

การบริการคลังสินค้าออนไลน์คืออะไร

What is E-Fulfillment?

ทศพล บุญศิริ¹ ทรวงชนก รักษ์เจริญ² และอรอนงค์ ศรีไพโรจน์³

Thosaphon Bunsiri, Suangchanok Rakcharoen, and Onanong Sripairoj

Received: April 1, 2022

Revised: May 24, 2022

Accepted: May 25, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิชาการฉบับนี้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจผู้ให้บริการคลังสินค้าออนไลน์ หรือ E-Fulfillment ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยช่วยลดต้นทุนการบริหารและพื้นที่เก็บสินค้าคงคลัง ประหยัดเวลาในการจัดการคำสั่งซื้อ มีเวลาในการจัดการแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งด้านบุคลากร การปฏิบัติงาน และการขนส่งในภาพรวม และยังสามารถจัดการข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ทำให้เห็นภาพรวมของธุรกิจผ่านระบบหลังร้านตลอด 24 ชั่วโมง โดยกลยุทธ์การบริการคลังสินค้าออนไลน์แบ่งออกเป็น 4 กลยุทธ์ ได้แก่ การดำเนินงานคลังสินค้าออนไลน์จัดการภายในองค์กร การดำเนินงานคลังสินค้าออนไลน์ภายนอกองค์กร การขายสินค้าแบบไม่ต้องมีสินค้าเป็นของตัวเอง และการปฏิบัติตามคำสั่งซื้อแบบผสมผสาน ซึ่งแต่ละกลยุทธ์จะมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน ดังนั้นการทำธุรกิจออนไลน์สามารถพัฒนาธุรกิจโดยใช้วิธีการของการบริการคลังสินค้าออนไลน์ เพื่อช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน และมีเวลาในการทำแผนการตลาดมากขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการจัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อ ด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจการบริการคลังสินค้าออนไลน์ ได้นำมาใช้เพื่อรองรับการขยายตัวธุรกิจในอนาคต หวังว่าเนื้อหาในบทความนี้จะใช้เป็นข้อเสนอแนะให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อใช้ในการตัดสินใจในการเลือกลงทุนในธุรกิจบริการคลังสินค้าออนไลน์ หรือปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ธุรกิจบริการคลังสินค้าออนไลน์ในอนาคต

คำสำคัญ: การบริการคลังสินค้าออนไลน์ ธุรกิจออนไลน์ อีคอมเมิร์ซ

Abstract

This academic article presents E-Fulfillment, online warehouse services, which has become popular strategy for today online business. E-Fulfillment helps online business to

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000 เบอร์โทรศัพท์ 053-851478 ต่อ 7218 e-mail: thosaphon.bunsiri@gmail.com

² อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000 เบอร์โทรศัพท์ 053-851478 ต่อ 7864 e-mail: suangchanok@gmail.com

³ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50000 เบอร์โทรศัพท์ 053-851478 ต่อ 413 e-mail: s_onanong@hotmail.com

improve cost efficiency in several dimensions, including inventory warehousing and order processing time. It also allows business operations focusing on marketing strategies in order to increase sales and cost reductions in human resources, operations, and transportations. Furthermore, it is enable efficiency in business management through easy backend access that allows 24-7 monitoring of each operation stage. Regarding E-Fulfillment strategies, there are four primary strategies including In-House Fulfillment, Outsource Fulfillment, Dropship Fulfillment, and Hybrid Order Fulfillment. Each strategy has its own strengths and weaknesses. Therefore, e-commerce businesses can be developed by using online warehouse services or E-Fulfillment in order to reduce operating costs and facilitate marketing plans not to waste time on the delivery of orders. Thus, E-Fulfillment will be used for business expansion in the future. It is expected that this article might be a guideline to help the entrepreneurs in making decisions for an investment or considering factors influencing decision making in E-Fulfillment in the future.

Keywords: E-Fulfillment, Online Business, E-commerce

ความเป็นมา / บทนำ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564ข) ได้ให้คำอธิบายสถานการณ์ของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผู้เข้ามาทำธุรกรรม โดยคาดการณ์มูลค่าแบบ Business to customer ในปี 2564 โดยมีมูลค่า 2.03 ล้านล้านบาท (50.59%) และมูลค่าแบบ Business to business โดยมีมูลค่า 1.09 ล้านล้านบาท (27.24%) และ Business to government มีมูลค่า 0.89 ล้านล้านบาท (22.17%) จากสถานการณ์การระบาด Covid-19 จะส่งผลให้มีแนวโน้มเจริญเติบโตในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ ใน 5 ประเด็นได้แก่ 1) พฤติกรรมผู้บริโภคที่ชีวิตติดกับดิจิทัลมากขึ้น ทำให้ตลาดอีคอมเมิร์ซโตตามไปอย่างมีนัยสำคัญ 2) การเติบโตของแพลตฟอร์ม Ride-hailing โดยเฉพาะการส่งอาหารและสินค้าอุปโภคและบริโภค 3) การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซเพิ่มมากขึ้น 4) กลยุทธ์ส่งเสริมการขายสินค้าและบริหารของแพลตฟอร์ม E-marketplace ทั้งแคมเปญโปรโมชั่น ส่วนลด จัดส่งฟรี รวมทั้งการใช้ข้อมูลลูกค้าบนแพลตฟอร์มให้เป็นประโยชน์ 5) การขยายบริการใหม่ ๆ ของธุรกิจขนส่งสินค้า (Logistics) แบบครบวงจร รวมถึงการให้บริการเกี่ยวกับคลังสินค้าและการจัดส่ง (Fulfillment) ดัง Figure 1

