



FoodMarketExchange.com
(ตลาดกลางออนไลน์ในอุตสาหกรรมอาหาร)



1. ข้อมูลเบื้องต้น

FoodMarketExchange.com (www.FoodMarketExchange.com) เป็นเว็บไซต์ของบริษัท บีส โดเมนชั่น จำกัด ซึ่งทำหน้าที่เป็นตลาดกลาง (B-to-B Marketplace) ของอุตสาหกรรมอาหารรายแรกของ ประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ บริษัทเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม 2543 โดยการร่วมทุน ก่อตั้ง 300 ล้านบาทของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารรายใหญ่ในประเทศไทย ที่ต้องการให้ FoodMarketExchange เป็นตลาดชุมชนการค้า อิเล็กทรอนิกส์ ของ อุตสาหกรรมอาหารแห่งใหม่ ในอินเทอร์เน็ต เพื่อทำธุรกรรมระหว่างบริษัทและบริษัท

เว็บไซต์ของบริษัทเริ่มเปิดให้บริการกับลูกค้าเมื่อเดือนกันยายน 2543 ในปัจจุบันมีผู้มาลง ทะเบียนเป็นสมาชิก ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายรวมประมาณ 150 ราย แบ่งเป็นผู้ขายหรือซัพพลายเออร์รายใหญ่ ในประเทศไทย 50 ราย และผู้ซื้อ 100 ราย ซึ่งส่วนมากเป็นผู้ซื้อเดิมของผู้ขายรายใหญ่

FoodMarketExchange เป็นตลาดกลางเฉพาะอุตสาหกรรม (Vertical Marketplace) เท่านั้น โดยไม่มีสินค้า อื่นนอกอุตสาหกรรมจำหน่าย ซึ่งแตกต่างจากตลาดกลางที่จำหน่ายสินค้าในหลาย กลุ่มอุตสาหกรรม (Horizontal Marketplace) สินค้าที่ซื้อขายใน FoodMarketExchange ส่วนใหญ่จะเป็น อาหารเพื่อการส่งออก เช่น

กลุ่มอาหารทะเล (Seafood) ได้แก่ อาหารทะเลแช่แข็ง (Frozen Seafood) อาหารทะเลกระป๋อง (Canned Seafood) อาหารทะเลพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat Seafood) เป็นต้น

กลุ่มข้าวและพืชไร่ (Rice & Grains) ได้แก่ ข้าว (Rice) ข้าวโพด (Maize) สินค้าประเภทถั่ว (Beans, Nuts, Seeds) เป็นต้น

กลุ่มผลไม้ (Fruit) ได้แก่ ผลไม้สด (Fresh Fruit) ผลไม้กระป๋อง (Canned Fruit) ผลไม้แช่แข็ง (Frozen Fruit) ผลไม้แปรรูป (Preserved Fruit) เป็นต้น

กลุ่มผัก (Vegetable) ได้แก่ ผักสด (Fresh Vegetable) ผักแช่แข็ง (Frozen Vegetable) ผักกระป๋อง (Canned Vegetable) เป็นต้น

กลุ่มน้ำตาล (Sugar) ได้แก่ น้ำตาลทราย (White Crystal Sugar) น้ำตาลทรายแดง (Brown Sugar) กากน้ำตาล (Molasses) เป็นต้น

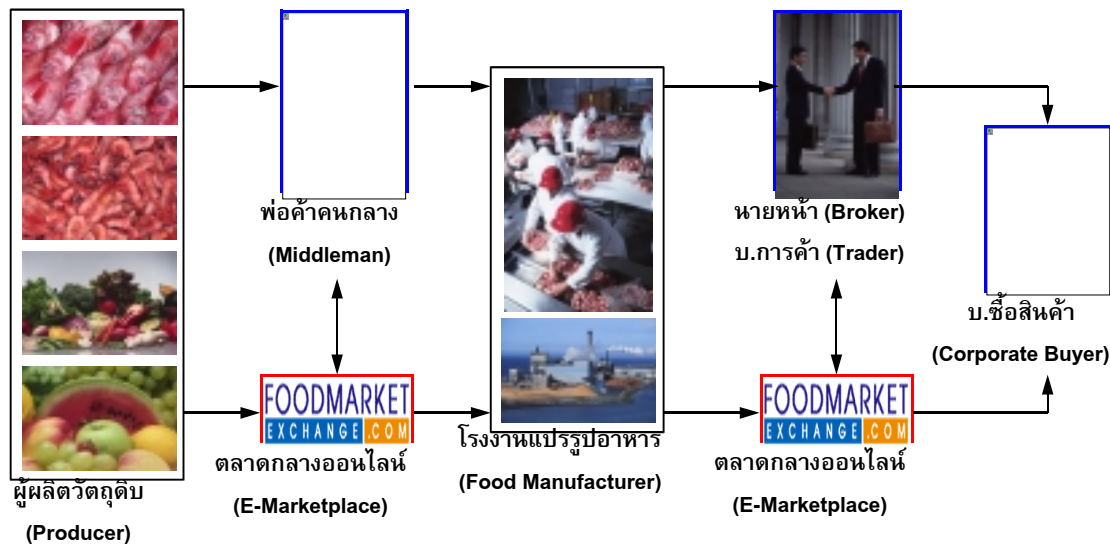
กลุ่มสัตว์ปีกและกลุ่มปศุสัตว์ (Poultry and Meat) ได้แก่ ไก่ (chicken) เป็ด (Duck) เนื้อหมู (Pork) เนื้อวัว (Beef) เป็นต้น

กลุ่มอาหารประเภทนม (Dairy Products) ได้แก่ นม (Milk) ครีม (Cream) เนยเหลว (Butter) เป็นต้น

อื่นๆ (Others) ได้แก่ กาแฟ (Coffee) ชา (Tea) สมุนไพร (Herbs) เครื่องเทศ (Spices) เป็นต้น

ลักษณะโครงสร้างการซื้อขายสินค้าของอุตสาหกรรมส่งออกอาหารของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มที่เกี่ยวข้องหลักๆ 6 กลุ่ม ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 ลักษณะโครงสร้างการซื้อขายสินค้าของอุตสาหกรรมส่งออกอาหาร



- ผู้ผลิต (Producer) เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ (Raw Material) เช่น เกษตรกร ชวนา ชาวไร่ เป็นต้น

เพื่อป้อนวัตถุดิบให้กับโรงงานแปรรูป

พ่อค้าคนกลาง (Middleman) เป็นคนกลางที่เข้ามารับซื้อสินค้าจากผู้ผลิต หรือเกษตรกร

เพื่อนำส่งขายสินค้าให้กับโรงงานต่ออีกทอดหนึ่ง ซึ่งปกติจะเป็นการทำกำไรจากการเพิ่มราคาสินค้า (Mark Up)

โรงงาน (Manufacturer) ทำหน้าที่แปรรูปสินค้าและส่งออก (Export) เช่น บริษัทไทยยูเนียน โพรเซ่น โปรดักส์ จำกัด บริษัทพทยาฟู๊ดอินดัสตรี จำกัด เป็นต้น

นายหน้า (Broker)

เป็นนายหน้าหรือคนกลางในการนำผู้ขายและโรงงานมาพบกันหรือเจรจาให้เกิดการซื้อขาย

โดยที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้า เมื่อเกิดการขายได้สำเร็จพ่อค้าคนกลางจะได้รับค่านายหน้า (Commission) อย่างไรก็ตาม ยังมีคนกลางอีกประเภทหนึ่งที่เรียกว่าบริษัทการค้า (Trader)

ซึ่งเข้ามารับซื้อสินค้าจากโรงงาน เพื่อนำส่งขายสินค้าให้กับผู้ซื้ออีกทอดหนึ่ง

แต่แตกต่างจากนายหน้า (Broker) ตรงที่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้านั้น

และมีรายได้จากการเพิ่มราคาสินค้า (Mark Up)

บริษัทซื้อสินค้า (Corporate Buyer) เป็นบริษัทที่รับซื้อสินค้าจากโรงงาน เพื่อนำสินค้าไปทำ

ธุรกิจอื่นๆ เช่น ร้านค้าส่ง (Discount Store เช่น Wal Mart) ร้านค้าที่มีสาขา (Chain Store เช่น Subway) แฟรนไชส์ (Franchise เช่น Red Robster)

บริษัทอำนวยความสะดวก (Facilitator) ซึ่งเป็นบุคคลที่สามที่เข้ามาให้ความสะดวกในแต่ละขบวนการบริการก่อนและหลังการขาย (ไม่ได้เข้าเกี่ยวข้องโดยตรงในการซื้อขาย) เช่น บริษัทประกันภัย บริษัทขนส่ง เป็นต้น

จากภาพจะเห็นว่า FoodMarketExchange เป็นตลาดกลางออนไลน์ที่ทำหน้าที่ในการนำผู้ขายและผู้ซื้อมาพบกัน หรือ เจรจากันให้เกิดการซื้อขายในลักษณะเดียวกันกับพ่อค้าคนกลางหรือนายหน้า โดยที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ใดๆ ในสินค้า เมื่อเกิดการขายได้สำเร็จบริษัทจะได้รับค่าธรรมเนียมจากการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ (Transaction Fee) เป็นรายได้ของบริษัท นอกจากนี้ ยังพบว่าโมเดลในการทำธุรกิจของ FoodMarketExchange เข้ามาช่วยเอื้อประโยชน์ในการซื้อขาย เช่น

เพิ่มประสิทธิภาพในขบวนการซื้อขายให้รวดเร็วขึ้น เช่น ลดการทำงานด้านกระดาษ (Paper Work) ลดปัญหาความแตกต่างของเวลาในการทำงาน (Time Zone) ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรสาร เก็บค่าธรรมเนียมในการซื้อขายสินค้าในอัตราที่ต่ำกว่าอัตราของนายหน้า (ประมาณ 0.5–1.5% ของมูลค่าการซื้อขาย) ให้บริการที่ครบวงจร (One-Stop Services) เช่น ศูนย์รวมข้อมูลข่าวสาร บริการด้านการขนส่ง การชำระเงิน การประกันภัย

2. ขั้นตอนในการประกอบธุรกิจ

ผู้ที่สนใจต้องการใช้บริการออนไลน์ของ FoodMarketExchange ต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิกหรือลูกค้าของบริษัทซึ่งต้องดำเนินการ ดังต่อไปนี้

2.1) ผู้ขาย

- 1) ลงทะเบียนออนไลน์เป็นสมาชิกของ FoodMarketExchange ผ่านเว็บไซต์ http://www.foodmarketexchange.com/register/register_1.htm โดยที่ผู้ขายต้องเสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Setup Fee) ค่าบริการสมาชิกรายเดือน (Monthly Membership Fee) และค่าธรรมเนียมจากการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ (Transaction Fee) ประมาณ 0.5–1.5% ของมูลค่าการซื้อขายทั้งนี้แล้วแต่การตกลงแต่ละราย อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะได้รับสิทธิในการขายสินค้า ผู้ขายต้องส่งเอกสารแสดงสถานภาพของบริษัทให้แก่ FoodMarketExchange เช่น ทะเบียนการค้า (Business Registration/License) แล้วรอจนกว่าจะได้รับสิทธิให้ทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์ของบริษัท
- 2) หลังจากได้รับสิทธิให้ทำธุรกรรมแล้ว ผู้ขายจะได้รับบัญชี (Account) และรหัสลับ (Password) เพื่อเข้าใช้บริการและผู้ขายสามารถปรับเปลี่ยนการแสดงผลข้อมูลสินค้าของตนเองจำนวน 50 รายการได้ด้วยตนเอง ซึ่งทำให้ผู้ซื้อได้รับข้อมูลและสืบค้นสินค้าได้ตรงกับความต้องการ
- 3) เมื่อสินค้าที่ขายตรงกับความต้องการของผู้ซื้อแล้ว จึงเริ่มเข้าสู่ขั้นตอนการเจรจาต่อรองราคาที่ต้องการระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งระบบดังกล่าวนี้เป็นการทำงานที่มีความเป็นส่วนตัว

(Privacy) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และในการต่อราคาแต่ละครั้งจะถูกขอรหัส (Password) เพื่อยืนยันทุกครั้ง

- 4) เมื่อต่อราคาลิ้นสุดลง เกิดมีการซื้อขายสินค้า ผู้ซื้อและผู้ขายจะได้รับอีเมลแจ้งเตือนยืนยันรายละเอียดสินค้าที่มีการซื้อขายในครั้งนี้

2.2) ผู้ซื้อ

- 1) ลงทะเบียนออนไลน์เป็นสมาชิกของ FoodMarketExchange ผ่านเว็บไซต์

http://www.foodmarketexchange.com/register/register_1.htm

โดยในช่วงแรกของการเปิดให้บริการนี้ ผู้ซื้อไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะได้รับสิทธิในการใช้บริการซื้อสินค้า ผู้ซื้อต้องส่งเอกสารแสดงสถานภาพของบริษัทให้แก่ FoodMarketExchange เช่น ทะเบียนการค้า (Business Registration/License) เป็นต้น แล้วรอจนกว่าจะได้รับสิทธิให้ทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์ของบริษัท

- 2) หลังจากได้รับสิทธิให้ทำธุรกรรมแล้ว ผู้ขายจะได้รับบัญชี (Account) และรหัสผ่าน (Password) สำหรับใช้บริการสืบค้นและซื้อสินค้าจากผู้เสนอขาย

- 3) เมื่อผู้ซื้อพบสินค้าที่ต้องการแล้ว

ผู้ซื้อควรตรวจสอบรายละเอียดให้ตรงตามที่ต้องการรวมถึงการส่งสินค้าก่อนที่จะเริ่มขั้นตอนเจรจาต่อราคาที่ต้องการ ซึ่งระบบดังกล่าวนี้เป็นการทำงานที่มีความเป็นส่วนตัว (Privacy) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และในการต่อราคาแต่ละครั้งจะถูกขอรหัสผ่าน (Password) ยืนยันทุกครั้ง

- 4) เมื่อการต่อราคาลิ้นสุดลง เกิดมีการซื้อขายสินค้า ผู้ซื้อและผู้ขายจะได้รับอีเมลแจ้งเตือนยืนยันรายละเอียดสินค้าที่มีการซื้อขายในครั้งนี้

ในปัจจุบัน การชำระเงินและการส่งสินค้ายังดำเนินการด้วยวิธีเดิม โดยยังไม่มีบริการดังกล่าว อย่างไรก็ตาม FoodMarketExchange มีโครงการที่จะให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตด้วย

นอกจากนี้ FoodMarketExchange ยังไม่มีกลไกพิเศษในการป้องกันผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกันนอกตลาด ซึ่งจะทำให้บริษัทสูญเสียรายได้ เนื่องจากรายได้ของบริษัทขึ้นอยู่กับมูลค่าการซื้อขาย

3. เทคโนโลยี

บริษัท บีส ไตเมนชั่น จำกัด เลือกใช้ซอฟต์แวร์โซลูชัน (Software Solution) ของบริษัท Ariba ซึ่งเป็นบริษัทซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจตลาดกลางออนไลน์รายใหญ่ โดยมี Systems Integrator มาจากบริษัท Hewlett-Packard ช่วยให้การปรึกษา บริษัทเลือกใช้ Sun Server ในการควบคุมการบริหารงานเว็บเซิร์ฟเวอร์ (Web Server) โดยที่ระบบดังกล่าวใช้ฐานข้อมูลของบริษัท Oracle ที่ทำงานบนเครื่องแม่ข่ายของ HP9000 และเลือกใช้อุปกรณ์เน็ตเวิร์ก และอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย (Firewall) ของบริษัท Cisco System

4. การประกอบกร

รายได้หลักของบริษัทจะมาจาก

ค่าธรรมเนียมแรกเข้าซึ่งรวมบริการพื้นที่แสดงรายการสินค้า 50 รายการ (Setup Fee including 50 Product Catalog items) 50,000 บาท

ค่าบริการสมาชิกรายเดือน (Monthly Membership Fee) 5,000 บาท

ค่าธรรมเนียมจากการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ (Transaction Fee) ซึ่งจะจัดเก็บจากผู้ขาย สินค้าประมาณ 0.5 – 1.5% ของมูลค่าการซื้อขาย โดยตั้งแต่เริ่มดำเนินการที่ผ่านมาถึงสิ้นปี 2543 บริษัทได้ให้บริการผ่านตลาดออนไลน์คิดเป็นมูลค่ารวมของยอดขายจำหน่ายมากกว่า 100 ล้าน

นอกจากนี้ ในปี 2544 บริษัทคาดว่าจะมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 500 ราย และมีมูลค่ารวมของยอดขายจำหน่ายผ่านออนไลน์ 8,000 ล้านบาท

5. จุดเด่นในการประกอบธุรกิจ

จุดเด่นของ FoodMarketExchange ในการประกอบธุรกิจการเป็นตลาดกลางออนไลน์นั้น บริษัทเป็นรายแรก (First Mover) ที่เปิดดำเนินการออนไลน์ในภูมิภาคเอเชีย และสามารถนำผู้ประกอบการรายใหญ่ชั้นนำของประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ของโลกแห่งหนึ่งเข้ามาทำธุรกรรมผ่านการบริการออนไลน์ของบริษัท ดังนั้น โมเดลการดำเนินธุรกิจจึงเป็นไปในรูปแบบของการนำผู้ขายเข้ามาเป็นสมาชิก เพื่อดึงดูดให้ผู้ซื้อเข้ามาประกอบธุรกิจ

นอกจากนี้ โมเดลการดำเนินธุรกิจของบริษัทยังสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจและการลดต้นทุนให้แก่ ลูกค้าทั้งสองฝ่าย เช่น การเพิ่มความรวดเร็วในการทำงานจากการลดการทำงานกระดาษ (Paper Work) และความแตกต่างของเวลาทำงาน (Time Zone) ที่ต้องรอ การลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์และโทรสาร และการคิดค่าบริการที่ถูกกว่าแบบดั้งเดิมซึ่งบริษัทเก็บค่าธรรมเนียมในการให้บริการ 0.5–1.5% ของการซื้อขาย (แบบดั้งเดิมประมาณ 2% ของมูลค่าการซื้อขาย)

6. ปัจจัยในความสำเร็จ

การประกอบธุรกิจตลาดกลางออนไลน์ของ FoodMarketExchange จะประสบความสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย เนื่องจากเป็นจุดเด่นของบริษัทที่สามารถรวบรวมผู้ขายที่เป็นผู้นำตลาดของประเทศไทยเข้าร่วมในตลาด

บริษัทต้องสามารถช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีต้นทุนโดยรวมต่ำกว่าการทำธุรกิจแบบดั้งเดิม (ไม่ผ่านออนไลน์) เนื่องจากในสินค้าบางรายการตลาดมีการแข่งขันสูง และมีคนกลางในรูปแบบ เดิมประกอบการอยู่

นอกจากนี้ เนื่องจากสินค้าของอุตสาหกรรมอาหารยังมีความแตกต่างของสินค้า เช่น รสชาติ ขนาดสินค้า แหล่งที่มาของสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากในการสร้างความเป็นมาตรฐาน (Standardization) ในการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อ ดังนั้นการสร้างมาตรฐานให้สินค้าจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

7. ธุรกิจอื่น ๆ ที่มีโมเดลคล้ายกัน

บริษัทอื่นๆ ที่ประกอบธุรกิจตลาดกลางออนไลน์ในอุตสาหกรรมอาหารเหมือน FoodMarketExchange ได้แก่ GoFish ของสหรัฐฯ (www.gofish.com) GlobalFoodExchange ของสหรัฐฯ (www.globalfoodexchange.com) สำหรับตัวอย่างเว็บไซต์ที่ประกอบธุรกิจตลาดกลาง ออนไลน์ในอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น PaperExchange.com (www.paperexchange.com) และ E-Steel (www.esteel.com) เป็นต้น

8. โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทย

กรณีศึกษา FoodMarketExchange.com เป็นตัวอย่างหนึ่งที่กลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยซึ่งมีความพร้อมด้านเงินทุน และพันธมิตรทางธุรกิจที่เข้มแข็งดำเนินการเป็นผู้บริหารตลาดกลางเอง ผู้ประกอบการรายใหญ่ในอุตสาหกรรมอื่นที่มีความพร้อมอาจพิจารณาประกอบการเป็นผู้บริหารตลาดกลางในลักษณะเดียวกัน ในขณะที่ผู้ประกอบการรายเล็กควรพิจารณาเข้าร่วมในตลาดกลางที่ให้เงื่อนไขในการประกอบการที่ดี

เอกสารอ้างอิงและที่มา

บริษัท บีส ไตเมนชั่น จำกัด (<http://www.foodmarketexchange.com>)

สัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัท บีส ไตเมนชั่น จำกัด

BIZ DIMENSION CO., LTD. 2543. เอกสารแนะนำบริษัท

บริษัท THAI SUGAR BROKER . 2543. เอกสารแนะนำบริษัท

กองเรือ “พริกแดง”ตามลำฟูกปลา “ตอทคอม”, Corporate Thailand ตุลาคม 2543, หน้า 51-55

“TUFตั้ง.ร่วมเปิดเว็บขายสินค้าอาหาร เผยปีหน้ามีมูลค่าซื้อขายแตะหมื่นล้าน” หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน, 15 กันยายน 2543, หน้า 20-21