

# e-Commerce ໃນທຸລະກິດຈິງ [e-Commerce Case Study]

## Dell Computer Corporation

### (ຮ່າງຂາຍຄອມພິວເຕີຕາມສັ່ງ)

#### 1. ຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນ

Dell Computer Corporation (www.dell.com) ເປັນບໍລິສັດຜູ້ຜະລິດແລະຈຳໜ່າຍເຄື່ອງຄອມພິວເຕີໃນລັກສະນະຂາຍກົງທີ່ໃຫຍ່ທີ່ສຸດໃນໂລກ Dell ໄດ້ຮັບການກໍ່ຕັ້ງຂຶ້ນເມື່ອປີ 1984 ໂດຍ Michael Dell ຫລັງຈາກນັ້ນ Dell ໄດ້ບຸກເບີກການໃຊ້ໂຊສັບແລະໂທລະສານເປັນຊ່ອງທາງ ໃນການຂາຍເຄື່ອງຄອມພິວເຕີແກ່ລູກຄ້າໂດຍກົງ (Direct Marketing) ຕາມຄຳສັ່ງຂອງລູກຄ້າແຕ່ລະລາຍ (Built-to-Order) ແທນການຜະລິດລ່ວງໜ້າເພື່ອຂາຍ

ຕໍ່ມາໃນເດືອນມິຖຸນາຍນ 1994 ບໍລິສັດເລີ່ມເປີດເວັບໄຊຕ໌ເພື່ອໃຊ້ອິນເທີເນັດໃນການໃຫ້ຂໍ້ມູນຕ່າງ ໆ ແກ່ລູກຄ້າ ຫລັງຈາກນັ້ນໃນເດືອນກໍລະກົດ 1996 ບໍລິສັດໄດ້ເລີ່ມຂາຍເຄື່ອງຄອມພິວເຕີຕັ້ງໂຕະ (Desktop) ໂດຍກົງຜ່ານອິນເຕີເນັດ ແລະເລີ່ມຂະຫຍາຍທຸລະກິດໄປສູ່ການຂາຍໂນໂຕບຸກ (Notebook) ແລະຂາຍ ເຊີລ໌ເວີລ (Server) ໃນປີຕໍ່ ໆ ມາ ຫລັງຈາກເລີ່ມຂາຍສິນຄ້າຜ່ານເວັບໄຊຕ໌ໄດ້ 6 ເດືອນ Dell ມີຍອດຂາຍສິນຄ້າຜ່ານອິນເຕີເນັດກວ່າ 1 ລ້ານດອນລາລ໌ສະຫລັດ ຯຕໍ່ມີ້ ແລະມີຍອດຂາຍຫລາຍຂຶ້ນເປັນ 2 ເທົ່າໃນເວລາອີກ 2-3 ເດືອນຕໍ່ມາ ໃນບາງຊ່ວງຂອງປີ 1997 Dell ສາມາດຂາຍເຄື່ອງຄອມພິວເຕີຜ່ານອິນເຕີເນັດໄດ້ຫລາຍກວ່າ 6 ລ້ານດອນລາລ໌ສະຫລັດ ຯຕໍ່ມີ້

[ຕາລາງທີ່ 1 ຜົນການດຳເນີນງານໃນລະຫວ່າງປີ 1999](#)

	1Q97	2Q97	3Q97	4Q97
ຍອດຂາຍຕໍ່ວັນ	\$ 1 ລ້ານ	\$ 2 ລ້ານ	\$ 3 ລ້ານ	\$ 3 ລ້ານ++
ຈຳນວນການສອບຖາມດ້ານເທັກນິກຕໍ່ສັບດາ	30,000	45,000	60,000	120,000
ຈຳນວນຜູ້ຢູ່ມຊົມຕໍ່ສັບດາ	213,000	225,000	250,000	400,000
% ຍອດຂາຍຕ່າງປະເທດ	0	5%	10%	17%

ທີ່ມາ: Electronic Commerce Policy, United States Government

ໃນລະຫວ່າງປີ 1999 ມີລູກຄ້າເຂົ້າຢ້ຽມຊົມເວັບໄຊຕ໌ຂອງ Dell ຫລາຍກວ່າ 2.6 ລ້ານລາຍຕໍ່ອາທິດ ເຮັດໃຫ້ບໍລິສັດມີລາຍໄດ້ທັງໝົດປະມານ

2.5 ໝື່ນລ້ານດອນລາລ໌ສະຫລັດ ຯ ໂດຍມີລູກຄ້າທີ່ຊື້ສິນຄ້າຜ່ານອິນເຕີເນັດປະມານເກືອບຮ້ອຍລະ 50 ຫລືສະເລ່ຍປະມານ 40 ລ້ານດອນລາລ໌

ສະຫລັດ ຯຕໍ່ມີ້

#### 2. ຂັ້ນຕອນໃນການປະກອບທຸລະກິດ

Dell ແບ່ງຕະຫລາດອອກຕາມກຸ່ມລູກຄ້າ ເຊັ່ນ ລັດຖະບານ ສະຖານພະຍາບານແລະສະຖານສຶກສາ ບໍລິສັດຂະໜາດໃຫຍ່ ບໍລິສັດຂະໜາດກາງແລະນ້ອຍ ແລະ ບຸກຄົນທົ່ວໄປ ໂດຍລູກຄ້າແຕ່ລະກຸ່ມຈະໄດ້ຮັບສ່ວນລູດທີ່ແຕກຕ່າງກັນຕາມຈຳນວນທີ່ສັ່ງຊື້ ນອກຈາກນີ້ ລູກຄ້າກຸ່ມບໍລິສັດຍັງສາມາດຊື້ສິນຄ້າ ແລະຮັບຂໍ້ມູນດ້ານເທັກນິກຜ່ານລະບົບອິນຊາເນັດ (Intranet) ຂອງບໍລິສັດທີ່ຮຽກວ່າ “Premier Pages” ແລະສາມາດສັ່ງຊື້ສິນຄ້າໄດ້ໂດຍ ບໍ່ຕ້ອງມີໃບສັ່ງຊື້

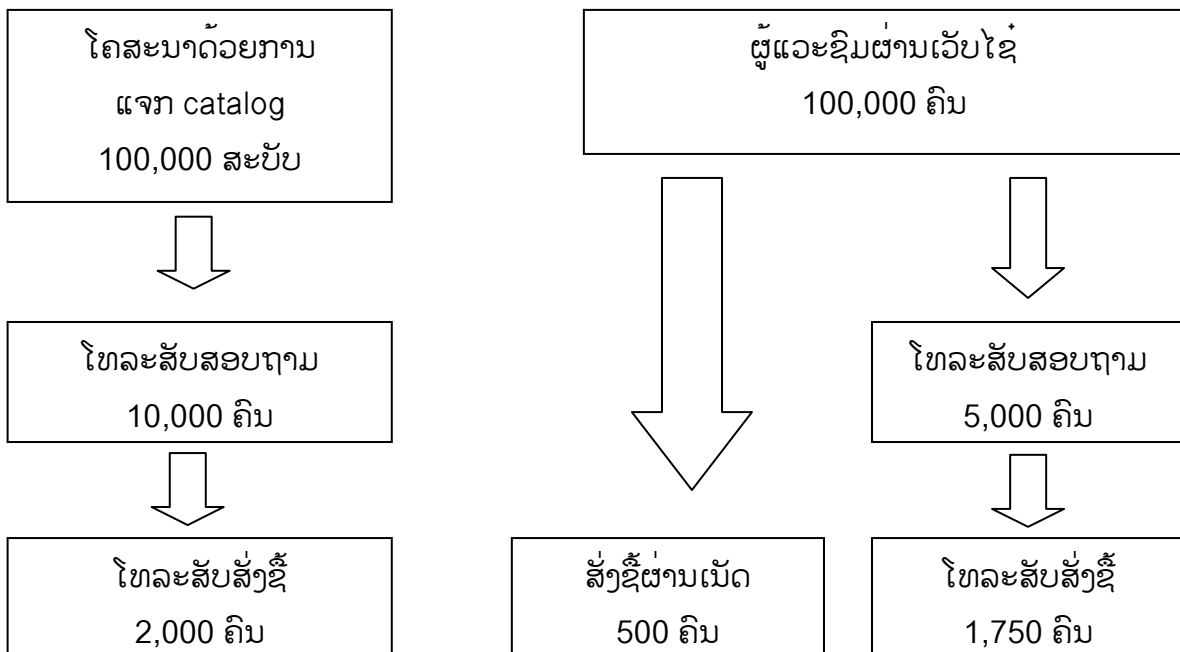
ການໃຫ້ບໍລິການຂາຍສິນຄ້າຂອງ Dell ມີຂັ້ນຕອນດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້

1. ຜູ້ຊື້ເລືອກກຸ່ມສິນຄ້າ ແລະສືບຄົ້ນລຸ້ນຄອມພິວເຕີຕາມປະເພດທີ່ຕ້ອງການ

2. ເມື່ອພົບລຸ້ນທີ່ຕ້ອງການແລ້ວ ເວັບໄຊຕ໌ຈະສະແດງລາຄາແລະສ່ວນປະກອບທີ່ສໍາຄັນພາຍໃນເຄື່ອງ
3. ຜູ້ຊື້ສາມາດເລືອກເພີ່ມຫລືລຸດອຸປະກອນພິເສດຕາມທີ່ຕ້ອງການ ຫລັງຈາກນັ້ນເວັບໄຊຕ໌ຈະແຈ້ງລາຄາລວມທັງໝົດ
4. ຜູ້ຊື້ສາມາດເລືອກສິນຄ້າໃສ່ຕະກ້າ (Add to Cart) ແລະເລີ່ມການສົ່ງຊື້ ໂດຍຈະຕ້ອງໃຫ້ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຕ່າງ ໆ ແລະທີ່ຢູ່ທີ່ຕ້ອງການ ໃຫ້ສົ່ງສິນຄ້າ ຫລັງຈາກນັ້ນຜູ້ຊື້ຈະຕ້ອງແຈ້ງໝາຍເລກບັດລະເຄດິດເພື່ອຊໍາລະເງິນ
5. ເມື່ອຮັບຊໍາລະເງິນຮຽບຮ້ອຍແລ້ວ ບໍລິສັດຈະແຈ້ງລະຫັດການສົ່ງຊື້ສິນຄ້າແກ່ຜູ້ຊື້ເພື່ອໃຊ້ອ້າງອີງໃນການຕິດຕາມຄວາມກ້າວໜ້າການສົ່ງຊື້ ແລະຈັດສົ່ງສິນຄ້າໄດ້ທັງທາງອິນເຕີເນັດຫລືໂຊສັບ
6. ເມື່ອໄດ້ຮັບຄໍາສັ່ງຊື້ສິນຄ້າແລ້ວ Dell ຈະເລີ່ມປະກອບເຄື່ອງຄອມພິວເຕີແລະຕຽມອຸປະກອນເສີມອື່ນ ໆ ທີ່ຢູ່ຕາມແຕ່ລະຖານການຜະລິດໃຫ້ພ້ອມ
7. ເມື່ອຜະລິດເຄື່ອງຄອມພິວເຕີແລະຈັດຫາອຸປະກອນເສີມອື່ນ ໆ ແລ້ວ ສິນຄ້າທັງໝົດຈະຖືກສົ່ງໄປລວມກັນເປັນຊຸດຕາມທີ່ລູກຄ້າສົ່ງທີ່ສະຖານີຂົນຖ່າຍພັດດູພັນທ໌ (Hub) ຂອງ FedEx ຊຶ່ງຈະເຮັດໜ້າທີ່ຄັດແຍກແລະຈັດສົ່ງສິນຄ້າໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າ ໂດຍບໍລິການຂອງ FedEx
8. ເມື່ອລູກຄ້າໄດ້ຮັບສິນຄ້າແລ້ວ Dell ຮັບປະກັນທີ່ຈະຄືນເງິນໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າພາຍໃນ 30 ມື້ ໃນກໍລະນີທີ່ລູກຄ້າບໍ່ພໍໃຈສິນຄ້າທີ່ສົ່ງຊື້ໄປ

### 3. ເທັກໂນໂລຢີ

ພາບຕໍ່ໄປນີ້ປຽບທຽບຂັ້ນຕອນການຂາຍສິນຄ້າຂອງ Dell ແບບເດີມກັບການຂາຍຜ່ານອິນ



#### 4. ການປະກອບການ

ລາຍໄດ້ທັງໝົດຂອງ Dell ມາຈາກການຂາຍເຄື່ອງຄອມພິວເຕີແບບຕ່າງ ໆ ເຊັ່ນ ແບບຕັ້ງໂຕະ (Desktop) ໂນຕະບຸັຄ (Notebook) ແລະລະບົບ ເທັກໂນໂລຢີສານສົນເທດທີ່ໃຊ້ໃນອົງຄົ້ນຄວ້າ (Enterprise System) ເມື່ອແບ່ງຕາມທີ່ຕັ້ງຂອງລູກຄ້າແລ້ວ ຈະພົບວ່າ Dell ມີລາຍໄດ້ຈາກການຂາຍສິນຄ້າ ແກ່ລູກຄ້າໃນສະຫະລັດ 16, 878 ລ້ານດອນລາລ໌ສະຫລັດ ຯ ແລະລູກຄ້າຕ່າງປະເທດ 8, 387 ລ້ານດອນລາລ໌ສະຫລັດ ຯ ໃນປີ 1999

	ປີ 1999	ປີ 1998	ປີ 1997
ລາຍໄດ້ຈາກການຂາຍເຄື່ອງແບບຕັ້ງໂຕະ	13,568	10,979	8,022
ລາຍໄດ້ຈາກການຂາຍໂນັຕບຸັກ	5,847	3,859	2,210
ລາຍໄດ້ຈາກການຂາຍ Enterprise Systems	3,828	2,193	1,028
┌ ລາຍໄດ້ຈາກການຂາຍສິນຄ້າອື່ນໆ	2,022	1,212	1,067
<b>ລາຍໄດ້ລະວມ</b>	<b>25,265</b>	<b>18,243</b>	<b>12,327</b>
<b>ລວມຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໂດຍຕົງ</b>	<b>20,047</b>	<b>14,137</b>	<b>9,605</b>
<b>ກຳໄລຂັ້ນຕົ້ນ</b>	<b>5,218</b>	<b>4,106</b>	<b>2,722</b>
ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍດ້ານງານຂາຍແລະການຈັດການ	2,387	1,788	1,202
┌ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການວິໄຈແລະພັດທະນາ	568	272	204
<b>ລວມຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການດຳເນີນງານ</b>	<b>2,955</b>	<b>2,060</b>	<b>1,406</b>
<b>ກຳໄລຈາກການດຳເນີນງານ</b>	<b>2,263</b>	<b>2,046</b>	<b>1,316</b>
ລາຍໄດ້ອື່ນໆ	188	38	52
<b>ກຳໄລກ່ອນຫັກປະໂຫຍດຈາກພາສີ</b>	<b>2,451</b>	<b>2,084</b>	<b>1,368</b>
ຫັກປະໂຫຍດຈາກພາສີລາຍໄດ້	785	624	424
<b>ກຳໄລສຸດທິ</b>	<b>1,666</b>	<b>1,460</b>	<b>944</b>

ທີ່ມາ: ຄະນະກຳມະການກຳກັບເບິ່ງແລດລາດທລັກຊັບສະຫລັດ ຯ (Security Exchange Commission)

#### 5. ຈຸດເດັ່ນໃນການປະກອບທຸລະກິດ

ຈາກຕາລາງສະແດງຜົນປະກອບການຈະເຫັນວ່າ Dell ມີຜົນປະກອບການທີ່ດີແລະໄດ້ກຳໄລມາໂດຍຕະຫລອດໃນຊ່ວງທີ່ສຶກສາ ຫົວໃຈຂອງການມີຜົນ ປະກອບການທີ່ດີດັ່ງກ່າວເກີດຈາກການໃຊ້ລະບົບ Built to Order ແທນການຜະລິດລ່ວງໜ້າເພື່ອຈຳໜ່າຍຕາມປົກກະຕິ ລະບົບດັ່ງກ່າວອາໄສການ ເຮັດວຽກຕໍ່ເນື່ອງຂອງລະບົບບໍລິຫານຊັບພາຍເຊນ (Supply Chain Management System) ແລະລະບົບບໍລິຫານລູກຄ້າສຳພັນ (Customer Relationship Management)

ລະບົບບໍລິຫານຊັບພາຍເຊນຂອງ Dell ເຮັດໃຫ້ບໍລິສັດມີຄວາມສາມາດໃນການແຂ່ງຂັນທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນໂດຍ

- ການຜະລິດຕາມສັ່ງຊ່ວຍໃຫ້ Dell ບໍ່ມີສິນຄ້າເຫຼືອໃນຄັງສິນຄ້າແລະສິນຄ້າບໍ່ເກີດການຕົກລຸ້ນ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ບໍລິສັດມີຕົ້ນທຸນໃນດ້ານການ ບໍລິຫານຄັງສິນຄ້າຕໍ່າກວ່າຄູ່ແຂ່ງທຸກລາຍ

- ລະບົບການຜະລິດແລະຈັດສົ່ງທີ່ມີປະສິດທິພາບຂອງ Dell ຊ່ວຍໃຫ້ບໍລິສັດມີຕົ້ນທຸນທາງການເງິນ (Cost of Capital) ທີ່ຕໍ່າ ເນື່ອງຈາກ ບໍລິສັດສາມາດສົ່ງສິນຄ້າໃຫ້ແກ່ຜູ້ບະຫລິໂພກໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ບໍລິສັດມີລາຍໄດ້ເຂົ້າມາກ່ອນ ໃນຂະນະທີ່ສາມາດຊໍາລະເງິນໃຫ້ ແກ່ຊັບພາຍເອີລໄດ້ໃນພາຍຫລັງ
- ລະບົບການຜະລິດແລະຈັດສົ່ງທີ່ມີປະສິດທິພາບຂອງ Dell ຊ່ວຍໃຫ້ Dell ສາມາດສົ່ງສິນຄ້າໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າໄດ້ໃນເວລາປະມານ 5 ມື້ ໂດຍສະເລ່ຍ ຫລືບໍ່ເກີນ 7-10 ມື້ໃນກໍລະນີທີ່ຕ້ອງໃຊ້ຊັ້ນສ່ວນທີ່ມີຄວາມຊັບຊ້ອນຫລາຍ ໆ
- ການໃຊ້ວິທີວ່າຈ້າງໃຫ້ຜູ້ຜະລິດຊັ້ນສ່ວນດຳເນີນການຜະລິດໃຫ້ແທນສາມາດລຸດຕົ້ນທຸນໃນດ້ານການວິໄຈແລະພັດທະນາ (R&D) ຂອງ Dell ໃຫ້ເຫລືອບລະມານຮ້ອຍລະ 2 ຂອງຍອດຂາຍ ໃນຂະນະທີ່ຄູ່ແຂ່ງຕ້ອງລົງທຸນໃນດ້ານດັ່ງກ່າວຢ່າງນ້ອຍຮ້ອຍລະ 6 ຂອງຍອດຂາຍ

ໃນຂະນະດຽວກັນ ລະບົບບໍລິຫານລູກຄ້າສຳພັນຂອງ Dell ຊ່ວຍໃຫ້ບໍລິສັດສາມາດລຸດຕົ້ນທຸນໄດ້ຈາກ

- ການລຸດຄ່າໂຊສັບທີ່ລູກຄ້າໃຊ້ໃນການຕິດຕໍ່ກັບບໍລິສັດໂດຍບໍ່ຕ້ອງເສຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ (Toll Free Number) ລົງໄດ້ປະມານ 6, 000-10, 000 ດອນລາລ໌ສະຫລັດ ຯຕໍ່ອາທິດ
- ການລຸດຕົ້ນທຸນໃນການໃຫ້ບໍລິການຫລັງການຂາຍໄດ້ປະມານ 9, 000-18, 000 ດອນລາລ໌ສະຫລັດ ຯຕໍ່ອາທິດແລະລຸດຕົ້ນທຸນໃນການ ຈັດສົ່ງຊອພິດແວລ໌ໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າໄດ້ປະມານ 150, 000 ດອນລາລ໌ສະຫລັດ ຯຕໍ່ອາທິດ
- ການຊ່ວຍໃຫ້ບໍລິສັດຮູ້ຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າໄດ້ດີຂຶ້ນ ແລະສາມາດຜະລິດສິນຄ້າໄດ້ກົງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າຫລາຍຂຶ້ນ ເນື່ອງຈາກບໍລິສັດເປັນຜູ້ຂາຍສິນຄ້າໃຫ້ແກ່ລູກຄ້າໂດຍກົງ ໂດຍບໍ່ຜ່ານຕົວກາງ

ຈາກລະບົບທີ່ກ່າວມາຂ້າງຕົ້ນ Dell ສາມາດຈຳໜ່າຍຄອມພິວເຕີໃຫ້ແກ່ຜູ້ບະຫລິໂພກໄດ້ໃນລາຄາທີ່ຖືກກວ່າການຊື້ຈາກລ້ານຄ້າທີ່ໄປປະມານ ຮ້ອຍລະ 10-15 ແລະເຮັດໃຫ້ຜະລິດຕະພັນຂອງບໍລິສັດໄດ້ຮັບລາງວັນຕ່າງ ໆ ເຖິງ 174 ລາງວັນ ທັງໃນດ້ານປະສິດທິພາບ ຄວາມເຊື່ອຖື ແລະການບໍລິຫານລູກຄ້າ

## 6. ປັດໄຈໃນຄວາມສຳເລັດ

ປັດໄຈໃນຄວາມສຳເລັດທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດປະການໜຶ່ງຂອງ Dell ຄືການມີພັນທະມິດທາງທຸລະກິດແຂງແກ່ງ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ Dell ສາມາດບໍລິຫານສິນຄ້າ ຄົງຄັງຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ໃນຊ່ວງຫລັງ Dell ໄດ້ລຸດຈຳນວນຜູ້ຜະລິດຊັ້ນສ່ວນໃຫ້ເຫລືອຕໍ່າກວ່າ 40 ລາຍ ຈາກເດີມທີ່ເຄີຍມີຫລາຍກວ່າ 140 ລາຍເພື່ອ ຄວບຄຸມຄຸນນະພາບຂອງຊັ້ນສ່ວນ

ພັນທະມິດທາງທຸລະກິດຂອງ Dell ຊ່ວຍໃຫ້ບໍລິສັດສາມາດນຳຜະລິດຕະພັນໃໝ່ ໆ ອອກສູ່ຕະຫລາດໄດ້ຢ່າງດີມາສະເໝີໂດຍໃຊ້ເວລານ້ອຍຫລາຍເຊັ່ນ ສາມາດ ນຳເຄື່ອງຄອມພິວເຕີລຸ້ນໃໝ່ທີ່ໃຊ້ຊີພີຍູລຸ້ນລ່າສຸດຂອງອິນເທນ (Intel) ອອກສູ່ຕະຫລາດໄດ້ໃນມື້ດຽວກັນກັບທີ່ອິນເທນນຳຊີພີຍູລຸ້ນດັ່ງກ່າວອອກສູ່ຕະຫລາດ

## 7. ທຸລະກິດອື່ນ ໆ ທີ່ມີໂມເດວຄ້າຍກັນ

ບໍລິສັດອື່ນ ໆ ທີ່ມີໂມເດນໃນການເຮັດທຸລະກິດໃນລັກສະນະດຽວກັນກັບ Dell Computer ໄດ້ແກ່ Compaq (ຂາຍເຄື່ອງຄອມພິວເຕີຕັ້ງໂຕະແລະ ໂນ໌ຕະບຸກ [www.compaq.com](http://www.compaq.com)) ແລະ Sony (ຂາຍເຄື່ອງຄອມພິວເຕີໂນ໌ຕະບຸກ [www.sony.com](http://www.sony.com)) ຢ່າງໃດກໍຕາມ Dell ຖືເປັນຜູ້ນຳຢ່າງແທ້ຈິງ ໃນການຈຳໜ່າຍຄອມພິວເຕີທາງອິນເທີລ໌ເນັດໃນລະບົບຜະລິດຕາມຄຳສັ່ງ (Built-to-Order) ຄວາມ-

ສໍາເລັດຂອງ Dell ຍັງເຮັດໃຫ້ຜູ້ຜະລິດສິນຄ້າໃນ ອຸດສາຫະກໍາອື່ນເຊັ່ນ Saturn (ຜູ້ຜະລິດລົດຍົນຕ໌ [www. saturn. com](http://www.saturn.com)) ຫັນມາ-  
ຮຽນຮູ້ຈາກ Dell

## 8. ໂອກາດທາງທຸລະກິດຂອງຜູ້ປະກອບການລາວ