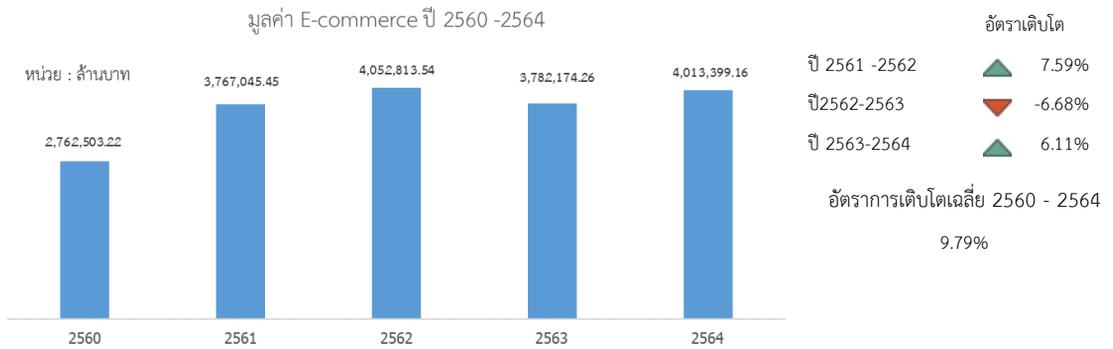


Figure 1 Modified from E-Commerce Value in 2017 - 2021
ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564ข).

ศูนย์วิจัยกสิกร (2563) ได้สรุปและวิเคราะห์ว่าธุรกิจ E-fulfillment จะเป็นการแข่งขันระหว่าง E-marketplace และบริษัทโลจิสติกส์รายใหญ่ ภายใน 10 ปีต่อจากนี้ โดย E-marketplace จะลงทุนในธุรกิจศูนย์กระจายสินค้าระดับเมืองมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันโดยผู้ประกอบการออนไลน์รายย่อยจะเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น 29% ในปี 2562 เป็น 44% ในปี 2572 ซึ่งคาดว่าสัดส่วนยอดขายค้าปลีกออนไลน์ Brand.com และ Social Commerce ที่ใช้บริการ E-Fulfillment ของบริษัทโลจิสติกส์รายใหญ่เพิ่มขึ้น 20% ในปี 2562 เป็น 60% ในปี 2572 ดัง Figure 2

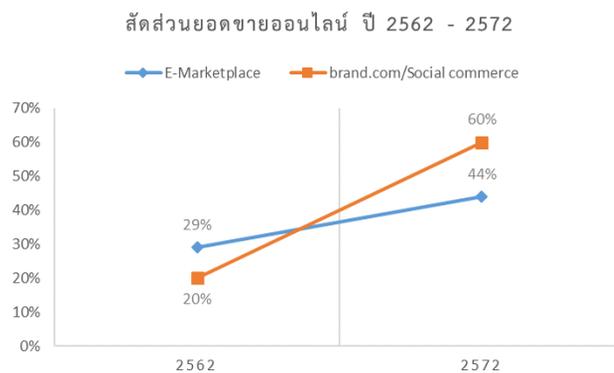


Figure 2 Modified from E-commerce market in Thailand (ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกร (2563).)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564ก) ได้วิเคราะห์สถานการณ์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า การระบาดของ Covid-19 นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและยังให้ความมั่นใจว่าความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ จะยังเติบโตต่อไปหลังการระบาดของ Covid-19 โดยได้อ้างอิงผลการสำรวจจาก Tofugear พบว่า มีอัตราการใช้จ่ายออนไลน์เพิ่มขึ้นในรอบ 12 เดือนข้างหน้า เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 45 ของผู้บริโภคทั่วเอเชีย ดังนั้น การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีการปรับตัวอย่างมากเพื่อรับมือกับการแพร่กระจายของ Covid-19 โดยมีการปรับตัวในหลาย ๆ ด้าน เช่น การปรับปรุงรูปแบบ

บรรจุกฎเกณฑ์ รูปแบบกลยุทธ์ตลาดออนไลน์ การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยัง Social media และมีการนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ การทำความร่วมมือกับ Fulfillment partners เพื่อเพิ่มตัวเลือกในการจัดส่งสินค้าออนไลน์ เพื่อให้บริการกลุ่มลูกค้าในยุคความปกติใหม่

สุนีย์ วรรณโกมล และอดิศักดิ์ วรพิวุฒิ (2559, น. 133) ได้สรุปผลการวิจัยไว้ว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการทำอีคอมเมิร์ซของผู้ประกอบการ 3 อันดับแรกได้แก่ การขาดความรู้ความสามารถในการทำหน้าร้านที่น่าสนใจ ภาระค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก และความไม่มั่นใจในตัวลูกค้าและคำสั่งซื้อ ซึ่งเป็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่มีเวลาในการศึกษาความรู้ การขาดความสนใจเรื่องการทำประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ จึงทำให้เป็นปัญหาและอุปสรรคสำหรับการดำเนินการธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และอาจเกิดปัญหาเรื่องพื้นที่การจัดเก็บสินค้า หากมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าจำนวนมาก ทำให้ต้องสั่งสินค้ามาเพื่อบรรจุกฎเกณฑ์ และหีบห่อ รวมไปถึงการจ้างพนักงานเพิ่ม และการนำสินค้าไปจัดส่งกับบริษัทขนส่งสินค้า ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นของต้นทุนผลิตภัณฑ์ และต้นทุนการบริหารจัดการธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

