

บทที่ 1

บทนำ

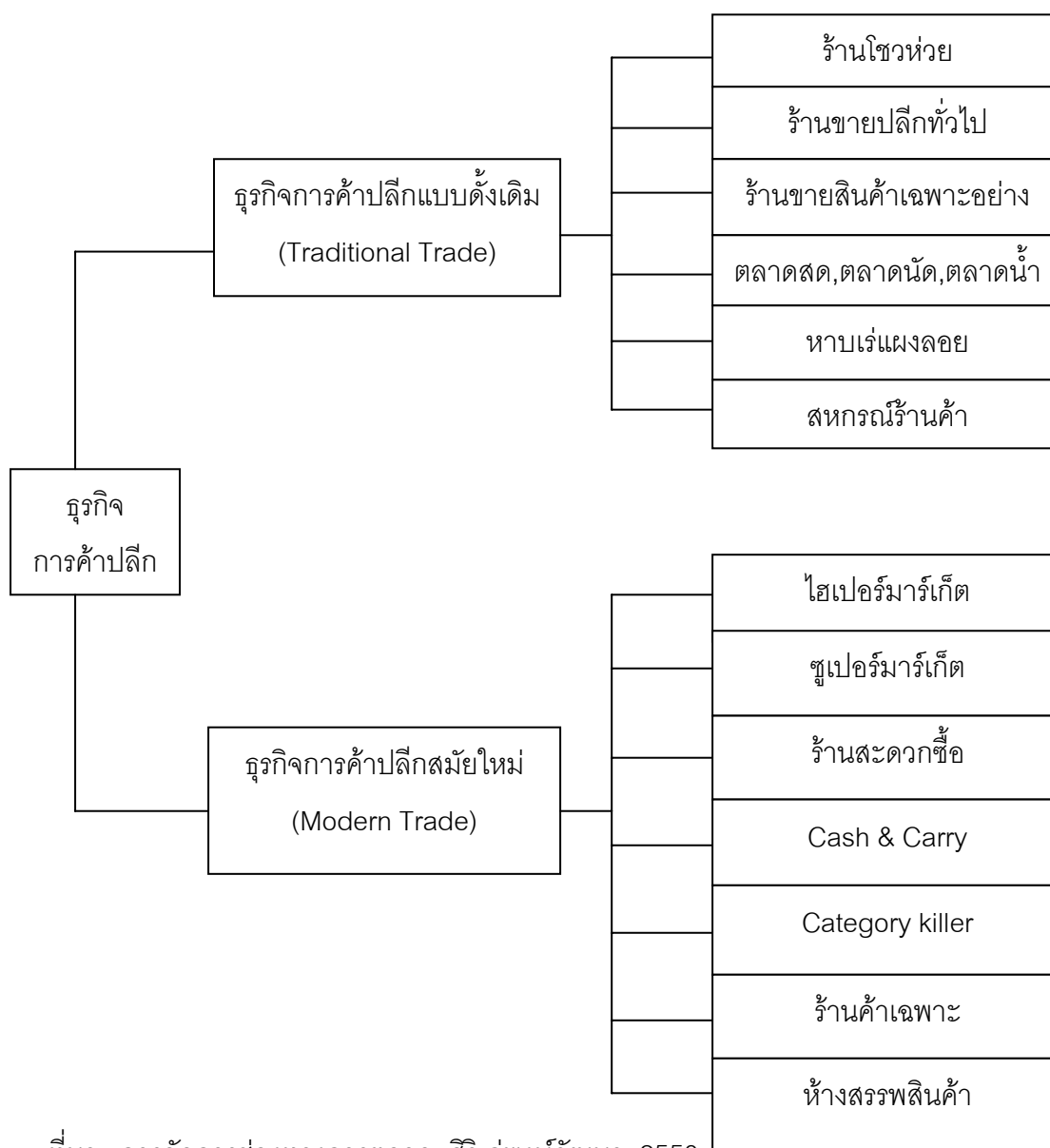
1.1 ความสำคัญของปัญหา

เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน เราทุกคนต้องเคยใช้เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานบ้างไม่มากก็น้อย ยกตัวอย่างเช่น ดินสอ ปากกา ยางลบ เป็นต้น เราใช้เครื่องเขียนตั้งแต่สมัยเด็กตั้งแต่ยังไม่เข้าเรียน จนเข้ารับการศึกษา เมื่อจบการศึกษาแล้วต้องไปทำงานก็ยังคงมีความจำเป็นต้องใช้เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานอยู่ดี ในอดีตเราสามารถซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนได้ตามร้านค้าทั่วไป เช่นถ้าเป็นอุปกรณ์เครื่องเขียนที่เป็นพื้นฐาน เช่น สมุด ปากกา ดินสอ ยางลบ เราสามารถหาซื้อได้ง่ายตามร้านค้าทั่วไป เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายขนม แต่ถ้าเราต้องการอุปกรณ์เครื่องเขียนที่เฉพาะขึ้นเช่น กระดาษถ่ายเอกสาร แฟ้มต่างๆ เราสามารถหาซื้อได้ที่ร้านค้าเครื่องเขียนแบบดั้งเดิม ต่อมาเมื่อเราต้องการหาเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่ไม่สามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าเครื่องเขียนทั่วไป เราอาจจะต้องไปที่ร้านค้ารูปแบบใหม่ (Modern Trade) เช่นห้างสรรพสินค้า เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย แต่ปัญหาคือราคาที่แพง และการที่เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานเป็นเพียงสายผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ขายในห้างสรรพสินค้า ด้วยเนื้อที่ที่จำกัดจึงทำให้ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าในกลุ่มเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานได้อย่างครบครัน ซึ่งทำให้เกิดทางเลือกใหม่ขึ้นโดยร้านค้ารูปแบบใหม่ที่เข้ามาช่วยแก้ปัญหาอันนี้ คือ ร้านค้าแคทิกอรี คิลเลอร์ ซึ่งเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าที่เน้นสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งเช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องกีฬา วัสดุก่อสร้างและเคหะภัณฑ์ เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น โดยจะมีการบริหารงานที่เป็นลักษณะเฉพาะคือการบริหารสินค้าเฉพาะประเภท (Category Management) เช่น การจัดการสินค้า การจัดซื้อ การบริการ การตลาด จะเน้นสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งเป็นหลัก

ธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ เป็นร้านค้าปลีกที่พัฒนามาจากร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างหรือ Specialty Store เป็นร้านที่ขายสินค้าเฉพาะประเภทโดยมีลักษณะพิเศษ คือ จะมีสินค้าครบครันในประเภทนั้น ๆ พร้อมทั้งเสริมในส่วนของพนักงานขายที่มีความเชี่ยวชาญในสินค้าประเภทนั้น ๆ นอกจากนี้ ธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ยังมีจุดขายในด้านราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งที่เป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทอื่น

ธุรกิจค้าปลีกของไทย สามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม (Tradition Trade) ยกตัวอย่างเช่น ร้านโชห่วย, ร้านขายปลีกทั่วไป, ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง, ตลาดสด, ตลาดนัด, ตลาดน้ำ, หาบเร่แผงลอย, สหกรณ์ร้านค้า และประเภทที่ 2 คือ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ยกตัวอย่าง ไฮเปอร์มาร์เก็ต, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านสะดวกซื้อ, Cash & Carry, Category killer, ร้านค้าเฉพาะ, ห้างสรรพสินค้า ซึ่งแสดงดังภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1
โครงสร้างของร้านค้าปลีกสมัยใหม่รูปแบบต่างๆ



ที่มา : การจัดการช่องทางการตลาด, ศิริ ภู่งษ์วัฒนา ,2550

จากสถานการณ์การค้าปลีกในประเทศไทย ในปี 2543(จรินทร์ อาสารทงธรรม,คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ) พบว่าร้านค้าปลีกร้านที่เป็นตึกแถวอาคารพาณิชย์และร้านค้าที่เป็นรูปแบบใหม่ เมื่อรวมกันแล้วจะมีร้านค้าทั้งสิ้นประมาณ 300,000 ร้านค้า มีมูลค่ารวมกันทั้งสิ้นกว่า 5 แสนล้านบาท โดยจะแยกเป็นร้านรูปแบบเก่า เช่น ร้านโชห่วย และร้านขายของชำเล็ก ๆ น้อย ๆ เราจะเรียกร้านเหล่านี้ว่า ร้านค้าปลีกประเภทรูปแบบเก่า (Traditional trade) ซึ่งมีมูลค่าสัดส่วนในตลาด 60 % หรือมีมูลค่าประมาณ 3 แสนล้านบาท และอีกประเภทหนึ่งเป็นร้านค้ารูปแบบใหม่ที่มีการนำเอาการบริหารจัดการ แนวทางใหม่มาใช้ เช่น การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดซื้อ การบริการ การบริหารงานบุคคล การจัดองค์การ เป็นต้น ร้านเหล่านี้เราจะเรียกร้านค้าปลีกประเภทรูปแบบใหม่ (Modern trade) ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่า 40% หรือประมาณ 2 แสนล้านบาท ตัวอย่างเช่น พาวเวอร์บาย ออฟฟิศเมท ออฟฟิศดีโป้ โฮมโปร เซ็นทรัล เทสโก้-โลตัส จัสโก้ คาร์ฟูร์ วัตสัน เซเว่น-อีเลฟเว่น สตาร์มาร์ท เป็นต้น แต่พบว่าในปี 2544 (ศิริ ภู่งพงษ์วัฒนา, ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2550) ตลาดการค้าปลีกมีมูลค่าประมาณ 5.35 แสนล้านบาท ธุรกิจค้าปลีกประเภทโมเดิร์นเทรด (ค้าปลีกสมัยใหม่) มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มสูงขึ้นเป็น 54% สูงกว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาด 46% โดยในกลุ่มโมเดิร์นเทรด ร้านประเภทดิสเคาท์สโตร์ มีมูลค่าการขายสูงที่สุด ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนมาสนใจซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงราคาสินค้ามากขึ้น ปัญหาของร้านโชห่วยก็คือราคาแพง สินค้าไม่ครบและบริการไม่ดี ภาวะการแข่งขันในธุรกิจการค้าปลีกมีความรุนแรงมาก ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ต้องปิดกิจการไปเป็นจำนวนมาก แนวโน้มในอนาคตผู้บริโภคจะเน้นการจับจ่ายใช้สอยในร้านรูปแบบใหม่มากกว่าเพราะมีความสะดวกสบาย ความหลากหลายของตัวสินค้า นอกจากนี้รูปแบบชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น จะเป็นปัจจัยที่ทำให้คนไทยหันมาบริโภคในร้านรูปแบบใหม่มากขึ้นเรื่อย ๆ จนมีสัดส่วนมูลค่าการค้าปลีกที่มากกว่าร้านประเภทรูปแบบเก่าจากการประมาณตัวเลขของคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเมินตัวเลขการค้าปลีกที่ผ่านร้านรูปแบบใหม่ ในปี2545จะมีมูลค่า 288,000 ล้านบาทและเพิ่มเป็น 633,000 ล้านบาทในปี 2550 ขณะที่ปี 2553 จะมีมูลค่าสูงถึง 1 ล้านล้านบาทเลยทีเดียว โดยตัวเลขดังกล่าวเป็นการแสดงภาพรวมของธุรกิจทุกประเภท

ปัจจุบัน ร้านค้าแคทิกอรี คิลเลอร์ แบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างและเคหะภัณฑ์, เครื่องใช้ไฟฟ้า, อุปกรณ์สำนักงาน และเครื่องกีฬา ตัวอย่างของร้านค้าประเภทนี้ได้แก่ โฮมโปร จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง, แม็คโครออฟฟิศ จำหน่ายเครื่องใช้สำนักงาน, เพาเวอร์บาย ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า และร้านซูเปอร์สปอร์ต จำหน่ายเครื่องกีฬา เป็นต้น

ร้านค้าแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน จะขายสินค้าในสายผลิตภัณฑ์เดียว เช่น การขายสายผลิตภัณฑ์เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานโดยเฉพาะ ดังนั้นสิ่งของที่มีจำหน่ายจะมีให้เลือกอย่างครบครัน ตลอดจนสิ่งของที่จำเป็นต้องใช้ในสำนักงาน เช่น อุปกรณ์ทำความสะอาด ยา หรือจะเป็นของทานระหว่างวัน เช่น กาแฟ ครีมเทียม น้ำดื่ม น้ำตาล ก็มีให้เลือกซื้อได้เช่นกัน ร้านค้าแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน จะมีสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์ให้เลือกอย่างครบครัน และราคาที่ถูกลงกว่าตามห้างสรรพสินค้าอีกด้วย ทำให้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าด้วยคุณลักษณะเฉพาะของร้านค้าแคทิกอรี คิลเลอร์นี้เองทำให้ยอดขายของร้านค้าประเภทนี้เพิ่มขึ้นในทุกสายผลิตภัณฑ์ ไม่เฉพาะเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน แต่ยังเห็นได้จากร้านค้าแคทิกอรี คิลเลอร์ประเภทอุปกรณ์ก่อสร้าง เครื่องกีฬา และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งสรุปได้ตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1
ยอดขายร้านค้าประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์

(หน่วยล้านบาท)

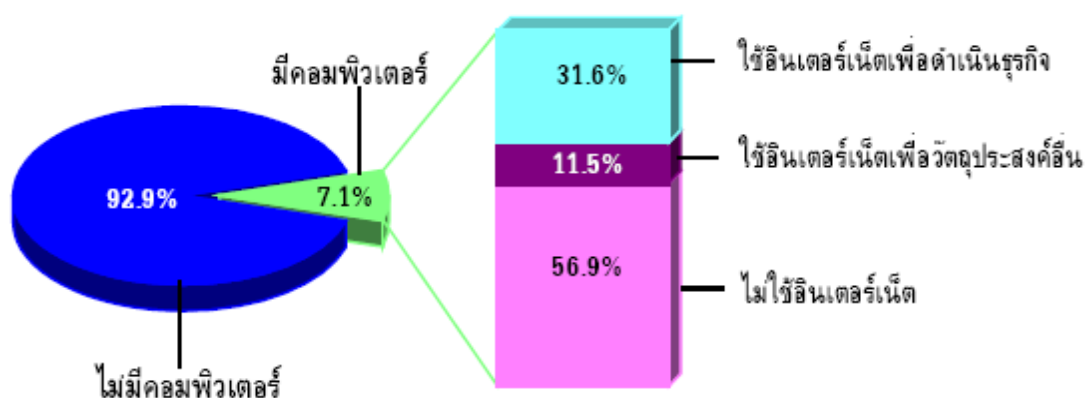
ร้านค้าแคทิกอรี คิลเลอร์	2548	2547	2546	%2547	%2548
ออฟฟิศเซเนเตอร์	1,253	1,182	1,114	6%	6%
ออฟฟิศดีโป	787	646	411	57%	21%
ออฟฟิศเมท	654	398	287	38%	64%
โฮมโปร	12,211	9,814	6,752	45%	24%
พาวเวอร์บาย	9,156	8,510	7,433	14%	7%
ซูเปอร์สปอร์ต	2,858	2,390	2,218	7%	19%
B2S	2,614	2,242	1,722	30%	16%

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สังกัดกระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดยผู้วิจัย

นอกจากนี้ธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานได้นำเสนอทางเลือกใหม่ๆ ในการสั่งซื้อให้กับลูกค้า โดยนำระบบการสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์มาใช้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดสบายในการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากวิธีการสั่งซื้อแบบเดิมๆ

โดยพบว่ายิ่งนับวันความจำเป็นในการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการทำงานก็ยิ่งมีมากขึ้น โดยจากภาพที่ 1.2 จะพบว่าในปีพ.ศ. 2545 ธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่ร้อยละ 92.9 ยังไม่มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดย่อมและเป็นธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ จะนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาช่วยในการบริหารจัดการภายในร้าน โดยคิดเป็นร้อยละ 7.1% โดยแบ่งออกเป็น ธุรกิจที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดำเนินธุรกิจ มีสัดส่วน 31.6% ธุรกิจที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์เพื่อวัตถุประสงค์อื่น มีสัดส่วน 11.5% และธุรกิจที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต มีสัดส่วน 59.9% อย่างไรก็ตาม คาดว่าในอนาคต ธุรกิจที่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อดำเนินธุรกิจน่าจะมีแนวโน้มสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น

ภาพที่ 1.2
ร้อยละของธุรกิจค้าปลีกจำแนกตามการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ประจำปี 2545



ที่มา : สัมภาษณ์ธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545

เนื่องจากการธุรกิจแคตีกอรี คิลเลอร์ จัดเป็นธุรกิจโมเดิร์นเทรดประเภทหนึ่ง ซึ่งการสั่งซื้อสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานโดยใช้ระบบออนไลน์นี้ยังเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจขอศึกษาเฉพาะกรณีร้านค้าแคตีกอรี คิลเลอร์ (Category killer) ที่จำหน่ายสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานแบบครบวงจร ที่ได้นำระบบการสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์มาใช้ นอกเหนือจากการสั่งซื้อแบบเดิม เช่น การโทรศัพท์ การส่งโทรสาร เป็นต้น ซึ่งถือเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น โดยศึกษา 4 บริษัท ได้แก่ ออฟฟิศเซนเตอร์,

ออฟฟิศดีโป้, ออฟฟิศเมท และลีเรคโก นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาร้านค้าดั้งเดิม ที่จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน 1 บริษัท ได้แก่ โบ๊ทบูคส์สเตชันเนอรี

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบโครงสร้างตลาดของร้านแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ที่มีการใช้ระบบออนไลน์ในการสั่งซื้อ
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการแข่งขัน แนวทางการบริหารและกลยุทธ์ของร้านแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ที่มีการใช้ระบบออนไลน์ในการสั่งซื้อ
3. เพื่อศึกษาถึงการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในธุรกิจประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่มีการใช้ระบบออนไลน์ และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมของร้านค้าประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์นี้ จะเน้นการศึกษาร้านค้าปลีกเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานแบบครบวงจร ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการนำระบบออนไลน์มาใช้ในการสั่งซื้อ โดยมีการจัดทำหนังสือหนังสือแคตตาล็อก เพื่อเป็นการโปรโมทเว็บไซต์และสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ และมีการส่งสินค้าถึงลูกค้า โดยในงานวิจัยฉบับนี้จะศึกษาร้านค้าแคทิกอรี คิลเลอร์ 4 บริษัท ได้แก่บริษัท ออฟฟิศเซนเตอร์ ออฟฟิศดีโป้ ออฟฟิศเมท และลีเรคโก นอกจากนี้ยังศึกษาร้านค้าดั้งเดิมที่ได้นำระบบออนไลน์มาใช้ รวมทั้งสามารถสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์มาใช้ด้วย 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท โบ๊ทบูคส์สเตชันเนอรี จำกัด โดยศึกษาถึงโครงสร้างตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด และพฤติกรรมการแข่งขัน ทั้งแบบที่ใช้ราคา และไม่ใช้ราคา รวมทั้งรูปแบบในการปรับตัวของธุรกิจ เช่นการตอบโต้คู่แข่งในเรื่องการส่งเสริมทางการตลาด โดยงานศึกษานี้ผู้วิจัยจะไม่ทำการศึกษาไปถึงผู้ผลิตที่มีการจัดทำเว็บไซต์ เนื่องจากวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต หรือเจ้าของตราสินค้าในการทำเว็บไซต์นั้นเพื่อให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก และคุ้นเคยมากกว่าที่จะมุ่งจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภค

1.4 วิธีการศึกษา

1. การศึกษาโครงสร้างตลาด ร้านค้าประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทสินค้าจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน โดยใช้การศึกษาจำนวนสาขาและขนาดของผู้ประกอบการในตลาด และการพิจารณาอัตราส่วนการกระจุกตัวของผู้ประกอบการร้านค้า แคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน

2. ศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ โดยดูจาก

2.1 ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของ Michael E. Porter ในปี ค.ศ. 1980 ทฤษฎี Porter's Five Force Model ได้แก่

- 1) สภาพการแข่งขันภายในธุรกิจ
- 2) ลักษณะการทดแทนกันได้ของสินค้า
- 3) การเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่
- 4) อำนาจในการต่อรองของผู้ขายหรือผู้จัดจำหน่าย
- 5) อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อ

2.2 พฤติกรรมการแข่งขันทางด้านราคา โดยการสำรวจราคาสินค้าตัวอย่างจำนวน 36 รายการเดียวกัน ของทั้ง 5 บริษัท ได้แก่ บริษัทออฟฟิศเซนเตอร์, ออฟฟิศดีไป, ออฟฟิศเมท, ลีเรคโก และไบท์บุคส์ สเตชันเนอรี เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างด้านราคา รวมทั้งมีการแข่งขันด้านราคาหรือไม่

2.3 พฤติกรรมการแข่งขันด้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคา โดยการศึกษาถึงจำนวนสาขา การบริการ การจัดส่งสินค้า เทคโนโลยีในการสั่งซื้อ รวมทั้งการส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการแต่ละราย

ในการศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้การคำนวณค่าอัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio) รวมถึงจำนวนสาขาและขนาดของผู้ประกอบการในตลาด เพื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจว่าเป็นโครงสร้างตลาดในรูปแบบใด และใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของตลาดผู้ขายน้อยราย เป็นเครื่องมือในการศึกษาถึงลักษณะและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจ แคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ทั้งทางด้านราคาและไม่ใช่ราคา ประกอบกับการใช้ทฤษฎี Porter's Five Force Model ซึ่งเป็นแบบจำลองทางการตลาดที่ใช้ในการ

วิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรม ศักยภาพในการแข่งขันและการทำกำไรของธุรกิจ เพื่อให้เห็นถึงสภาพของธุรกิจและแนวโน้มในอนาคตได้ชัดเจนขึ้น

1.5 แหล่งข้อมูลและวิธีการเก็บข้อมูล

การศึกษาจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีลักษณะข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้า แคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ที่มีการสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์ ได้แก่ ออฟฟิศเซ็นเตอร์, ออฟฟิศดีไป้,ออฟฟิศเมท, ลิเรคโก และร้านค้าดั้งเดิมที่นำการสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์มาใช้ ได้แก่ บริษัท บีทบุคส์สเตชันเนอรี จำกัด โดยการสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบข้อมูลในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น กลุ่มลูกค้าเป็นใคร กลยุทธ์ที่ใช้ วิธีการตั้งราคาสินค้า การตอบโต้คู่แข่ง ระบบการจัดการด้านโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน เป็นอย่างไร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากเอกสารของหน่วยงานราชการและเอกชนโดยการรวบรวมข้อมูลจากกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย และข้อมูลจากงานวิจัยหรือบทความในวารสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงรูปแบบและลักษณะของธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทจำหน่ายเครื่องเขียน และอุปกรณ์สำนักงาน ที่มีระบบการสั่งซื้อออนไลน์

2. เพื่อทราบถึงลักษณะการแข่งขันและการตอบโต้คู่แข่งทั้งแบบใช้ราคา และไม่ใช้ราคาของร้านค้าแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ที่มีการสั่งซื้อแบบออนไลน์

3. เพื่อให้ทราบถึงความพร้อมในการนำระบบออนไลน์มาใช้ในประเทศไทยสำหรับสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทจำหน่ายเครื่องเขียน และอุปกรณ์สำนักงาน ที่มีการสั่งซื้อแบบออนไลน์

4. เพื่อทราบวิธีการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน ในธุรกิจประเภทแคทิกอรี คิลเลอร์ เนื่องจากในโลกธุรกิจยุคใหม่ความได้เปรียบด้านการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับองค์กร