

# Priceza.com ติดสปีดตั้งเป้ายอดขายกว่า 1,200 ล้าน/ปี ชูธงรุกสู่อาเซียน



เว็บไซต์ Priceza.com เว็บไซต์เปรียบเทียบราคาชั้นนำของไทย ประกาศพร้อมก้าวขึ้นสู่อันดับ 1 ภายใน 3 ปี ด้วยยอดขาย 1,200 ล้านบาทต่อปี เตรียมระดมเงินทุนเพื่อรับตลาดอาเซียนนำร่องประเทศแรกที่ยินโดนีเซีย และกำลังมุ่งเป้าไปที่ประเทศมาเลเซีย, สิงคโปร์, เวียดนาม และฟิลิปปินส์ เผยตัวเลขวิจัยพบ 3ปัจจัยหลักที่ผลักดันให้คนไทยช้อปออนไลน์ คือ ช่วยให้เปรียบเทียบราคาสินค้าง่ายและประหยัดเงิน, ค้นหาและเปรียบเทียบสินค้าได้ง่าย และช้อปตอนไหนที่ไหนก็ได้ พร้อมส่งกิจกรรมการตลาดช่วยกระตุ้นกำลังซื้อด้วย Priceza Grand Sale บนเว็บไซต์ Priceza.com งานที่รวมพลร้านค้าออนไลน์ครั้งใหญ่ที่สุด!! ลดกระจาย พร้อมลุ้นรางวัลมากมาย ตั้งแต่วันที่ 1-9 กันยายน 2557 บน [www.Priceza.com](http://www.Priceza.com)



นายธนวัฒน์ มาลาบุปผา ซีอีโอ และผู้ร่วมก่อตั้ง เว็บไซต์ไพรซ์ซ่าดอทคอม บริษัท ไพรซ์ซ่า จำกัด กล่าวถึงความเป็นมาของบริษัท และเป้าหมายในการเติบโตภายใน 3 ปีข้างหน้าว่า “เว็บไซต์ [www.Priceza.com](http://www.Priceza.com) เป็นเว็บไซต์เปรียบเทียบราคารายแรกของไทย เราก่อตั้งเมื่อปี 2552 โดยคุณธนวัฒน์ ชักชวนเพื่อนที่เรียนจบมาด้วยกัน จากคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คือ คุณวิโรจน์ สุภาคย์และ คุณวัชระ นิเวตพันธุ์มา ร่วมสร้างธุรกิจด้วยกัน จนปัจจุบันเรากำลังก้าวสู่ปีที่ 5 โดยเราตั้งเป้าให้เว็บไซต์นี้เป็นเว็บไซต์เปรียบเทียบราคามีผู้ใช้บริการมากที่สุดในประเทศไทย ด้วยประสบการณ์จากการทำเว็บไซต์ที่ผ่านมา ทำให้เรารู้ว่าเว็บไซต์ที่ดี คือ เว็บไซต์ที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดีที่สุด ไม่จำเป็นต้องมีฟีเจอร์มากมาย จุดนี้เองทำให้เราเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2556มีบริษัททุนญี่ปุ่นสนใจอยากเข้ามาร่วมสนับสนุนให้เราเติบโตอย่างรวดเร็วมากขึ้น คือ **CyberAgent Ventures (CAV)** เป็นบริษัทญี่ปุ่นขนาดใหญ่ที่ลงทุนในธุรกิจ Internet & Ecommerce ในหลายประเทศ โดยCAV เข้ามาถือหุ้นในสัดส่วนที่น้อยกว่าที่คนไทยที่ร่วมก่อตั้งกันมา มูลค่าการลงทุนครั้งนี้ประมาณ 20 ล้านบาท ถือเป็น Seed Funding ให้เราต่อยอดธุรกิจต่อไป และในปีเดียวกันนี้เรตัดสินใจเปิด [www.Priceza.co.id](http://www.Priceza.co.id) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของเราที่ประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากตลาดอินโดนีเซีย เป็นตลาดใหญ่กว่าไทยถึง 3 เท่า ซึ่งเรามองเห็นโอกาสทางธุรกิจเป็นอย่างมาก เรามีแผนที่จะเปิดตลาดต่อในภูมิภาคอาเซียนภายใน 3 ปีนี้ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย, สิงคโปร์, เวียดนาม และฟิลิปปินส์”

ปัจจุบันทางไพรซ์ซ่าดอทคอมมีปริมาณผู้ที่เข้าเว็บไซต์เดือนละมากกว่า 4 ล้านครั้ง โดยทั้งปีนี้คาดว่าจะมีปริมาณผู้

เข้าเว็บไซต์มากกว่า 40 ล้านครั้ง โดยตั้งเป้าหมายภายใน 3 ปีข้างหน้าต้องมีการเติบโตของผู้เข้าใช้บริการปีละ 50% โดยยอดขายรวม (Gross Merchandise Value; GMV) ของร้านค้าใน Priceza มีมากกว่า 100 ล้านบาท ต่อเดือน และปีนี้ 2557 คาดว่าจะสามารถสร้างยอดขายรวมทั้งปีกว่า 1,200 ล้านบาท เนื่องจากไพรซ์ซ่ามีสินค้ามากกว่า 1,600,000 รายการ ในประเทศไทย และของอินโดนีเซีย มากกว่า 2 ล้านรายการ ซึ่งจำนวนร้านค้าที่รวมกัน 2 ประเทศมีมากกว่า 10,000 ราย โดยในประเทศไทยมี 5,000 ร้านค้า และในประเทศอินโดนีเซียอีก 5,000 ร้านค้า โดยแบ่งเป็นร้านค้าย่อย SME 95% อาทิ ThaiShope, PPDeliver, Miss B Shop, ProMobilEZ, LanlaBuy, MOXY, Venbi, PetLoft, Sanoga, Lafema เป็นต้น และร้านค้ารายใหญ่ และร้านค้าแบบตลาดกลาง (Market Place) อีก 5 % อาทิเช่น Central Online, The MALL(MglobeMall), 7-11(ShopAt7), iTrueMart, HomePro(DirecttoShop), TheOutlet24, Zalora, GoodChoiz(พันทิพย์), Rakuten TARAD.com และ WeloveShopping.com เป็นต้น สำหรับตลาดในประเทศอินโดนีเซีย มีผู้เข้าใช้บริการเดือนละมากกว่า 600,000 ราย/เดือน โดยคาดว่าทั้งปี 2557 จะมีผู้ใช้บริการกว่า 6 ล้านราย ถือว่าเป็นสัดส่วนที่ดีมาก เมื่อเทียบกับว่า Priceza เป็นบริษัทสัญชาติไทยที่สามารถไปบุกเจาะตลาดอินโดนีเซียที่มีคู่แข่งจำนวนมาก จนตอนนี้ Priceza Indonesia ถือว่าเป็น Top3 เว็บไซต์เปรียบเทียบราคาที่นี่ และเป็นเว็บไซต์ช้อปปิ้งที่คนไทยเข้ามามากที่สุดอันดับที่ 4 ของประเทศไทย จัดอันดับโดย Truehits ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย

จากความมุ่งมั่นในการพัฒนา www.Priceza.com เพื่อให้เป็นเว็บไซต์อันดับหนึ่งในด้านเว็บไซต์เปรียบเทียบราคาดังนั้นการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อรองรับการเติบโต จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ซึ่งไพรซ์ซ่าได้ใช้เทคโนโลยีหลัก 2 ส่วน คือ

- 1) ระบบเว็บไซต์ Priceza.com:** เว็บไซต์ Priceza.com พัฒนาบนพื้นฐานของเทคโนโลยี Java และออกแบบให้แสดงผลได้ดีบนอุปกรณ์หลากหลายประเภท ทั้ง Desktop, Tablet และ Mobile โดยใช้เทคโนโลยี Responsive Design
- 2) ระบบ PricezaBot:** เป็นระบบที่พัฒนาขึ้นเองโดยทีมงาน Priceza ทำหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลสินค้าและรายละเอียดของสินค้าจากเว็บไซต์ต่างๆ โดยระบบจะทำการอัปเดตรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงของสินค้าโดยอัตโนมัติทุกวัน, ส่งรายงานการทำงานอัตโนมัติ รวมทั้งยังรองรับการขยายปริมาณร้านค้าเพิ่มขึ้นได้เรื่อยๆ (Scalability) เพื่อรองรับการขยายตลาดให้ครอบคลุมในหลากหลายประเทศในภูมิภาคนี้

**ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านการจับจ่ายสินค้าออนไลน์ นายธนวัฒน์ กล่าวว่า** “จากข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของไพรซ์ซ่าพบว่า ในปัจจุบันการซื้อสินค้าออนไลน์ เราพบว่าคนไทยเริ่มคุ้นเคยกับการช้อปปิ้งผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะจากสถิติของเราเองพบว่าในเดือนสิงหาคม 2557 เป็นครั้งแรกที่จำนวนคนเข้ามา Priceza จากโทรศัพท์มือถือมากกว่าจำนวนคนที่เข้ามาผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะหรือโน้ตบุ๊ก โดยอัตราส่วน

ตัวเลขเป็นดังนี้ ผ่าน Mobile 46% , Desktop 44% , Tablet 10% ซึ่งเมื่อเทียบกับปีที่แล้วช่วงเดียวกัน สัดส่วนของ Mobile Traffic ยังคงอยู่ที่ 30% ซึ่งเราสามารถคาดการณ์ได้ว่า Mobile Traffic จะยังคงโตต่อไปจนกินสัดส่วนมากกว่า 50% โดยพฤติกรรมของคนไทยในการช้อปปิ้งออนไลน์พบว่า 3 ปัจจัยผลักดันให้คนไทยช้อปปิ้งออนไลน์ คือ ช่วยให้เปรียบเทียบราคาง่ายและประหยัดเงิน, ค้นหาและเปรียบเทียบสินค้าได้ง่าย และช้อปปิ้งที่ไหนที่ไหนก็ได้

โดยสินค้าที่มีการหาซื้อกันทางออนไลน์มากที่สุด คือ สินค้าประเภท IT และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ มีสัดส่วนถึง 60 เปอร์เซ็นต์ ส่วนอีก 40 เปอร์เซ็นต์ คือ สินค้าประเภทแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เป็นต้น สำหรับด้านการชำระเงินซื้อสินค้าออนไลน์ที่เคยเป็นสิ่งที่กังวลว่าชำระไปแล้วจะได้สินค้าหรือไม่นั้น เราพบว่าร้านค้าออนไลน์เริ่มปรับตัว โดยเริ่มมีการให้ชำระเงินสดปลายทางตอนรับสินค้า (Cash on Delivery) คือ รับสินค้าแล้วจ่ายเงินสดกับคนที่มาส่งเลย อาทิ Lazada, Zalora, iTrueMart, Cdiscount เป็นต้น สำหรับเทรนด์ตอนนี้ ร้านค้าออนไลน์นอกจากจะแข่งขันในเรื่องของราคาสินค้า ร้านค้ายังพยายามแข่งขันที่ความน่าเชื่อถือและบริการต่างๆ เช่น จัดส่งฟรี รับประกันคืนเงินภายใน 30วัน หรือรับประกันสินค้าสามารถส่งคืนสินค้าได้ภายใน 1 ปี เป็นต้น”

ปัจจุบันwww.Priceza.com มีผู้เข้าชมเว็บไซต์มากกว่า 11 ล้านเพจวิวต่อเดือน โดยเป็นลูกค้าที่เข้ามาเป็นประจำประมาณ 52 เปอร์เซ็นต์ และเป็นลูกค้าใหม่ถึง 48 เปอร์เซ็นต์ สำหรับการเติบโตต่อไปของwww.Priceza.com นั้นทางทีมงานได้วางแผนงานด้านการตลาด โดยมุ่งเป้ารุกตลาดต่อเนื่อง ซึ่งต้องครอบคลุมทั้งการรุกไปยัง end-user และ กลุ่มลูกค้าที่เป็นร้านค้า ดังนั้น การทำการตลาดอย่างต่อเนื่องจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยล่าสุดได้เตรียมจัดงาน**Priceza Grand Sale** เพื่อกระตุ้นกำลังซื้อ และกระตุ้นธุรกิจ E-Commerce ของไทยด้วย