การบริการคลังสินค้าออนไลน์คืออะไร

E-fulfillment คือ บริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกเพื่อธุรกิจค้าขายออนไลน์หรือธุรกิจ E-commerce ในเรื่องของพื้นที่จัดเก็บสินค้า (คลังสินค้า) การแพ็คสินค้า และการจัดส่งสินค้า สำหรับผู้ขายที่ไม่สะดวกสต็อกสินค้า มีเวลาไม่มากพอสำหรับการแพ็ค คำสั่งซื้อ และจัดส่งสินค้าด้วยตนเองเมื่อมียอดขายที่มาก (“Fulfillment คือ”, ม.ป.ป.)

ในปี ค.ศ. 1990 บริษัท Amazon ได้เริ่มระบบสมัยใหม่โดยตัดสินใจช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยโดยพัฒนาระบบบริการคลังสินค้า และให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สำหรับการทำธุรกรรมและบริการลูกค้าโดยให้ชื่อระบบว่า FBA ย่อมาจาก Fulfillment by Amazon และในปี ค.ศ. 2006 เป็นปีแห่งการเริ่มต้นค้าปลีกออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการอย่างเต็มตัว โดยระบบ FBA เป็นแพลตฟอร์มที่ช่วยจับคู่ระหว่างผู้ประกอบการรายย่อยกับลูกค้าที่ต้องการสินค้าผ่านระบบของ Amazon ภายใต้แคมเปญ “Sellers Sell, Amazon Ships” (Labatt-Simon, 2022)

บริการ E-fulfillment จะเริ่มต้นเมื่อร้านค้าได้รับรายการสั่งซื้อจากลูกค้าเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนหลังจากนั้นบริการ E-fulfillment จะดำเนินการให้ทั้งหมดจนกว่าสินค้าจะถูกส่งให้ลูกค้าปลายทาง ผู้ให้บริการจะจัดตั้งระบบจัดการคำสั่งซื้อที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบ API ระหว่างร้านค้ากับคลังสินค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ตกหล่น และสามารถตรวจสอบได้ โดยให้ผู้ให้บริการทำการสั่งซื้อผ่านระบบคลังสินค้าออนไลน์ จากนั้นผู้ให้บริการจะทำการหยิบสินค้าจากคลังของผู้ให้บริการ และแพ็คสินค้าตามคำสั่งซื้อในระบบ และจัดส่งไปยังลูกค้าปลายทางตามช่องทางต่าง ๆ (“Fulfillment คือ”, ม.ป.ป.)

การดำเนินงานอีคอมเมิร์ซแบบการบริหารคลังสินค้าออนไลน์ คือ การให้บริการด้านอีคอมเมิร์ซใน 3 ด้านด้วยกัน คือ 1) การจัดเก็บสินค้า (Store) มีการจัดเก็บสินค้าอย่างเป็นระบบ มีบริการพื้นที่การเก็บสินค้าให้กับเจ้าของธุรกิจ โดยการเช่าพื้นที่ในคลังของผู้ให้บริการในการสต็อกสินค้าตามขนาดที่เหมาะสม เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกสบายโดยเจ้าของธุรกิจไม่ต้องสต็อกสินค้าด้วยตนเอง 2) การบรรจุ

สินค้าลงพัสดุ (Packing) บริการแพ็คสินค้า เมื่อผู้ใช้บริการเพิ่มคำสั่งซื้อลงในระบบ E-Fulfillment เรียบร้อยแล้ว ผู้ให้บริการจะดำเนินการตรวจสอบคำสั่งซื้อในระบบ และทำการหยิบสินค้าจากคลังตามรายการสั่งซื้อแพ็คลงบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อที่มีขนาดเหมาะสม เพื่อจัดส่งให้ลูกค้าปลายทางต่อไป และ

3) การจัดส่งสินค้า (Shipping) บริการจัดส่งขั้นตอนสุดท้ายหลังจากแพ็คสินค้า จะเป็นการจัดส่งไปตามที่อยู่ของลูกค้าโดยจะมีการคัดแยกตามช่องทางการจัดส่ง เช่น ระบบอีเอ็มเอสของไปรษณีย์ไทย บริษัท Kerry และบริษัท DHL โดยใช้ระบบการเก็บเงินปลายทาง (Cash On Delivery ; COD) เป็นต้น และมีการอัปเดตสถานะขนส่งแบบเรียลไทม์ลงในระบบคลังสินค้าออนไลน์ พร้อมทั้งอัปเดตเลขแตร็คกิ้งหรือเลขติดตามสินค้าไปยังผู้ใช้บริการ (“Fulfillment คือ”, ม.ป.ป.) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการบริหารคลังสินค้าออนไลน์ มีทั้งหมด 6 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 รับคำสั่งซื้อ (Receive) ที่เข้ามาจากผู้ผลิต (Manufacturer) ซัพพลายเออร์ (Supplier) หรือเจ้าของร้านค้าออนไลน์ เจ้าของตราสินค้า โดยการบริหารคลังสินค้าที่ซีกกลยุทธ์บริหารคลังสินค้าออนไลน์จัดการภายในองค์กร (In-house fulfillment) และการบริหารคลังสินค้าที่ซีกกลยุทธ์บริหารคลังสินค้าออนไลน์ภายนอกองค์กร (Outsource fulfillment) โดยจะต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

1.1 กรอกข้อมูลสินค้าใหม่เข้าในระบบบริหารสินค้าคลัง SKU (Stock keeping unit) ซึ่งเป็นหน่วยสินค้าที่เล็กที่สุดในระบบคลังสินค้า ที่ถูกจำแนกออกตามความแตกต่างใน 1 รหัสสินค้า ด้วย สี ขนาด น้ำหนัก ความกว้าง ความยาว รสชาติ ยี่ห้อ รุ่น เป็นต้น

1.2 การตรวจนับรายการเพื่อความถูกต้อง

1.3 การใช้ SKU แต่ละรายการในระบบการจัดการสินค้าคลังหรือคลังสินค้า โดยใช้รหัสแท่ง (Barcode) เพื่อเก็บข้อมูลให้อยู่ในระบบในรูปแบบของ SKU

1.4 บันทึกข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบ SKU ลงในระบบการจัดการคลังสินค้า

ขั้นตอนที่ 2 การจัดเก็บสินค้า (Inventory storage) การจัดเก็บสินค้าที่ดีจะทำให้เกิดความรวดเร็วและถูกต้องในการหยิบและคัดแยกสินค้า โดยอาจจะแยกตาม SKU ซึ่งจะทำให้สามารถหยิบสินค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องในการหีบห่อสินค้า

ขั้นตอนที่ 3 การหยิบสินค้า (Picking) เป็นขั้นตอนที่จะต้องเตรียมการหลังได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและต้องหยิบสินค้าจากคลังสินค้า ซึ่งจะต้องรู้ว่าสินค้านั้นวางอยู่ตำแหน่งใดบ้างในคลังสินค้า โดยเจ้าหน้าที่จะต้องหยิบและสแกนรหัสแท่ง (Barcode) เพื่อตรวจสอบว่าสินค้านั้นถูกต้องและตรงกับคำสั่งซื้อหรือไม่

ขั้นตอนที่ 4 การหีบห่อสินค้า (Packing) เกี่ยวข้องกับการหีบห่อผลิตภัณฑ์เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการจัดส่ง โดยการหีบห่อผลิตภัณฑ์ เพื่อป้องกันการกระแทกของสินค้า โดยวัสดุสำหรับการหีบห่อสินค้าจะประกอบไปด้วยกล่อง พลาสติกกันกระแทก ซองกันชื้นขุ่น ในขั้นตอนนี้ ผู้ปฏิบัติงานหรือเจ้าหน้าที่จะเพิ่มบันทึกการจัดส่งและแทรกรายละเอียดใดๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อนปิดผนึกบรรจุภัณฑ์ และเคลื่อนย้ายไปยังสถานีขนส่ง

ขั้นตอนที่ 5 การจัดส่งสินค้า (Shipping) เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติงานหรือเจ้าหน้าที่ที่ประจำอยู่ในสถานีการจัดส่งสินค้า ที่จะต้องชั่งน้ำหนักสินค้าและเลือกวิธีการที่เหมาะสมใน

การจัดส่งสินค้าในแต่ละคำสั่งซื้อ โดยทั่วไปจะมีวิธีการจัดส่งหลายช่องทางและหลากหลายวิธี แต่โดยส่วนมากลูกค้าจะเลือกวิธีการหรือช่องทางที่รวดเร็วที่สุดที่สามารถทำได้ ซึ่งการเลือกผู้ให้บริการขนส่งก็จะมีทางเลือกหรือรูปแบบในการให้บริการที่แตกต่างกัน โดยหลักๆ จะดำเนินการเปรียบเทียบอัตราที่ดีที่สุด และระดับการให้บริการ โดยคำนึงถึงการให้ข้อมูลการติดตามสินค้าออนไลน์ เพื่อลูกค้าสามารถทราบสถานการณ์จัดส่งสินค้าได้

ขั้นตอนที่ 6 กระบวนการคืนสินค้า (Return process) ถ้าหากบริษัทอีคอมเมิร์ซมีนโยบายการคืนสินค้า การบริการคลังสินค้าออนไลน์จะต้องดำเนินการกระบวนการนี้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างและรักษาประสบการณ์ของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ และเกิดความน่าเชื่อถือ และเพื่อให้มั่นใจในข้อมูลของปริมาณสินค้าที่แท้จริงในคลังสินค้า

ประโยชน์ของการทำอีคอมเมิร์ซแบบการบริการคลังสินค้าออนไลน์

ประโยชน์ของการทำอีคอมเมิร์ซแบบการบริการคลังสินค้าออนไลน์มีประโยชน์ด้วยกัน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเวลา การบริการคลังสินค้าออนไลน์ หรือ E-fulfillment จะช่วยให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซประหยัดเวลาในการดำเนินงานต่างๆ ซึ่งเป็นการบริการสินค้าคงคลังโดยปราศจากเงื่อนไขสินค้าขั้นต่ำที่สามารถจัดส่งได้ เพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถบริหารจัดการเวลาของธุรกิจและประหยัดเวลาในการดำเนินการจัดส่งสินค้า การเดินทาง การบรรจุภัณฑ์สินค้า เป็นต้น โดยระบบนี้จะช่วยให้ธุรกิจสามารถให้ความสนใจในการทำธุรกิจด้านต่างๆ ได้มากขึ้น อาทิ ด้านการตลาด ด้านการพัฒนาหรือจัดหาสินค้าใหม่ โดยธุรกิจบริการคลังสินค้าออนไลน์นี้จะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยปราศจากการลงทุนในด้านเงินทุนสำหรับการจัดจ้างบุคลากรใหม่ 2) ค่าใช้จ่าย การบริการคลังสินค้าออนไลน์ จะช่วยประหยัดเวลาในการดำเนินธุรกิจอีคอมเมิร์ซหากธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างมาก มีจำนวนคำสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก การใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านสถานที่ในการจัดเก็บสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซไม่ต้องเช่าสถานที่สำหรับเก็บสินค้ารอการจำหน่าย ไม่ต้องจ้างพนักงานเพิ่มในกรณีมีคำสั่งซื้อจำนวนมาก ทำให้ต้องจ้างพนักงานเพิ่ม เพื่อบรรจุสินค้าเตรียมการส่ง รวมถึงประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำส่งสินค้าและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปส่งสินค้าให้ลูกค้า โดยธุรกิจบริการคลังสินค้าออนไลน์คิดค่าใช้จ่ายโดยรวมค่าบริหารจัดการเก็บสินค้าและบริการจัดส่งสินค้าไว้ในอัตราเดียว 3) ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์จะช่วยให้การบริหารงาน ระบบการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถตรวจสอบสถานะปริมาณสินค้าออนไลน์ ตรวจสอบสถานการณ์จัดส่งออนไลน์ต่าง ๆ ผ่านระบบการจัดการ ซึ่งผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซสามารถดำเนินการจัดการจากที่ไหนก็ได้ 4) ความสะดวกสบายในการดำเนินการธุรกิจอีคอมเมิร์ซ สามารถบริหารจัดการได้จากทุกที่ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านแพลตฟอร์ม (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564ข)

การเปรียบเทียบการทำงาน

หากเปรียบเทียบการบริหารงานคลังสินค้าแล้วจะพบได้ว่า ระหว่างการดำเนินการเองกับการใช้บริการการบริหารคลังสินค้าออนไลน์จะเห็นต้นทุนค่อนข้างชัดเจนในหลายๆ ประเด็น ได้แก่ ด้านการจัดการหีบห่อ (Packing management) ที่จะสามารถควบคุมต้นทุนการจัดการหีบห่อได้อย่างชัดเจน ด้านบุคลากร (Staffing) หากใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ไม่จำเป็นต้องจ้างบุคลากรเพิ่มในการจัดการกับคำสั่งซื้อจำนวนมากที่มีต้นทุนสูงกว่าการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ด้านการจัดส่งสินค้า (Delivery) จะได้อัตราค่าจัดส่งที่ถูกลงเนื่องจากใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ การติดตามสถานะคำสั่งซื้อสินค้า (Tracking inform) จะทำได้ง่ายและสะดวกกว่าเนื่องจากบริการคลังสินค้าออนไลน์จะมีระบบที่ช่วยในการติดตามคำสั่งซื้อ ซึ่งสามารถติดตามและทราบสถานะออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการจ้างผู้ดูแลระบบและตอบคำถาม (Customer service management) หากใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ไม่จำเป็นจะต้องจ้างพนักงานดูแลระบบหลังร้านในการตอบคำถามเกี่ยวกับคำสั่งซื้อหรือการจัดส่งสินค้า รวมถึงปัญหาด้านต่างๆ และด้านการจัดการคลังสินค้า (Warehouse management) หากใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์จะเหมาะสมอย่างมากกับธุรกิจที่มีจำนวนสินค้ามากและหลากหลายชนิดเพราะจะต้องทำการจัดเก็บ บันทึกข้อมูลลงในระบบเพื่อคอยติดตามสินค้าที่จะต้องสั่งซื้อหากใกล้จะหมด แต่หากใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถทราบจำนวนสินค้าได้ตลอดเวลา รายละเอียดเปรียบเทียบดัง Table 1 โดยมีข้อเสนอแนะว่าหากธุรกิจมีขนาดใหญ่ มีจำนวนคำสั่งซื้อจำนวนมาก สินค้ามีหลากหลายชนิดและเก็บรักษาสินค้าเป็นจำนวนมาก การเลือกใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์มีความเหมาะสมและประหยัดต้นทุนการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก

Table 1 Comparison of Online Warehouse Operations (ที่มา: ชมรมนักขายปีกเหล็ก, 2564)

Topic	Traditional	Fulfillment
Packing management	Packaging cost is 15 -20 baht	Packaging cost is 15 baht
Staffing	Hiring additional cost 300 baht per person per day.	Charge depend on order quantity
Delivery	Delivery cost is 100 – 200 baht.	Actual Delivery cost.
Tracking inform	Collect tracking number and inform to customer.	Inform tracking via online system.
Customer service management	Hiring more administrators.	24 hours online system.
Warehouse management	Collecting customer order in standalone software or Microsoft excel	Real-time system

