมากสำหรับผู้ที่นำต้องมาในแง่ลูกค้า
2. การอบรมลูกค้า	23 (100)	17 (100)	4 (100)	3 (100)	47 (100)	ทุกราย
3. ให้คำปรึกษาในการศึกษา	23 (100)	17 (100)	4 (100)	3 (100)	47 (100)	-บริการด้านโปรแกรมก่อนซื้อไม่ชำระเงิน
4. ให้คำปรึกษาไปรษณีย์	19 (82.61)	8 (47.06)	2 (50)	2 (66.67)	31 (65.96)	-อื่น ๆ ประกอบด้วย การจัดการประชุม หรือกิจกรรมอื่น ๆ
5. เซ็นโปรแกรม	4 (17.39)	6 (35.29)	1 (25)	1 (33.33)	12 (25.53)	-ผู้ทดสอบสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 บริการ
6. โปรแกรมสำเร็จรูป	0	2 (11.76)	0	0	2 (4.26)	
7. อื่น ๆ	8 (34.78)	1 (5.88)	1 (25)	0	10 (21.28)	

ตารางที่ 10(ต่อ)

	ธุรกิจผู้ค้าคน ผูกพัน	กิจการบริการอื่น	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจโรงพยาบาล เอกชน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
17. พนักงานขายสินค้าจรรยา						-ชั้น ๆ เรายังคง พนักงานสำหรับที่มาจากขายนมคั้นนม นมที่รับผิดชอบโดยตรงกับการไปเครื่องผลิต
1. ผู้จัดการฝ่ายคอมพิวเตอร์	15 (65.22)	9 (52.94)	0	2 (66.67)	26 (55.32)	
2. กรรมการบริหาร	7 (30.43)	2 (11.76)	1 (25)	0	10 (21.28)	-ผู้ถือหุ้นสามารถถือครองได้มากกว่า 1 คำตอบ
3. ผู้จัดการบัญชีและการเงิน	6 (26.09)	2 (11.76)	1 (25)	0	9 (19.15)	
4. ผู้จัดการทั่วไป	0	3 (17.65)	1 (25)	0	4 (8.51)	
5. ผู้จัดการผลิต	0	0	1 (25)	0	1 (2.13)	
6. ชั้น ๆ	2 (8.70)	2 (11.76)	0	1 (33.33)	5 (10.64)	
18. ผู้ถือหุ้นโปรแกรมเมอร์งานขององค์กร						-ชั้น ๆ เรายังคงโปรแกรมเมอร์ของพนักงาน โดยเฉพาะ ธุรกิจที่เป็นสาขา เพื่อมีพนักงานต่างประเทศ
1. ผู้ปฏิบัติงานระบบ	16 (69.57)	12 (70.56)	1 (25)	2 (66.67)	31 (65.96)	
2. ผู้จัดการ	4 (17.39)	6 (35.29)	1 (25)	1 (33.33)	12 (25.53)	-ผู้ถือหุ้นสามารถถือครองได้มากกว่า 1 คำตอบ
3. Software House	1 (4.35)	1 (5.88)	1 (25)	1 (33.33)	4 (8.51)	
4. โปรแกรมเมอร์ต่างประเทศ	1 (4.35)	1 (5.88)	1 (25)	1 (33.33)	4 (8.51)	
5. โปรแกรมเมอร์ต่างประเทศ	0	1 (5.88)	0	0	1 (2.13)	
6. ชั้น ๆ	6 (26.09)	0	1 (25)	0	7 (14.89)	

ตารางที่ 10 (ต่อ)

	ธุรกิจค้าปลีก มียุค	ค้าปลีกการเงิน	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจโรงพยาบาล เอกชน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
19. การขยายระบบ						
1. เปลี่ยนเครื่องใช้ใหญ่ขึ้น นอกบ้าน รุ่นเดิม	6 (26.07)	6 (35.29)	1 (25)	0	13 (27.66)	- ต้น ๆ หมายถึงยังไม่คำนวณปัจจุบันหรือคาดว่าจะไม่มี การขยายในระยะเวลาดังกล่าว - ผู้ถือสามารถเลือกทดแทนได้มากกว่า 1 ปี
2. เปลี่ยนรุ่นใหญ่ขึ้น	5 (21.74)	4 (23.53)	1 (25)	1 (33.33)	11 (23.43)	
3. นำเครื่องใช้เก่ามาต่อเข้า	5 (21.74)	6 (35.29)	1 (25)	0	12 (25.53)	
4. อื่น ๆ	10 (43.48)	4 (23.53)	1 (25)	2 (66.67)	16 (36.17)	
20. การขยายระบบจะซื้อเครื่องใช้จะซื้อทรัพย์สิน						
1. ทรัพย์สินเดิม	18 (75.26)	12 (70.59)	3 (75)	2 (66.67)	35 (74.47)	- ผู้ถือต้องพิจารณาอย่างละเอียด เพราะการเปลี่ยนจะ ทำให้เกิดต้นทุนสูง ในการนำเครื่องใช้มาใช้งานแทน
2. เปลี่ยนทรัพย์สิน	5 (21.74)	1 (5.88)	0	1 (33.33)	7 (14.89)	เช่น การเปลี่ยนแปลงข้อมูล
3. ไม่นับ	0	4 (23.53)	1 (25)	0	5 (10.64)	

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10(ต่อ)

	ธุรกิจค้าปลีก ผู้ผลิต	สถาบันการ เรียน	ธุรกิจโรงแรม	ธุรกิจโรงพยาบาล เอกชน	รวม	คำอธิบายเพิ่มเติม
21. ครัวหัตถ์ครัว						มีธุรกิจ 2 แห่งซึ่งมีอีก 2 ตารางต่อ
1. IBM	11 (47.83)	6 (35.29)	1 (25)	1 (33.33)	19 (144.68)	
2. NEC	9 (39.13)	8 (47.06)	1 (25)	0	18 (138.30)	
3. BUTROUGI	0	1 (5.89)	0	1 (33.33)	2 (4.26)	
4. HANG	0	2 (11.76)	0	0	2 (4.26)	
5. CDC	2 (8.70)	0	0	0	2 (4.26)	
6. NCR	0	0	1 (25)	0	1 (2.13)	
7. DATAPOINT	0	0	1 (25)	0	1 (2.13)	
8. DIGITAL	0	1 (5.89)	0	0	1 (2.13)	
9. HEWLETT PACKARD	1 (4.35)	0	0	0	1 (2.13)	
10. PERKIN-ELMER	0	0	0	1 (33.33)	1 (2.13)	ทำในเครื่องเฉพาะวงเล็บ เหมืองถึงคำอธิบายของกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย