

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “การพัฒนาระบบสารสนเทศของร้านม่อนทรายคำ” ผู้ค้นคว้าได้ศึกษาขึ้นพื้นฐานจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยได้สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

2.1 ระบบสารสนเทศ

(กิติ ภัคดิวัฒน์กุล 2546) ระบบสารสนเทศ เป็นการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มาใช้ในการเก็บรวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากสภาพแวดล้อมและการปฏิบัติงานขององค์กร โดยเปลี่ยนข้อมูล (Data) เป็นสารสนเทศ (Information) ที่เป็นประโยชน์การสนับสนุนการทำงาน การตัดสินใจ การสื่อสาร การประสานงาน การควบคุม การวิเคราะห์ และการกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร

2.2 ประเภทของสารสนเทศ

ระบบสารสนเทศที่ใช้ในองค์กร สามารถแบ่งเป็น 6 ประเภท คือ

1) ระบบการประมวลผลทางธุรกิจ (Transaction Processing System : TPS)

ระบบการประมวลผลทางธุรกิจ มักเป็นการประมวลผลต่อวัน เช่น การรับ – จ่าย บิล ระบบควบคุมสินค้าคงคลัง ระบบรายรับ – จ่ายสินค้า ระบบนี้เป็นระบบสารสนเทศลำดับแรกที่ได้รับ การพัฒนาให้ใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ลักษณะเด่นของระบบ TPS คือ การทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานง่าย ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ซึ่งระบบนี้เกือบทั้งหมดใช้การประมวลผลแบบออนไลน์ และสิ่งที้องค์กรจะได้รับเมื่อใช้ระบบนี้คือ ลดจำนวนพนักงาน องค์กรจะมีการบริการที่สะดวกรวดเร็ว ลูกค้ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

2) ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System : MIS)

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คือ ระบบที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารที่ต้องการ การประมวลผลของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้ประโยชน์มากกว่าการช่วยงานแบบต่อวัน MIS จึงมีความสามารถในการคำนวณเปรียบเทียบ การคำนวณเปรียบเทียบข้อมูล ซึ่งมีความหมายต่อการจัดการและการบริหารงานเป็นอย่างมาก ระบบนี้ยังสามารถสร้างสารสนเทศที่ถูกต้องทันสมัย

3) ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support System : DSS)

ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ หมายถึง ระบบที่ทำหน้าที่จัดเตรียมสารสนเทศ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ หากเป็นการใช้โดยผู้บริหารระดับสูง เรียกว่า “ระบบสนับสนุนการตัดสินใจในเพื่อผู้บริหารระดับสูง” (Executive Support System : ESS) บางครั้งสารสนเทศที่ TPS และ MIS ไม่สามารถช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจได้จำเป็นต้องพัฒนาระบบช่วยตัดสินใจ DSS ขึ้น เพื่อช่วยในการตัดสินใจภายใต้ผลสรุปและการเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งอื่นทั้งภายในและนอกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อช่วยในการตัดสินใจที่ไม่ได้คาดไว้ล่วงหน้า เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการรวมบริษัท การขยายโรงงานใหม่ เป็นต้น

4) ระบบสารสนเทศเพื่อผู้บริหารระดับสูง (Executive Information System : EIS)

ระบบสารสนเทศเพื่อผู้บริหารระดับสูง คือ MIS ประเภทพิเศษที่ถูกพัฒนาสำหรับผู้บริหารระดับสูง โดยเฉพาะช่วยให้ผู้บริหารระดับสูงที่ไม่คุ้นเคยกับเครื่องคอมพิวเตอร์สามารถใช้ระบบสารสนเทศได้ง่ายขึ้น โดยใช้เมาส์เลื่อนหรือจอภาพแบบสัมผัส เพื่อเชื่อมโยงข่าวสารระหว่างกันทำให้ผู้บริหารไม่ต้องจำคำสั่ง

5) ระบบสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation System : OAS)

ระบบสำนักงานอัตโนมัติ หมายถึง ระบบสารสนเทศที่ใช้บุคลากรน้อยที่สุด โดยอาศัยเครื่องมือแบบอัตโนมัติและระบบสื่อสารเชื่อมโยงข่าวสารระหว่างเครื่องมือเหล่านั้นเข้าด้วยกัน OAS มีจุดมุ่งหมายให้เป็นระบบที่ไม่ใช้กระดาษข่าวสารถึงกันด้วยข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange) แทน ซึ่งมีรูปแบบในการใช้งาน 2 ลักษณะ คือ

(1) รูปแบบของระบบงานพิมพ์และการประมวลผลทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การสื่อสารด้วยข้อความ E – mail , FAX

(2) รูปแบบการประชุมทางไกลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การประชุมทางไกลแบบมีแต่เสียง (Audio Conferencing) การประชุมทางไกลแบบมีทั้งภาพและเสียง (Video – Conferencing)

6) ระบบผู้เชี่ยวชาญ (Artificial Intelligence / Expert System : AI/ES)

ระบบผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง ระบบที่ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์กลายเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่งคล้ายกับมนุษย์ ระบบนี้ได้รับความรู้จากมนุษย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่งเก็บไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถวิเคราะห์เหตุผล เพื่อตัดสินใจ ความรู้ที่เก็บไว้ในระบบคอมพิวเตอร์นี้ประกอบด้วย ฐานความรู้ (Knowledge Bass) และกฎข้อวินิจฉัย (Inference Rule) ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะที่ทำให้ระบบคอมพิวเตอร์สามารถตัดสินใจได้เอง เช่น การวินิจฉัยความผิดปกติของรถจักรดีเซลไฟฟ้าโดยใช้คอมพิวเตอร์

2.3 ประเภทของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ

ระบบสนับสนุนการตัดสินใจจำแนกตามผลลัพธ์

1) ระบบสอบถามข้อมูล (File Drawer System)

เป็นระบบสนับสนุนการตัดสินใจที่ง่ายที่สุด โดยใช้ในการสืบค้น ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ ตัวอย่าง : การตรวจสอบยอดเงินก่อนการเบิก ATM

2) ระบบวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis System)

เป็นระบบที่ช่วยในการวิเคราะห์ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถตัดสินใจง่ายขึ้น เช่น การหาผลรวม การสรุปผลข้อมูล ตัวอย่าง : การใช้โปรแกรม Spreadsheet ในการสร้างและวิเคราะห์แบบจำลองต่างๆ

3) ระบบวิเคราะห์สารสนเทศ (Analysis Information System)

เป็นระบบที่ใช้ในการวิเคราะห์และวางแผน โดยวิเคราะห์จากแบบจำลอง และข้อมูลหลายแหล่ง ตัวอย่าง : การเปรียบเทียบแนวโน้มการขยายตัวของสินค้าของบริษัทเปรียบเทียบกับยอดขายของทั้งตลาด

4) แบบจำลองด้านการบัญชี (Accounting Model)

เป็นแบบจำลองสำหรับงานวางแผนและจัดทำงบประมาณเช่น แบบจำลองการทำงบดุล บัญชีรายได้ รวมถึงแบบจำลองที่มีสถานการณ์คลุมเครือ ไม่แน่นอน ตัวอย่าง: การประมาณการงบประมาณที่ต้องการคาดคะเนอัตราเงินเฟ้อ

5) แบบจำลองการนำเสนอ (Representational Model)

เป็นแบบจำลองที่ใช้ทำนายผลลัพธ์จากการตัดสินใจ หรือนำเสนอพฤติกรรม (Behavior) ของระบบในช่วงเวลาต่าง ๆ โดยอาศัยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้าประกอบการตัดสินใจ

6) แบบจำลองทางคณิตศาสตร์เพื่อการหาทางเลือกที่ดีที่สุด (Optimization Model)

เป็นการใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์เพื่อช่วยให้ผู้ตัดสินใจสามารถวิเคราะห์และประเมินทางเลือกในการตัดสินใจต่าง ๆ เพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดตามต้องการของผู้ตัดสินใจได้ โดยสามารถทำได้หลายวิธี ได้แก่

(1) การหาทางเลือกที่ดีที่สุดโดยการวิเคราะห์ด้วยสูตร

เป็นการใช้แบบจำลองเพื่อช่วยในการวิเคราะห์และคำนวณทางเลือกที่ดีที่สุด เช่น แบบจำลองสำหรับจัดการสินค้าคงคลัง โดยอาศัยสูตรเพื่อหาจุดสั่งซื้อวัตถุดิบ และปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสม

(2) การหาทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับปัญหาที่มีจำนวนทางเลือกน้อย

การหาทางเลือกที่ดีที่สุดนี้อาจจะไม่ใช้การใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์โดยตรงเนื่องจากจำนวนทางเลือกที่มีน้อยนั่นเอง แต่อาจจะอาศัยเทคนิค 2 ประการ คือตารางการตัดสินใจ (Decision Table) และแผนภาพการตัดสินใจแบบต้นไม้ (Decision Tree)

(3) การหาทางเลือกที่ดีที่สุดโดยใช้อัลกอริทึม

เป็นแบบจำลองที่ใช้หาคำตอบที่ดีที่สุดจากทางเลือกที่มีเป็นจำนวนมาก โดยอาศัยการพัฒนาแบบจำลองที่ละขั้นตอน แบบจำลองประเภทนี้ ได้แก่ แบบจำลองโปรแกรมเชิงเส้น (Linear Programming Model) แบบจำลองการโปรแกรมเป้าหมาย (Goal Programming Model) และแบบจำลองข่ายงาย (Network Model)

(4) การหาทางเลือกที่ดีที่สุดด้วยการจำลองสถานการณ์ (Simulation)

เป็นการหาทางเลือกที่ดีที่สุดโดยอาศัยการจำลองสถานการณ์ของการเลือกทางเลือกต่าง ๆ ในการตัดสินใจ โดยแบบจำลองประเภทนี้ ได้แก่ แบบจำลองสถานการณ์ความน่าจะเป็น แบบจำลองสถานการณ์ที่มีความสัมพันธ์กับเวลา แบบจำลองภาพเสมือนจริง และแบบจำลองเชิงวัตถุ

(5) การหาทางเลือกที่ดีที่สุดด้วยวิธีการฮิวริสติก (Heuristic)

เป็นการใช้กฎอย่างง่าย ๆ เพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดและรวดเร็วที่สุดสำหรับการแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อน แบบจำลองประเภทนี้ ได้แก่ ระบบผู้เชี่ยวชาญ และการเขียนโปรแกรมแบบฮิวริสติก (Heuristic Programming)

7) ระบบให้คำแนะนำ (Suggestion Systems)

เป็นกระบวนการต่อจากการคัดเลือกแนวทางการตัดสินใจที่ดีที่สุด โดยให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการที่ผู้ตัดสินใจควรดำเนินการ โดยระบบจะมีการจัดเก็บกระบวนการตัดสินใจอยู่ในรูปแบบของกฎ โดยเลียนแบบกระบวนการตัดสินใจของผู้เชี่ยวชาญ กำหนดแบบจำลองเชิงบรรยาย (Descriptive Models) ของกระบวนการตัดสินใจ และใช้แบบจำลองแบบ Normative ช่วยในการเรียบเรียงเหตุผลต่าง ๆ เพื่อสร้างเป็นกฎ

2.4 การตั้งราคา

(สุทร เสรีรัตน์ 2534) การตั้งราคาเป็นส่วนประสมทางการตลาด ที่แตกต่างจากส่วนประสมอื่นๆ โดยตรง คือ การตั้งราคาจะเกี่ยวข้องโดยตรงกับรายรับของธุรกิจ ขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ จะเกี่ยวข้องกับรายจ่ายของกิจการเป็นหลัก พื้นฐานทางธุรกิจที่สำคัญที่เป็นปัจจัยหลัก อันจะส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการตั้งราคา คือ ต้นทุนของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องถึงอัตรากำไรของกิจการ และการตั้งราคาจะมีผลโดยตรงตามหลักเศรษฐศาสตร์ในการกำหนดจุด

สมดุลระหว่างอุปสงค์ และอุปทาน ดังนั้นคำถามพื้นฐานที่ตัดสินใจยากที่สุดของธุรกิจคือ จะตั้งราคาสินค้าเท่าไรจึงจะพอดี และ ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด

รูปแบบการกำหนดราคาสินค้าแบบบวกกำไรสามารถทำได้โดยการศึกษาต้นทุนกิจการทั้งหมดบวกกำไรที่อยากได้ต่อปี หรือ ต่อเดือน ตามความเหมาะสมของกิจการ มาเฉลี่ยลงในประมาณการยอดขายสินค้าในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งจะได้ราคาเฉลี่ยต่อหน่วยของสินค้าที่จะกำหนดสู่ตลาดต่อไป

2.5 การกำหนดราคาโดยยึดต้นทุนเป็นหลัก (Cost-based Pricing)

1) การกำหนดราคาแบบบวกเพิ่มจากต้นทุน คือ

วิธีกำหนดราคาโดยบวกกำไรที่ต้องการเข้าไปกับต้นทุน สามารถคำนวณง่ายและสะดวก ประมาณการยอดขายได้ วิธีนี้จะใช้กรณีที่ผู้ขายคำนึงถึงต้นทุนมากกว่าความต้องการของลูกค้า

(1) วิธีกำหนดราคาเพื่อได้รับผลตอบแทนจากเงินลงทุนตามเป้าหมายหรือ ราคาแบบผลตอบแทนเป้าหมาย (Target Return Pricing)

$$\text{ราคา} = \text{ต้นทุนต่อหน่วย} + \frac{\text{อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ} \times \text{เงินลงทุน}}{\text{จำนวนหน่วย}}$$

ตัวอย่างที่ 1 กิจการแห่งหนึ่งต้นทุนต่อหน่วยสินค้า 8 บาท คาดว่าจะผลิตและขายได้ 100,000 หน่วย เงินลงทุน 900,000 บาท บริษัทต้องการกำหนดราคาเพื่อได้รับผลตอบแทน 20% จากเงินลงทุน บริษัทควรตั้งราคาสินค้าเท่าใด

$$\begin{aligned} \text{ราคา} &= 7 \text{ บาท} + \frac{.20 \times 900,000 \text{ บาท}}{100,000 \text{ หน่วย}} \\ &= 8.80 \text{ บาท/หน่วย} \end{aligned}$$

วิธีการนี้เป็นวิธีการตั้งราคาที่แพร่หลายมากที่สุดเนื่องจากรูปแบบของการตั้งราคาที่ไม่ซับซ้อน อย่างไรก็ตามวิธีการตั้งราคาดังกล่าวมีข้อด้อยคือ ราคาที่กำหนดอาจไม่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายของสินค้า หรือราคาสูงเกินจุดเหมาะสมของสินค้าจากการที่เราพยายามจัดสรรต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆเฉลี่ยลงเป็นต้นทุนของสินค้าสูงเกินไป หรือ คาดหวังผลตอบแทนกำไรสูงเกินไป ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าสินค้านั้นแพงเกินไป และไม่ซื้อสินค้าในที่สุด หรือในทางตรงกันข้าม ราคาของสินค้าที่กำหนดขึ้นด้วยวิธีดังกล่าวนั้นถูกเกินไปซึ่งส่งผลให้ธุรกิจสูญเสียโอกาสในการทำกำไร ซึ่งโดยมากแล้วผู้ประกอบการมักจะไม่นักตั้งราคาสินค้าของตนสูง อันเนื่องมาจาก

ความเชื่อที่ว่าของถูกย่อมขายได้ที่ปลูกฝังกันมาช้านาน โดยมีคำหนึ่งถึงว่าในบ่อยครั้งที่ผู้บริโภคมีความคิดว่าสินค้าที่ราคาถูกเกินไปมักเป็นสินค้าที่คุณภาพไม่ดี

2) การกำหนดราคาโดยบวกกำไรส่วนเพิ่มเข้าไปในราคาขาย คือ

เป็นวิธีการตั้งราคาโดยบวกกำไรส่วนเพิ่มเข้าไปในราคาขาย คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของราคาขาย ใช้กันมากในการค้าปลีกและการค้าส่ง วิธีนี้สะดวกในการเปรียบเทียบราคาขาย ทำให้สามารถเข้าใจโครงสร้างของต้นทุน ราคา และกำไร สามารถกำหนดร้อยละส่วนเพิ่มที่ต้องการ ซึ่งการตั้งราคาวิธีนี้ ทำให้ไม่มีการแข่งขันด้านราคา ในกรณีที่บริษัทและคู่แข่งใช้วิธีนี้เหมือนกัน และตั้งอัตรากำไรที่ต้องการเท่า ๆ กัน

กำไรส่วนเพิ่ม คือ จำนวนเงินที่บวกเพิ่มจากต้นทุนสินค้าเพื่อให้ได้ราคาขาย

(1) อัตรากำไรส่วนเพิ่มคิดเทียบกับราคาขายต่อหน่วย (Mark up selling price)

$$\text{ราคา} = \frac{\text{ต้นทุนสินค้าต่อหน่วย}}{1 - \text{อัตรากำไรที่ต้องการ}}$$

ตัวอย่างที่ 2 ร้านจำหน่ายรองเท้าแห่งหนึ่ง ต้นทุนราคารองเท้าคู่ละ 100

บาท เขาต้องการกำไรประมาณ 50% ของราคาขาย เขาควรกำหนดราคาเท่าใด

$$\text{ต้นทุนต่อหน่วย} = 100 \text{ บาท}$$

$$\text{ดังนั้น ราคา} = \frac{100}{1 - 0.5} = 200 \text{ บาท}$$

(2) อัตรากำไรส่วนเพิ่มคิดจากต้นทุน (Mark up on cost)

$$\text{ราคา} = \text{ต้นทุนต่อหน่วย} + \text{ส่วนบวกเพิ่มต่อหน่วย}$$

$$\text{โดย ส่วนบวกเพิ่มจากต้นทุน} = \frac{\text{ต้นทุนต่อหน่วย} \times \text{อัตรากำไร}}{100}$$

100

ตัวอย่างที่ 3 ร้านค้าแห่งหนึ่ง สินค้ามีต้นทุนต่อหน่วยหน่วยละ 100 บาท ต้องการกำไร 50% จากต้นทุน ควรตั้งราคาขายเท่าใด

$$\text{คำนวณ ส่วนบวกเพิ่ม} = \frac{100 \text{ บาท} \times 50}{100} = 50 \text{ บาท}$$

$$\text{ดังนั้น ราคา} = 100 + 50 = 150 \text{ บาท}$$

เนื่องจากว่าการตั้งราคาวิธีนี้ทำให้ไม่มีการแข่งขันด้านราคา ในกรณีที่บริษัทและคู่แข่งใช้วิธีนี้เหมือนกัน และตั้งอัตรากำไรที่ต้องการเท่า ๆ กัน อาจประสบปัญหาคือ ขายสินค้าได้น้อยหรือขายไม่ออก จึงต้องปรับตามราคาตลาดอีกครั้งหนึ่ง โดยผู้ประกอบการอาจเลือกทางใดทางหนึ่ง ดังนี้

- เพิ่มปริมาณผลผลิตโดยขยายขนาดของการผลิตเพื่อให้ต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วยลดลง
- ลดต้นทุนการผลิตโดยการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น
- ลดอัตราผลกำไรให้ต่ำลง
- ขายในราคาที่สูงกว่าราคาตลาดโดยทำหีบห่อให้สินค้ามองดูดีกว่าสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น

2.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายราคาขายปลีก

1) การแข่งขัน ปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาคือ ระดับราคาของกลุ่มแข่งขัน หากพิจารณาจากคู่แข่ง โดยทั่วไปจะสามารถกำหนดราคาขายปลีกได้ดังนี้

1.1) กำหนดราคาสูงกว่าคู่แข่ง

- (1) ตลาดเป้าหมายจะต้องเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้สูงกว่า
- (2) คุณภาพของสินค้าต้องสูงกว่าด้วย และผู้บริโภคจะต้องเห็นความแตกต่างนั้นอย่างชัดเจน
- (3) กลยุทธ์ เช่น การตกแต่งภายในร้าน พนักงานขาย การโฆษณา
- (4) โปรแกรมทางการตลาดจะต้องแตกต่างจากคู่แข่ง

1.2) กำหนดราคาต่ำกว่าคู่แข่ง

- (1) ขายสินค้าที่ใช้ตราของผู้ผลิตโดยทั่วไป
- (2) ร้านค้าปลีกประเภทนี้ มักจะเป็นร้านค้าขายสินค้าราคาถูก โดยอาจจะมีบริการที่ให้ลูกค้าน้อย ไม่เน้นการตกแต่งร้านอย่างหรูหรา
- (3) ร้านค้าปลีกประเภทนี้ จะมีปริมาณการขายสูงมากกว่าที่จะเป็นกำไรขั้นต้นต่อหน่วยสูง

สิ่งที่ต้องระวัง คือ หากแข่งขันด้วยราคาโดยที่ไม่มีสิ่งอื่นเสนอแก่ลูกค้า ร้านค้าปลีกจะลดราคาสินค้าลงมาได้ถึงระดับหนึ่งเท่านั้น และจะลดลงกว่านั้นไม่ได้อีกแล้ว โดยเฉพาะหากเป็นรายย่อย หรือผู้ตามก็ยังไม่สมควรใช้ราคามาเป็นตัวแข่งขัน

1.3) กำหนดราคาสินค้าให้เท่ากับคู่แข่ง

- (1) สินค้าประเภทเดียวกัน คุณภาพเหมือนกัน ขนาดของธุรกิจใกล้เคียงกัน บริการเหมือนกัน
- (2) วัตถุประสงค์เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางด้านราคา
- (3) เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคคุ้นเคยกับระดับราคาดังนั้นเป็นอย่างดี

(4) เป็นการตั้งราคาในตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย ลักษณะตลาดแบบนี้ผู้ผลิตที่มีอยู่น้อยรายจะตกลงราคาร่วมกัน

2) กลุ่มของรายได้

- (1) ปัจจัยที่ต้องพิจารณาคือ ระดับรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- (2) บุคคลที่มีรายได้ต่ำจะให้ความสนใจต่อราคา
- (3) บุคคลที่มีรายได้สูงจะไม่สนใจต่อการจูงใจด้วยราคา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved