

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง การศึกษาปัญหาและการกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอราเคิล
ชื่อผู้ศึกษา	กรณีศึกษา บริษัท วินท์คอมเทคโนโลยี จำกัด
ปริญญา	นางสาวศศิธร เทพสาร
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	การตลาด
ปีการศึกษา	อาจารย์ประทานพร โสภากิจต์วิวัฒน์
	2553

## บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง การศึกษาปัญหาและการกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์โอราเคิล : กรณีศึกษา บริษัท วินท์คอม เทคโนโลยี จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

- เพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานกำไรของผลิตภัณฑ์โอราเคิล
- เพื่อศึกษาแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทั้งในระดับองค์กร ระดับธุรกิจ ระดับ

ปฏิบัติการและกลยุทธ์ทางการตลาด

3. เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ทางด้านไอที และกลยุทธ์การบริการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้าของบริษัทไว้

โดยมีวิธีการศึกษา ตามขั้นตอนกระบวนการวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าข้อมูลต่างๆทั้งข้อมูลปฐมภูมิ ที่เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัท วินท์คอมเทคโนโลยี จำกัด และลูกค้าของบริษัท เพื่อนำบทสัมภาษณ์มากำหนดกลยุทธ์ และนอกจากนี้ยังมีการค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการค้นคว้าจากเว็บไซต์ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการใช้เครื่องมือทางกลยุทธ์ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกแล้วทำการกำหนดกลยุทธ์

ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าสามารถกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร คือ กลยุทธ์การเจริญเติบโตด้วยการพัฒนาตลาด กลยุทธ์ระดับธุรกิจ คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางการให้บริการ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ คือ กลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายตลาดไปตลาดกลุ่ม ภาคเอกชน การศึกษา

และกลุ่มโรงพยาบาล และใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อรักษาฐานลูกค้ากลุ่มเดิมไว้เพื่อรักษาส่วนแบ่งเดิม โดยใช้กลยุทธ์การพัฒนาตลาด มุ่งกลุ่มลูกค้าใหม่ ทั้งนี้เพราะว่ามีโอกาสในการขาย ยังมีคู่แข่งเข้ามาแข่งขันน้อย โดยจะกำหนดตำแหน่งทางการตลาดเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายโอราเคิลที่มุ่งเน้นการให้บริการที่เป็นเลิศด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพและประสบการณ์ โดยจะทำการสร้างแบรนด์ผ่านบุคลากรของบริษัทเป็นผู้สื่อสารตรงไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นทั้งกลุ่ม SI และกลุ่ม End-User จากนั้นจะใช้กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า โดยการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าตลอดเวลา ได้แก่ การจัดงานสัมมนา การจัดอบรมเกี่ยวกับสินค้า การจัดงานเลี้ยงขอบคุณลูกค้า และการให้พนักงานขาย และฝ่ายบริการหลังการขายเข้าไปเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอตลอดจนเสริมสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าโดยการให้สิทธิพิเศษต่างๆในเรื่องของการให้ราคาพิเศษ การจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อมากขึ้น เงื่อนไขการชำระเงินที่ดึงดูดใจ รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่เน้นในเรื่องคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างคู่แข่งในเรื่องของระยะเวลาในการแก้ปัญหาที่รวดเร็วกว่า เพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้าไว้ รักษาส่วนแบ่งตลาดของบริษัท ซึ่งจะส่งผลต่อสามารถในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรให้แก่ บริษัทได้อย่างยั่งยืน