

บทที่ 3

ความเป็นมาและสภาพทั่วไปของธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน

3.1 ความเป็นมาของธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน

“เครื่องเขียน” ได้ถูกนิยามขึ้น ตั้งแต่มนุษย์เริ่มนำหนังสือและไบลานมาใช้ จนปัจจุบันได้นำกระดาษมาใช้เป็นอุปกรณ์ในการบันทึกข้อความและภาพเขียน และในอนาคตคาดว่าจะแนวโน้มการเก็บข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์จะมีเพิ่มขึ้น จากในอดีตนั้นการใช้เครื่องเขียนจะใช้ในการเรียนและการทำงานเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วหมด การทำธุรกิจก็เริ่มขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการติดต่อค้าขายทั้งภายในและต่างประเทศ ทำให้ความต้องการสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

โดยในอดีต ยังไม่มีร้านค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานแบบครบวงจร อีกทั้งเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานยังมีให้เลือกเพียงไม่กี่ชนิด เช่น ดินสอ ปากกา ยางลบ จะมีเพียงไม่กี่ยี่ห้อ และไม่กี่ชนิด ยกตัวอย่าง ปากกา จะมีเพียงปากกาลูกลื่น และปากกาหมึกซึมเท่านั้น และมีให้เลือกแค่ไม่กี่ยี่ห้อ นอกจากนี้การซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานจะต้องแยกซื้อคนละร้าน โดยในสมัยนั้นจะยังไม่มีร้านค้าเครื่องเขียนโดยเฉพาะ ยกตัวอย่างเช่น หากต้องการซื้อเครื่องเขียนอาจจะต้องไปซื้อที่ร้านค้าโชห่วย หรือร้านค้าของชำ และหากต้องการซื้ออุปกรณ์สำนักงานอื่น ๆ เช่น ตู้ใส่เอกสาร ลูกค้าต้องไปหาซื้อตามร้านขายเฟอร์นิเจอร์แทน

เมื่อเวลาผ่านไปช่วงระยะเวลาหนึ่ง สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ได้ถูกประดิษฐ์คิดค้นเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้มีสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานมีให้เลือกเพิ่มมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงเวลานี้พบว่าถ้าเอ่ยคำว่า “ปากกา” จะต้องระบุว่าเป็นปากกาอะไร เนื่องจากมีทั้งปากกาลูกลื่น ปากกาหมึกซึม ปากกาเคมี ปากกาไวท์บอร์ด ปากกาเจล เป็นต้น ดังนั้นจึงเกิดร้านค้าแบบดั้งเดิม ที่เป็นร้านค้าเครื่องเขียนโดยเฉพาะ เนื่องจากจำนวนสินค้าเครื่องเขียนที่มีหลายประเภทมากขึ้นนั้นทำให้ไม่สามารถไปขายรวมในร้านค้าโชห่วย หรือร้านค้าของชำได้เหมือนในอดีต แต่อย่างไรก็ตาม สินค้าเครื่องเขียนที่เป็นสินค้าพื้นฐาน เช่น ปากกาลูกลื่น ไม้บรรทัด ยางลบ ก็ยังสามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าโชห่วย และร้านค้าของชำได้

ในช่วงที่ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เกิดขึ้นนั้น เราจะพบว่าเครื่องเขียนนั้นจะมีจำหน่ายทั้งในห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ Cash & Carry ร้านค้าเฉพาะ และสุดท้าย Category Killer โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้ คือ

1. ห้างสรรพสินค้า – สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานจะสามารถหาซื้อได้ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์ ตั้งฮั่วเส็ง เป็นต้น โดยในห้างสรรพสินค้าจะมีแผนกเครื่องเขียนโดยเฉพาะ โดยในห้างสรรพสินค้าจะจัดสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานเป็นโซน ๆ หนึ่งเท่านั้น ดังนั้น สินค้าที่ใช้ในสำนักงานอาจจะมีจำหน่ายไม่ครบตามความต้องการ นอกจากนี้สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าจะมีราคาแพงกว่าตามร้านค้าเครื่องเขียนแบบดั้งเดิม หรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่รูปแบบอื่น

2. ไฮเปอร์มาร์เก็ต – สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานจะมีขายตามร้านค้าประเภทนี้บ้างแต่ไม่มาก ร้านค้าประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ บิ๊กซี คาร์ฟูร์ เทสโก้-โลตัส เป็นต้น ซึ่งจะจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค เป็นส่วนใหญ่ เช่นอาหารสด อาหารแห้ง เสื้อผ้า ของใช้ในบ้าน สินค้าเครื่องเขียนที่มีจำหน่ายในร้านค้าประเภทนี้ จะเป็นสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานพื้นฐานเช่น ปากกา ยางลบ เป็นต้น

3. ซูเปอร์มาร์เก็ต – สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานจะมีขายในซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต แต่เป็นเพียงส่วนน้อยมาก จะมีขายเพียงปากกาเท่านั้น และบางสาขาก็ไม่มีจำหน่ายเครื่องเขียน เนื่องจากซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนใหญ่จะอยู่ในห้างสรรพสินค้า ดังนั้น บางสาขาจึงไม่จำหน่ายเครื่องเขียน แต่หากเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตที่เป็นสำนักงานเดียว (Stand Alone) จะนำสินค้าเครื่องเขียนเข้ามาจำหน่ายบ้างเป็นบางรายการ เช่นปากกา สมุด ดินสอ

4. ร้านค้าสะดวกซื้อ – สินค้าเครื่องเขียน จะมีจำหน่ายในร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven, AM/PM เนื่องจากในร้านค้าสะดวกซื้อจะจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นของจำเป็น และจะเน้นในเรื่อง สินค้าบริโภคเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นสินค้าเครื่องเขียนที่จำหน่ายในร้านค้าสะดวกซื้อนี้ จะมีเพียงดินสอ ปากกา ยางลบ ลิควิด เป็นต้น

5. ร้านค้า Cash & Carry – สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน มีจำหน่ายในร้านค้า Cash & Carry เช่น แม็คโคร โดยสินค้าที่จำหน่ายจะเป็นในรูปแบบค้าส่ง สินค้าที่จำหน่ายจึงเป็นแพ็ค ๆ เช่นปากกา 50 ด้าม ยางลบขายเป็นกล่อง เป็นต้น แต่ทั้งนี้สินค้าเครื่องเขียน และอุปกรณ์สำนักงานจะถูกจัดเป็นเพียงโซน ๆ หนึ่งเท่านั้น จึงนับว่าสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานมีรายการสินค้าที่น้อย มีจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นเท่านั้น ไม่ครอบคลุมสินค้าเฉพาะประเภทเช่น ปากกาเขียนแบบ หรือแฟ้มเอกสารบางอย่าง เป็นต้น

6. ร้านค้าเฉพาะ – สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน มีจำหน่ายในร้านค้าเฉพาะ เช่น Boots, Watson's โดยในร้าน Boots จะไม่มีจำหน่ายเครื่องเขียน แต่ Watson's จะมีขายสินค้าเครื่องเขียนบ้างเล็กน้อย และส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่เป็นแพ็คเกจ เช่นปากกาแฟลชต่างๆ ไม่ใช่สินค้าที่ใช้อยู่ทั่วไป

7. ร้าน Category Killer – สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานจะถูกขายอย่างครบวงจรในร้านค้าประเภท Category Killer เช่น ออฟฟิศเซนเตอร์ ออฟฟิศดีโป ออฟฟิศเมท เป็นต้น โดยพบว่าร้านค้าประเภท Category Killer ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน จะมีจำหน่ายแบบครบวงจร และราคาที่ถูกลงกว่าห้างสรรพสินค้า โดยลูกค้าที่ต้องการสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน สามารถเลือกซื้อได้อย่างครบวงจร ตั้งแต่กระดาษ เครื่องเขียน เฟอร์นิเจอร์ น้ำยาทำความสะอาดสำนักงาน เป็นต้น ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย เพราะสามารถซื้อสินค้าเฉพาะกลุ่มได้อย่างครบครัน

จากการคาดการณ์สำรวจข้อมูลของบริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัด พบว่าในปี 2550 มูลค่าตลาดโดยรวมของเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน เท่ากับ 78,225 ล้านบาท โดยแบ่งออกเป็นมูลค่าตลาดของธุรกิจแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เท่ากับ 56,347 ล้านบาท และเป็นมูลค่าตลาดของธุรกิจแบบสมัยใหม่ทุกประเภท (Modern Trade) เท่ากับ 21,878 ล้านบาท ดังนั้นสัดส่วนทางการตลาดของธุรกิจแบบดั้งเดิม ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน อยู่ที่ 72% และสัดส่วนทางการตลาดของธุรกิจแบบสมัยใหม่ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน อยู่ที่ 28% โดยแบ่งสินค้าออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ตลาดออฟฟิศซัพพลาย เช่น สินค้าประเภทปากกา กระดาษ คิดเป็นสัดส่วนทางการตลาด 50% 2) ตลาดออฟฟิศแมชชีน เช่น แฟกซ์ และเครื่องถ่ายเอกสาร คิดเป็นสัดส่วนทางการตลาด 40% 3) ตลาดออฟฟิศเฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นสัดส่วนทางการตลาด 10% โดยปัจจุบันมีสินค้าครอบคลุมตลาดมากกว่า 7,000 รายการ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

การคาดการณ์ยอดขายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ในปี 2550

หน่วย : ล้านบาท

ธุรกิจเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน	ประมาณการยอดขายในปี 2550	สัดส่วนทางการตลาด
ธุรกิจแบบสมัยใหม่	21,878	28%
ธุรกิจแบบดั้งเดิม	56,347	72%
รวม	78,225	100%

ที่มา : บริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัด

ตารางที่ 3.2

ยอดขายและสัดส่วนทางการตลาดของเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่จำหน่ายใน
ธุรกิจแบบสมัยใหม่

หน่วย : ล้านบาท

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่	2547		2548		2549	
	Sales	Share	Sales	Share	Sales	Share
แคทิกอรี คิลเลอร์	9,295	60%	10,712	65%	12,386	65%
Major						
Office Depot	646	4.20%	787	4.70%	983	5.20%
Office Center	1,182	7.60%	1,253	7.60%	1,328	7%
Officemate	398	2.60%	654	3.90%	785	4.10%
Lyreco	57	0.40%	68	0.40%	82	0.40%
Minor						
Data IT	1,551	10%	1,804	10.90%	2,014	10.60%
IT City	2,394	15.40%	2,829	17.10%	3,579	18.80%
Court	11	0.10%	24	0.10%	34	0.20%
B2S	1,171	7.50%	1,178	7.10%	1,151	6.00%
Powerbuy	851	5.50%	916	5.50%	1,043	5.50%
Index/Trend/Winner	704	4.50%	828	5.00%	953	5.00%
Modernform	329	2.10%	370	2.20%	415	2.20%
Supercenter	4,779	30.80%	4,326	26.10%	4,712	24.70%
Big C	860	5.50%	885	5.30%	999	5.20%
Lotus	1,302	8.40%	1,344	8.10%	1,476	7.80%
Makro	2,234	14.40%	1,714	10.30%	1,814	9.50%
Carrefour	384	2.50%	383	2.30%	424	2.20%
Department Store	1,458	9.40%	1,554	9.40%	1,944	10.20%
The Mall	596	3.80%	645	3.90%	785	4.10%
Emporium/Paragon	142	0.90%	171	1.00%	397	2.10%
Others	720	4.60%	739	4.50%	761	4.00%
รวม	15,532	100%	16,592	100.00%	19,042	100%

ที่มา : บริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัด

จากตารางที่ 3.2 เป็นการแสดงถึงยอดขายและสัดส่วนทางการตลาดของเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่ในลักษณะธุรกิจแบบสมัยใหม่ (Modern trade) ในปี 2547 ถึงปี 2549 พบว่าธุรกิจเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่มีการจำหน่ายในธุรกิจแบบสมัยใหม่ มียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นในทุกปีไม่ว่าจะเป็นการค้าขายในรูปแบบแคทิกอรี คิลเลอร์, ซุปเปอร์มาร์เก็ต หรือจะเป็นห้างสรรพสินค้า

โดยคาดว่าในอนาคตธุรกิจแบบสมัยใหม่จะมีสัดส่วนยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น แม้ว่าในปี 2549 ยอดขายของธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานแบบดั้งเดิมจะมีมูลค่ายอดขายเท่ากับ 52,072 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 73% ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานแบบสมัยใหม่จะมีมูลค่ายอดขายเท่ากับ 19,042 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 27% โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2548 ที่มูลค่ายอดขายของธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานแบบดั้งเดิมจะมีมูลค่ายอดขายเท่ากับ 48,057 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 74% ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานแบบสมัยใหม่มีมูลค่ายอดขายเท่ากับ 16,592% คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 26% ดังแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3

เปรียบเทียบยอดขายและสัดส่วนทางการตลาดระหว่างธุรกิจค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ ในปี 2547 ถึง 2549

หน่วย : ล้านบาท

ธุรกิจค้าเครื่องเขียน และอุปกรณ์สำนักงาน	2547		2548		2549	
	ยอดขาย	สัดส่วน	ยอดขาย	สัดส่วน	ยอดขาย	สัดส่วน
ธุรกิจแบบดั้งเดิม	43,240	74%	48,057	74%	52,072	73%
ธุรกิจแบบสมัยใหม่	15,532	26%	16,592	26%	19,042	27%
รวม	58,772	100%	64,649	100%	71,114	100%

ที่มา : บริษัท ออฟฟิศ คลับ (ไทย) จำกัด

3.2 ความเป็นมาและลักษณะการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce หรือที่เรียกว่า E-Commerce) เริ่มต้นราวต้นทศวรรษ 1970 จากสถาบันการเงินและธนาคารต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกา ได้มีการสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นระบบการส่งเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า EFT (Electronic Fund Transfer) เพื่อใช้ในการโอนเงินระหว่างธนาคาร ต่อมาในระหว่างประมาณปี พ.ศ. 2519-2527 บริษัทต่างๆ ในสหรัฐอเมริกาได้นำการส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า EDI (Electronic Data Interchange) มาช่วยในการซื้อขายสินค้าระหว่างบริษัท ทำให้ความจำเป็นในการใช้เอกสารที่เป็นกระดาษ อาทิ ใบส่งสินค้าลดลง โดยใช้วิธีการส่งเอกสารเหล่านั้นทางอิเล็กทรอนิกส์แทน ซึ่งในช่วงเวลาเริ่มต้นนั้นการติดตั้ง EDI บริษัทจะต้องสร้างเครือข่ายสื่อสารส่วนตัวขึ้นมาเอง ซึ่งต้องลงทุนสูงและมีราคาแพง การใช้งานจึงจำกัดอยู่ที่บริษัทขนาดใหญ่และสถาบันการเงินที่มีทุนทรัพย์เท่านั้น แต่ในปัจจุบันนี้ความแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตทำให้โลกการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงไป อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นช่องทางสื่อสารรูปแบบใหม่ที่มีการนำไปใช้งานอย่างกว้างขวางและขยายความสำคัญอย่างรวดเร็วสู่ธุรกิจทุกระดับชั้น จนทำให้ระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันไม่ได้จำกัดอยู่แค่สถาบันการเงินหรือบริษัทขนาดใหญ่อีกต่อไป

การใช้อินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย เริ่มได้รับความสนใจมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 โดยผู้ให้บริการบนเครือข่าย (Internet Service Provider) จะเป็นผู้ให้บริการต่างๆ เช่น การบริการข้อมูลสำหรับสมาชิก หรือการให้บริการสำหรับธุรกิจที่ต้องการตั้งเว็บไซต์ของตนเองเพื่อประโยชน์ในการโฆษณา หรือเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี หรือเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าโดยการให้สั่งซื้อสินค้า โดยการชำระค่าสินค้าและบริการส่วนมากจะทำได้โดยชำระผ่านระบบบัตรเครดิต

สำหรับธุรกิจเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน การใช้อินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งได้รับความสนใจในปี พ.ศ. 2537 นั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างให้ความคิดเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี เพียงแต่อาจเป็นการยากที่จะนำมาใช้กับธุรกิจเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน เนื่องจากเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานมีรายการสินค้าและรายละเอียดที่ค่อนข้างมาก รวมทั้งคิดว่าการเสนอราคาสินค้าผ่านทางเว็บไซต์อาจจะทำให้คู่แข่งขึ้นทราบบราคาและมีการตอบโต้ทางด้านราคาได้ เมื่อย้อนเวลากลับไปในช่วงนั้น จึงพบว่าการทำอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์เป็นเรื่องที่ไกลตัวมาก และไม่น่าจะเกิดขึ้น

เมื่อระยะเวลาผ่านไป การใช้อินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ได้รับความนิยมมากขึ้น มูลค่าการซื้อขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ในประเทศไทยมีสูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานหันมาสนใจนำธุรกิจอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์มาใช้กับธุรกิจเครื่องเขียนบ้าง โดยในช่วงประมาณปี 2545 นั้น ธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานมีการออกหนังสือแคตตาล็อก เสนอรายการสินค้าให้ลูกค้าเพื่อที่จะให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างง่ายดาย และเป็นการสร้างความรู้จักให้กับลูกค้าเกี่ยวกับเว็บไซต์ด้วย โดยในช่วงแรกนั้นการทำเว็บไซต์จะยังไม่ได้้นำการสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์มาใช้ เพียงแต่เริ่มทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก และทำให้ลูกค้ามีความเชื่อถือกับบริษัท

ในช่วงระยะเวลาประมาณปี 2546 ธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานได้นำเอาระบบการสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์มาใช้ โดยในช่วงแรกลูกค้ายังไม่นิยมใช้การสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์ เนื่องจากไม่แน่ใจว่าทางบริษัทจะได้รับคำสั่งซื้อหรือไม่ และจะมีการจัดส่งสินค้าได้ทันกับความต้องการหรือไม่ ดังนั้นเพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าทั้งรายเดิมและรายใหม่สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ได้ จึงมีการจัดของแถมให้กับลูกค้าเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ เมื่อลูกค้าเริ่มมีการสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์แล้วผู้ประกอบการจึงทำการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าด้วยการจัดส่งที่รวดเร็ว

ปัจจุบัน นอกจากธุรกิจสมัยใหม่แบบแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานจะนำระบบออนไลน์มาใช้แล้ว ธุรกิจแบบดั้งเดิม ประเภทเครื่องเขียนได้มีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ด้วย เพียงแต่บางบริษัทยังไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ได้

ทั้งนี้ธุรกิจส่วนใหญ่ขายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มานานัก คือ น้อยกว่า 1 ปี ถึง 40.4%, 1-2 ปี 26.7% มีที่ทำเกิน 8 ปีขึ้นไป เท่ากับ 6.2% เท่านั้น โดยประมาณครึ่งหนึ่งของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ หรือประมาณ 50.5% ขายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์และขายโดยมีหน้าร้าน และอีก 49.5% ที่ขายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ล้วน ๆ ดังตารางที่ 3.4

สำหรับธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ได้นำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ไม่นาน คือ อยู่ในช่วงระยะเวลา 3-5 ปี ซึ่งในปัจจุบัน พบว่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานกำลังได้รับความนิยมจากลูกค้า เพราะได้รับความสะดวก และง่ายต่อการสั่งซื้อ

ตารางที่ 3.4

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการไทย

ระยะเวลา	สัดส่วน (%)
น้อยกว่า 1 ปี	40.4%
1-2ปี	26.7%
3-5ปี	20.7%
6-8ปี	6.0%
มากกว่า 8 ปี	6.2%
รวม	100%

ที่มา : บิสเนสไทย ปีที่ 7 ฉบับที่ 319

3.3 รูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น กลุ่มผู้ค้าและกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ค้าทำธุรกิจด้วยนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ดังนี้

3.3.1 ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Customer หรือ B to C)

ธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน โดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าส่วนใหญ่มาจากประเภทนี้ เนื่องจากมีการค้าปลีกไปยังผู้ใช้โดยตรง ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้ากลุ่มออฟฟิศ และสำนักงานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการขายรูปแบบนี้จะนำไปสู่การขายประเภทธุรกิจกับธุรกิจ (B to B) ในอนาคต

3.3.2 ธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business หรือ B to B)

เป็นประเภทธุรกิจกับธุรกิจ หรือองค์กรกับองค์กรติดต่อซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากเป็นการสั่งซื้อประเภทนี้จะต้องเป็นการขายส่งหรือเป็นองค์กรขนาดใหญ่ โดยราคาของผู้ประกอบการเสนอ จะให้ราคาที่ถูกลงกว่าแบบธุรกิจกับผู้บริโภค เนื่องจากการสั่งซื้อประเภทธุรกิจกับธุรกิจจะเป็นการสั่งซื้อจำนวนมาก องค์กรขนาดใหญ่ที่มีการติดต่อซื้อขายกับธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ยกตัวอย่างเช่น ปตท. เป็นต้น

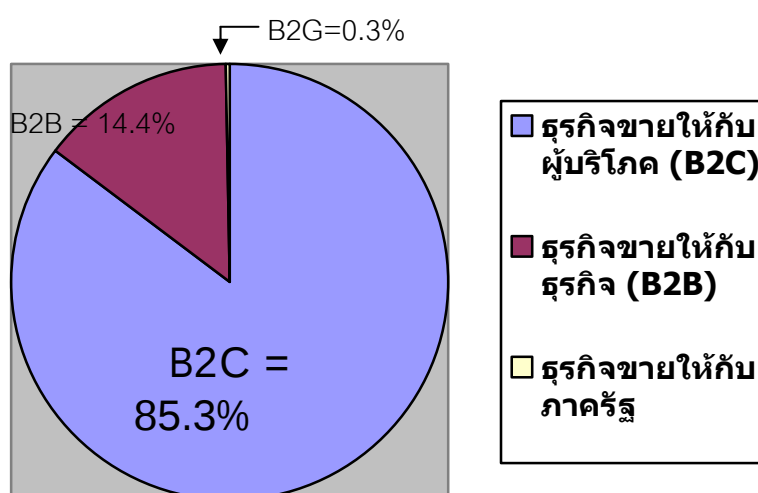
3.3.3 ธุรกิจกับรัฐบาล (Business-to-Government หรือ B-to-G)

เป็นการค้าระหว่างธุรกิจกับรัฐบาล โดยรัฐบาลจะทำการจัดซื้อสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานจากธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce (บิสิเนสไทย, ปีที่ 7 ฉบับที่ 319: 29) เริ่มเป็นที่รู้จักกันมากขึ้นหลังวิกฤติเศรษฐกิจเมื่อปี 2540 จนถึงปัจจุบันก็เป็นเวลาประมาณ 10 ปี แต่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยดูจะไม่คืบหน้าเท่าใดนัก แม้จะมีโอกาสขยายตัวอีกมาก เนื่องจากยังขาดความรู้และปัจจัยพื้นฐานมาสนับสนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ทำให้มาจนถึงปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเมืองไทยประมาณ 39,500 รายเท่านั้น ส่วนใหญ่ล้วนเป็นธุรกิจขนาดเล็กมีคนทำงานไม่เกิน 5 คน มีสัดส่วนเท่ากับ 73.6% และเป็นธุรกิจประเภทระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคหรือ B2C สูงถึง 85.3% ธุรกิจที่ขายให้กับธุรกิจ (B2B) เท่ากับ 14.4% และธุรกิจที่ขายให้กับภาครัฐ (B2G) เท่ากับ 0.3% ดังภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1

การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามประเภทผู้ประกอบการปี 2550



ที่มา : บิสิเนสไทย ปีที่ 7 ฉบับที่ 319

โดยปัจจุบันซอฟต์แวร์สนับสนุนห่วงโซ่อุปทานได้ถูกใช้งานอย่างแพร่หลาย มีการขยายรูปแบบการใช้งานที่เชื่อมโยงผ่านทางออนไลน์ ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาในตลาดของธุรกิจระหว่างองค์กร (B2B) ในรูปของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer relationship management) และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ (Supplier relationship management) โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมืออันทรงพลังที่มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกรรม และสร้างความได้เปรียบการแข่งขันให้กับธุรกิจ

ปัจจุบันระบบการค้าของโลกได้เปลี่ยนแปลงไปมาก จากในอดีตซึ่งใช้ระบบแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน (Barter System) ก็ได้พัฒนามาเป็นการค้าในเชิงพาณิชย์ (Commercial Trade System) ซึ่งใช้เงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน และระบบการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) เป็นการซื้อขายสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เริ่มเป็นที่แพร่หลายอย่างมากในต่างประเทศ เป็นระบบการซื้อขายที่ผู้ซื้อ-ผู้ขายไม่ต้องเดินทางมาพบปะ หรือเจรจาการค้ากับลูกค้า ช่วยให้การบริหารและการจัดการการค้าของโลกมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดจะสามารถกระจายไปได้ไกลทั่วโลกอย่างไร้พรมแดน

การค้ายุคใหม่จำเป็นต้องพึ่งพาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในหลาย ๆ ด้านด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการขาย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันธุรกิจได้เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจแบบดิจิทัล (Digital Economy) ซึ่งธุรกิจต่าง ๆ ต้องทำการแข่งขันกันด้วยความเร็ว ธุรกิจใดดำเนินงานรวดเร็วกว่า จะได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งเมื่อเทียบกับเมื่อก่อนที่ผู้ประกอบการทำการแข่งขันกันด้วยขนาดการผลิต (Economies of Scale) คือธุรกิจที่ผลิตมากกว่าย่อมได้เปรียบเนื่องจากมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำกว่า

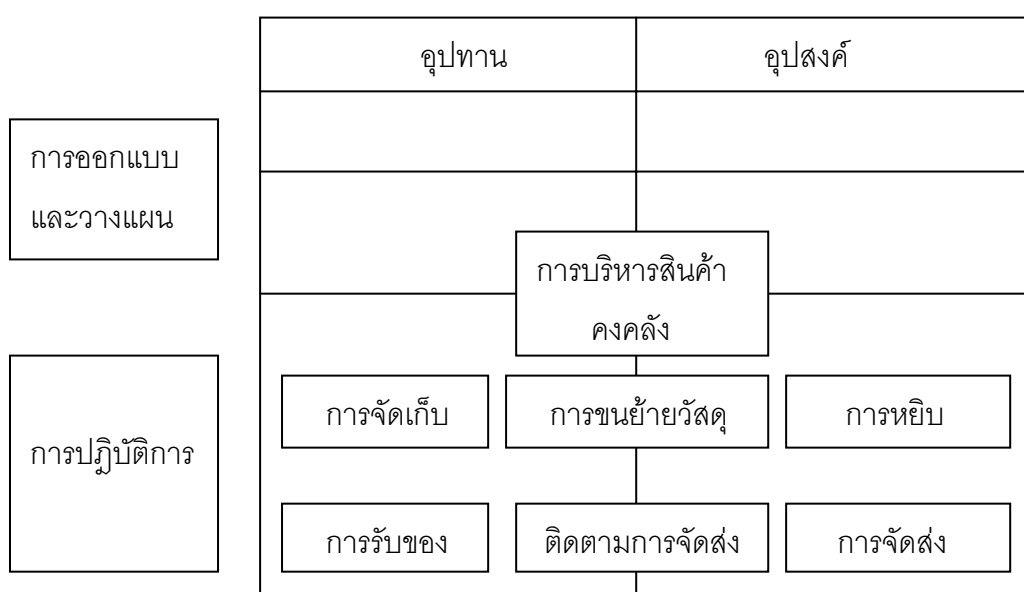
3.4 ระบบการบริหารคลังสินค้าและการบริหารระบบการขนส่ง

จากการที่ธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่มีบริการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่นั้น โดยจะทำการจัดส่งสินค้าภายในวันทำการถัดไปนับจากการสั่งซื้อ ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องมีการจัดการบริหารคลังสินค้าอย่างดี เพื่อให้มีสินค้าพร้อมส่งมอบลูกค้าได้ทันเวลา

สินค้าจะต้องมีในคลังสินค้าครบทุกรายการ ยกเว้นสินค้าสั่งทำ หรือสินค้ากรณีพิเศษ เช่น ระบุสี ระบุลาย เป็นต้น ดังนั้นจะมีระบบอัตโนมัติที่ใช้แสดงรายการสินค้าที่ขาด หรือต่ำกว่าจำนวนขั้นต่ำในคลังสินค้า โดยผู้มีหน้าที่จัดซื้อจะต้องทำการกำหนดถึงจำนวนขั้นต่ำของสินค้า และมีการพยากรณ์ฤดูกาลที่จำเป็นต้องใช้สินค้ามากกว่าปกติ โดยเทียบจากปีก่อน ๆ และ

สภาพแวดล้อมภายนอก เช่นสังคม การเมือง เป็นต้น นอกจากนี้หากสินค้าใดที่ล้าสมัย หรือคุณภาพไม่ดี ต้องมีวิธีการที่ดี เพื่อมิให้เกิดปัญหาสินค้าคงคลังมากเกินไป และหากเป็นสินค้าคุณภาพไม่ดีก็จะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทได้ เช่นหากเป็นกรณีสินค้าคุณภาพไม่ดี จะต้องมีการปรึกษากับผู้จัดจำหน่าย (Supplier) ว่าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้หรือไม่ เป็นต้น

ภาพที่ 3.2
โครงสร้างองค์ประกอบของระบบบริหารคลังสินค้า



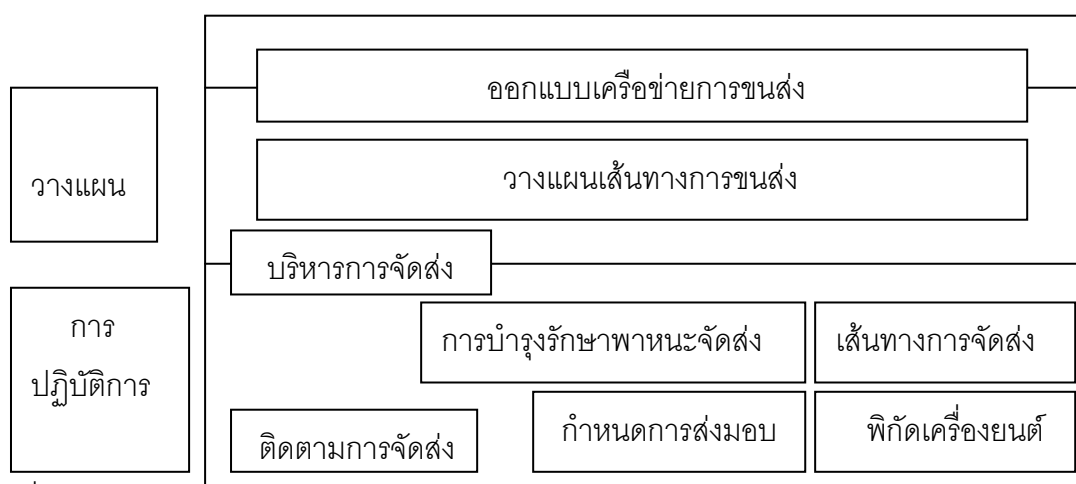
ที่มา : Logistics & Supply chain Management in the New Economy

นอกจากนี้ การบริหารการขนส่งมีส่วนสำคัญมากสำหรับธุรกิจแคทิทอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่มีการจัดส่งสินค้าถึงที่ เพราะหากระบบการขนส่งที่ผิดพลาด หรือส่งไม่ทันเวลา ย่อมทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อถือ และทำให้ชื่อเสียงของบริษัทเสียหายได้

จากการที่ทุกบริษัทมีบริการจัดส่งสินค้าฟรีในกรุงเทพและปริมณฑล และจัดส่งสินค้าภายในวันทำการถัดไปของการสั่งซื้อไม่รวมวันหยุด ดังนั้นการจัดส่งสินค้าจะมีการออกแบบเครือข่ายการขนส่ง ในแต่ละบริษัทแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าอยู่บริเวณไหนเป็นส่วนใหญ่ โดยเมื่อเกิดการสั่งซื้อจากลูกค้า ผู้รับคำสั่งซื้อจะทำการตรวจสอบลูกค้าและผู้มีอำนาจทำการอนุมัติใบสั่งซื้อ ส่งต่อไปยังฝ่ายจัดสินค้า และออกไปกำกับภาษีตามลำดับ หลังจากมีการออก

ใบกำกับภาษีแล้ว ชื่อและที่อยู่ลูกค้าจะถูกส่งไปยังระบบซอฟต์แวร์การวางแผนเส้นทางการขนส่งโดยอัตโนมัติ เพื่อทำการวางแผนเส้นทางการขนส่ง โดยจำแนกลูกค้าตามแขวง และพิจารณาจำนวนและขนาดของสินค้า ว่าควรใช้พาหนะใดในการจัดส่ง เช่น เฟอว์นเจอร์จะใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ หรือหากเป็นสินค้าขนาดเล็ก, จำนวนไม่มาก, และไม่อยู่ในเส้นทางเดียวกันกับลูกค้ารายอื่น ๆ จะใช้รถมอเตอร์ไซด์เป็นพาหนะในการขนส่งแทน โดยการจัดส่งสินค้านั้นจะสามารถติดตามการจัดส่งได้ โดยผู้จัดส่งจะต้องทราบเวลาในการจัดส่งของลูกค้าแต่ละราย เนื่องจากลูกค้าในแต่ละรายจะมีระยะเวลารับสินค้าแตกต่างกัน การวางแผนและการจ่ายชำระเงินก็แตกต่างกันไปเช่นกัน

ภาพที่ 3.3
องค์ประกอบระบบบริหารการขนส่ง



ที่มา : Logistics & Supply chain Management in the New Economy

3.5 ลักษณะการประกอบธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน

ธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภทเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานมีคนไทยเป็นผู้ถือหุ้น โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) เป็นการซื้อใบอนุญาต (license) จากต่างประเทศสำหรับธุรกิจเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ เช่น ออฟฟิศดีโป้ และ ลิเรคโก 2) คนไทยก่อตั้งบริษัทของตนเอง เช่น ออฟฟิศเมท

โดยมี 2 บริษัทได้แก่ ออฟฟิศเซนเตอร์ และ ออฟฟิศดีโป้ มีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น โดยปัจจุบันมีจำนวนสาขา 19 สาขาโดยเป็นการเพิ่มลูกค้าเข้ามาซื้อในร้าน (WALK-IN)

ในขณะที่ออฟฟิศเมท และ ลีแวกโกเป็นสำนักงานเดี่ยว ไม่มีสาขา ทั้งนี้เนื่องจากการขยายสาขา ต้องใช้เงินลงทุนที่สูงและต้องหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมอีกด้วย

ส่วนเหลือมทางการตลาด (Gross Margin) ของธุรกิจแคทิกอรี คิลเลอร์ ประเภท เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน จะแตกต่างตามประเภทสินค้า โดยสินค้าในหมวดกระดาษจะมี ส่วนเหลือมทางการตลาด (Gross Margin) สำหรับการขายปลีกประมาณ 10% หมวดเครื่องเขียน จะมีส่วนเหลือมทางการตลาด (Gross Margin) สำหรับการขายปลีกประมาณ 20-25% หมวด เพอร์นิเจอร์จะมีส่วนเหลือมทางการตลาด (Gross Margin) ประมาณ 30-35% และในหมวดของ กินของใช้ จะมีส่วนเหลือมทางการตลาด (Gross Margin) ประมาณ 20%

3.6 ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า

สำหรับขั้นตอนการสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานผ่านทางออนไลน์นั้น สามารถทำได้ง่ายตาย ไม่ยุ่งยากหรือสลับซับซ้อนอีกต่อไป และมีการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้ออย่างเต็มที่ ซึ่งขั้นตอนการสั่งซื้อจะมีดังนี้

3.6.1 ขั้นแรก: เลือกเว็บไซต์ในการสั่งซื้อ

ผู้ที่สนใจที่จะสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานนั้น สามารถเข้าไปในเว็บไซต์ที่มี บริการรับคำสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ โดยอาจเลือกเข้าไปซื้อสินค้าในเว็บไซต์ของบริษัทของตนเอง เป็นสมาชิกอยู่แล้ว หรือ หาบริษัทอื่นที่มีบริการรับคำสั่งซื้อทางออนไลน์ก็ได้

3.6.2 ขั้นที่สอง: เลือกสินค้าใส่รถเข็นสินค้า

เมื่อท่านเข้าไปในเว็บไซต์ดังกล่าวแล้ว เมื่อท่านพบสินค้าที่ท่านต้องการ และมีความ ประสงค์จะสั่งซื้อสินค้านั้น ๆ ท่านสามารถเลือกสินค้าที่ท่านต้องการใส่ในรถเข็นสินค้า โดยระบุ จำนวนสินค้าที่ท่านต้องการลงในช่องจำนวนแล้วคลิกที่ปุ่ม “เพิ่มสินค้าในรถเข็น” ซึ่งในรถเข็นสินค้านี้ ท่านสามารถเพิ่ม-ลดจำนวนสินค้า หรือยกเลิกรายการสินค้าได้ หรือหากท่าน ต้องการเลือกสินค้าเพิ่มเติม ก็สามารถทำได้โดยการคลิกที่ปุ่ม “เลือกสินค้าเพิ่มเติม”

3.6.3 ขั้นที่สาม: การสั่งซื้อสินค้า

เมื่อท่านเลือกสินค้าที่ต้องการใส่ในรถเข็นสินค้าแล้ว ท่านสามารถส่งรายการสั่งซื้อ สินค้าโดยคลิกที่ปุ่ม “ไปชำระเงิน” สำหรับสมาชิกที่ได้ใส่ชื่อประจำตัว (Login) เข้าสู่ระบบสมาชิก แล้ว ก็จะผ่านเข้าสู่หน้าจอ “ยืนยันการสั่งซื้อสินค้า” ทันที แต่หากท่านเป็นสมาชิก แต่ยังไม่ใส่ชื่อ ประจำตัว (Login) ให้ใส่ชื่อประจำตัว (Login) และรหัสผ่าน แล้วคลิกที่ปุ่ม “GO” และหากสำหรับ

ท่านที่ไม่ได้เป็นสมาชิก และต้องการสมัครเป็นสมาชิกให้คลิกที่ปุ่ม “สมัครสมาชิก” แต่หากท่านต้องการสั่งซื้อสินค้าอย่างเดียวโดยไม่ต้องการสมัครสมาชิก ให้คลิกที่ปุ่ม “สั่งซื้อสินค้าเท่านั้น”

3.6.4 ขั้นที่สี่: การยืนยันการสั่งซื้อสินค้า

ตรวจสอบรายการสั่งซื้อสินค้าอีกครั้ง เลือกประเภทการชำระเงิน แล้วคลิกที่ปุ่ม “Confirm” หลังจากนั้นจะมีเจ้าหน้าที่ของบริษัท ทำการติดต่อท่านกลับไปเพื่อนัดเวลาในการจัดส่งสินค้า ทั้งนี้ ระยะเวลาในการติดต่อกลับขึ้นอยู่กับนโยบายในแต่ละบริษัท

3.6.5 ขั้นที่ห้า: การชำระเงิน

ท่านสามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้หลายวิธี เช่น โอนเงินผ่านธนาคาร, ชำระผ่านบัตรเครดิตออนไลน์ หรือชำระเป็นเงินสด เป็นต้น