กุญแจสำคัญในการจัดการคลังสินค้าออนไลน์

Hu & Thomson (2011) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดการคลังสินค้าออนไลน์ไว้สำหรับผลิตภัณฑ์แบรนด์เนม คือ 1) แหล่งจัดส่งสินค้า หรือศูนย์กลางการจัดส่งสินค้า จะต้องตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้รวดเร็วที่สุด ใช้เวลาน้อยและมีต้นทุนในการจัดส่งสินค้าต่ำ 2) การจัดการสินค้าคงคลังและการรวบรวมความเสี่ยงในแหล่งเดียว ผู้ประกอบการจะต้องตัดสินใจเรื่องการจัดการสินค้าคงคลังและต้นทุนในการบริหารงานศูนย์กระจายสินค้า โดยที่จะต้องมีความรู้และใช้งานได้ดีคุ้มค่ากับเงินที่ลงทุน 3) การเติมเต็มการบริการ โดยการประเมินความสามารถและประสิทธิภาพของแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการจัดการกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ และ 4) การจัดส่งสินค้าจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างกันทางด้านพื้นที่ และความคาดหวังที่แตกต่างกันของผู้บริโภค

อีคอมเมิร์ซแบบการบริการคลังสินค้าออนไลน์

จากบทความ Tangirala (2014, p. 1) ได้นำเสนอไว้ว่า เมื่อธุรกิจขายปลีกมีอัตราการเจริญเติบโต และมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากช่องทางการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซด้วยการบริหารงานแบบคลังสินค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นผลให้ความคาดหวังของลูกค้าเพิ่มขึ้นในด้านต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน ได้แก่ 1) ผู้บริโภคมีความคาดหวังเรื่องความพึงพอใจและการดำเนินการที่รวดเร็ว ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับการทำธุรกิจแบบ Brick-and-Mortar⁴ ผ่านระบบบริการคลังสินค้าออนไลน์ หรือที่เรียกว่า E-commerce Fulfillment Centers (EFCs) ซึ่งจะต้องตั้งอยู่ห่างจากลูกค้าหรือผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ 2) ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้รับสินค้าที่ถูกต้อง ในสถานที่และเวลาที่เหมาะสมในทุก ๆ ครั้ง 3) ความต้องการสินค้าของผู้บริโภคจะมีความต้องการที่มากขึ้น โดยจะต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer behavior : 6W1H) ซึ่งประกอบไปด้วย What, When, Where, Why, Who, Whom, and How 4) ผู้บริโภครู้สึกสะดวกสบายในการซื้อสินค้าออนไลน์ต่างๆ มากขึ้น เช่น เครื่องสำอาง หรือเครื่องประดับ และ 5) ผู้บริโภคต้องการผลตอบแทนที่ไม่ยุ่งยากตามเงื่อนไข เช่น การส่งข้อมูลตอบกลับทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การตอบกลับสู่ร้านค้า หรือผู้จำหน่ายสินค้า ต้นทุนค่าใช้จ่าย และความสะดวกสบายในการคืนสินค้าเป็นตัวสร้างความแตกต่างว่าครั้งต่อไปจะตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางไหน

การดำเนินงานที่จำเป็นสำหรับการบริการคลังสินค้าออนไลน์ของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

การดำเนินงานที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจค้าปลีกที่จะดำเนินการเมื่อมีกำลังการผลิตที่มากขึ้น ทำให้ต้องใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ มีด้วยกัน 6 หลักการสำคัญ โดย Tangirala, (2014, pp. 2-5) ได้ให้คำอธิบายไว้ ดังนี้ 1) ความรวดเร็ว (Speed) การดำเนินการให้บริการคลังสินค้าออนไลน์จะต้อง

⁴ Brick-and-mortar คือ ธุรกิจที่มีสินค้าและบริการ กระบวนการดำเนินธุรกิจ และการจัดส่งสินค้า ในรูปแบบกายภาพ เช่น ร้านขายของชำ ที่มีสินค้าจับต้องได้ การซื้อขายเป็นกายภาพ ความหมายคือการค้าขายรูปแบบเดิม รวมถึงการส่งมอบสินค้า เป็นทางกายภาพทั้งสิ้น

ให้ความสำคัญเรื่องของความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า เนื่องจากลูกค้าที่มีคำสั่งซื้อเข้ามาในระบบอีคอมเมิร์ซ จะมีความคาดหวังความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและความคาดหวังว่าจะได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นจะต้องสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันในด้านความรวดเร็วในการให้บริการและการจัดส่งสินค้า 2) ความถูกต้อง (Accuracy) ในการจัดส่งสินค้าจะต้องตรวจสอบเงื่อนไขให้ตรงกับคำสั่งซื้อทุกครั้ง เพื่อความแม่นยำและถูกต้อง เพื่อให้สินค้าส่งถึงมือลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และป้องกันต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและกำไรที่ลดลงจากความผิดพลาด 3) การออกแบบเครือข่าย (Network design) การออกแบบระบบการจัดการสินค้าคงคลังให้มีความรวดเร็ว ความคล่องตัว ยืดหยุ่น และประหยัด จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า สามารถดำเนินการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันตอบสนองความต้องการลูกค้าได้รวดเร็ว รวมไปถึงต้นทุนการขนส่งที่ต่ำ 4) อัตโนมัติ (Automation) การบริหารงานคลังสินค้าออนไลน์ควรมีการปรับใช้ระบบอัตโนมัติที่หลากหลาย เช่นระบบอัตโนมัติในการจัดเก็บและค้นคืน เพื่อความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ 5) การจัดประเภทสินค้าหน่วยย่อย (Assortment/SKU proliferation) สำหรับลูกค้าเพื่อเพิ่มระดับความสะดวกสบายในการซื้อต่าง ๆ และ 6) กระบวนการจัดการสินค้าย้อนกลับ (Reverse logistic) ทำให้ง่ายและมีความสะดวกสบายในกระบวนการคืนสินค้า โดยจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าในการส่งสินค้าคืนให้กับทางร้านค้า การคิดค่าใช้จ่ายต่างๆ ซึ่งจะต้องคำนึงเป็นอย่างมาก ทางร้านค้าอีคอมเมิร์ซจะต้องให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

กลยุทธ์สำหรับการบริการงานคลังสินค้าออนไลน์

กลยุทธ์สำหรับการบริการคลังสินค้าออนไลน์ สามารถดำเนินการตามกลยุทธ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 กลยุทธ์ดังต่อไปนี้ (Order fulfillment for modern retailers, n.d.)

กลยุทธ์ที่ 1 การดำเนินงานบริการคลังสินค้าออนไลน์จัดการเองภายในองค์กร (In house fulfillment) คือ การที่ธุรกิจบริหารงานคลังสินค้า และการปฏิบัติการจัดส่งสินค้าด้วยตัวของธุรกิจเอง ซึ่งจะรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งสนับสนุนต่างๆ อุปกรณ์ และรวมถึงบุคลากรที่ธุรกิจจะต้องจัดเตรียมสำหรับการบริหารงาน โดยกลยุทธ์เหมาะสำหรับธุรกิจที่ต้องการจัดตั้งขึ้น หรือต้องการบริหารงานแบบครบวงจร

การดำเนินงานบริหารคลังสินค้าออนไลน์จัดการเองภายในองค์กร นั้นมีข้อดีข้อเสีย ดังต่อไปนี้

ข้อดี

- การดำเนินการเองและปฏิบัติตามคำสั่งซื้อจะทำให้ธุรกิจหรือองค์กรสามารถทราบรายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านธุรกิจอีคอมเมิร์ซได้เป็นอย่างดี
- ประหยัดต้นทุน สำหรับธุรกิจใหม่ นี่เป็นวิธีการจัดการคำสั่งซื้อที่มีต้นทุนต่ำมาก
- การควบคุมที่สมบูรณ์ ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถดูแลในทุกๆ ด้านแทนได้เป็นอย่างดี

ข้อเสีย

- หากดำเนินการเองและมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วจะทำให้ต้องขยายคลังสินค้า และต้องใช้งบลงทุนเพิ่มขึ้น

- ใช้เวลามากในการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้มีเวลาในการทำการตลาดและบริหารจัดการน้อยลงไป เพราะต้องไปสนใจกับการปฏิบัติและควบคุมดูแลของคลังสินค้าออนไลน์
- การลดขนาดขององค์กรหรือพื้นที่ปฏิบัติการทำได้ยาก ในกรณีที่มียอดขายลดลงและต้องการลดขนาดของธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ 2 การใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ภายนอกองค์กร (Outsource fulfillment) การเลือกใช้บริการ Fulfillment ของบริษัทภายนอกองค์กร หรือบริษัทบุคคลที่สาม (Third-party logistics หรือ 3PL) ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการให้บริการด้านการจัดการสต็อกสินค้า การจัดการคำสั่งซื้อ และการจัดส่งนี้เป็นอีกทางเลือกที่ดีสำหรับบริษัทที่ต้องการลดขั้นตอนและเวลาในการบริหารจัดการด้านนี้เอง

ข้อดี

- ช่วยให้สามารถโฟกัสกับงานด้านอื่นๆ ที่สำคัญกว่าได้ อีกทั้งยังมีส่วนช่วยลดต้นทุนในการจัดส่งได้ เนื่องจากบริษัทที่ให้บริการด้าน Fulfillment โดยเฉพาะนั้นให้บริการกับลูกค้าเป็นจำนวนมากจึงมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำ
- ในการจัดส่งสินค้ามีต้นทุนต่ำ เนื่องจากมีศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งทำให้มีปริมาณสินค้าในการจัดส่งมีจำนวนมาก ส่งผลให้ค่าบริการเฉลี่ยต่ำกว่าการที่แต่ละบริษัทบริหารจัดการเอง
- Fulfillment สามารถจัดส่งได้รวดเร็ว การใช้บริการ Fulfillment ของบริษัทภายนอกยังช่วยให้มีการจัดส่งที่รวดเร็วและมีราคาการจัดส่งที่ต่ำ
- เพิ่มความยืดหยุ่นให้กับโครงสร้างต้นทุนของบริษัทในช่วงที่การสั่งสินค้าชะลอตัวได้โดยไม่ต้องแบกรับภาระต้นทุนทรัพยากรบุคคล พาหนะและต้นทุนด้านการจัดส่งอื่น ทำให้สามารถมีการบริหารธุรกิจในรูปแบบที่ Lean⁵ และโฟกัสในด้านที่บริษัทถนัดมากกว่าได้อีกด้วย

ข้อเสีย

- บริษัทควรพิจารณาก่อนใช้บริการ Fulfillment ของผู้ให้บริการภายนอกองค์กรก็คือ การซึ่งน้ำหนักระหว่างคุณภาพการให้บริการของบริษัทภายนอก เทียบกับคุณภาพการให้บริการที่บริษัททำเอง หากปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าอยู่ที่ความชื่นชอบในคุณภาพบริการและพนักงาน การดูแลเอาใจใส่สินค้าเป็นอย่างดีระหว่างการจัดส่ง ความสุภาพของพนักงานจัดส่ง คุณภาพการให้บริการติดตั้งหรือบริการอื่น ๆ หลังการจัดส่ง บริษัทอาจให้น้ำหนักกับคุณภาพการให้บริการเป็นสำคัญและเลือกที่จะอบรมพนักงานของตนเองเนื่องจากสามารถควบคุมคุณภาพได้เองทุกขั้นตอน โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับคุณภาพและการให้บริการของบริษัทภายนอกและต้นทุนที่บริษัทภายนอกนำเสนอ

⁵ Lean คือ การจัดการบริหารธุรกิจให้มีประสิทธิภาพโดยลดกระบวนการทำงานที่ไม่สร้างมูลค่า และพร้อมที่จะปรับตัวเพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญ 3 อย่างคือ การกำหนดคุณค่าจากมุมมองของลูกค้าเป็นหลัก การกำจัดสิ่งที่ไม่จำเป็นออกจากกระบวนการธุรกิจ และพัฒนากระบวนการเพื่อบรรลุเป้าหมายและบุคคลอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 3 การขายสินค้าแบบที่ไม่ต้องมีสินค้าเป็นของตัวเอง (Dropship fulfillment) เป็นการดำเนินธุรกิจที่จัดการทุกขั้นตอนของกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ จัดส่งคำสั่งซื้อไปยังลูกค้าโดยตรง และเรียกเก็บเงินจากบริษัท วิธีนี้เป็นทางเลือกที่ดีสำหรับธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่เริ่มต้น หรือธุรกิจออนไลน์ใด ๆ ที่ไม่ต้องการซื้อสินค้าสำหรับขายส่งล่วงหน้า

ข้อดี

- ไม่มีค่าใช้จ่ายต้นทุนสินค้าคงคลัง เนื่องจากการทำ Dropship fulfillment ทางธุรกิจจะจ่ายเฉพาะค่าสินค้าที่ลูกค้าซื้อ ดังนั้น จึงไม่มีคำสั่งซื้อขายส่งจำนวนมาก และไม่มีค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสำหรับสินค้าที่ยังไม่ได้ขาย
- ไม่มีค่าธรรมเนียมในการจัดเก็บคลังสินค้า หรือการจัดเก็บสินค้าคงเหลือที่รอการขาย โดยกลยุทธ์ Dropship fulfillment สินค้าจะยังอยู่กับผู้ผลิต โดยที่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการจัดเก็บสินค้า
- ประหยัดเวลาในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งกลยุทธ์จะเหมือนกับให้ผู้ผลิตจัดการกับคำสั่งซื้อจากลูกค้าของธุรกิจ และจัดส่งให้ลูกค้าโดยตรง ทำให้ธุรกิจมีเวลาในการให้ความสนใจและมุ่งการบริหารงานด้านอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ด้านการตลาด การบริหารงานจัดการธุรกิจ เป็นต้น

ข้อเสีย

- สูญเสียการควบคุม การใช้วิธี Dropship fulfillment จะทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซขาดการควบคุมกระบวนการควบคุมคุณภาพของสินค้าและการบรรจุภัณฑ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมของคำสั่งซื้อก่อนที่จะถึงมือลูกค้า
- กำไรที่น้อยลง การใช้กลยุทธ์ Dropship fulfillment จะทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซได้กำไรน้อยกว่าการที่ธุรกิจลงทุนซื้อสินค้าจำนวนมากเนื่องจากจะทำให้ได้ราคาสินค้าที่ถูกลง

กลยุทธ์ที่ 4 การปฏิบัติตามคำสั่งซื้อแบบผสมผสาน (Hybrid order fulfillment) รูปแบบการผสมผสานแนวความคิดการจัดการคำสั่งซื้อในกลยุทธ์ข้างต้นบางส่วนหรือทั้งหมด เป็นวิธีการที่นิยมสำหรับธุรกิจกำลังเจริญเติบโต เนื่องจากกลยุทธ์นี้มีความยืดหยุ่นสูง ตัวอย่างเช่น ธุรกิจสามารถจัดการสินค้าภายในองค์กร (In-House fulfillment) สำหรับสินค้าแบบกำหนดรูปแบบการจัดการด้วยตนเอง ซึ่งสามารถใช้การเติมสินค้าจากภายนอก (Outsource fulfillment) สำหรับสินค้าที่ไม่ได้กำหนดเองซึ่งเป็นผู้ขายประจำ หรือช่วยจัดการยอดขาย

ข้อดี

- ความยืดหยุ่น การผสมผสานกลยุทธ์ในการบริหารคลังสินค้าออนไลน์จะทำให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่นในการบริหารงานในการเพิ่มหรือลดสินค้า
- การเลือกใช้กลยุทธ์ การผสมผสานกลยุทธ์จะทำให้ส่งผลกับประสิทธิภาพด้านการจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่าย ซึ่งธุรกิจสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในเวลานั้น จึงส่งผลในการลดค่าใช้จ่ายและต้นทุน

ข้อเสีย

- การเคลื่อนย้ายสินค้าคงคลังบริหารจัดการได้ยาก เพราะมีการใช้หลายกลยุทธ์ทำให้ธุรกิจจะต้องบริหารจัดการสินค้าในหลายๆ ที่
- การจัดการคำสั่งซื้อ จะมีความยุ่งยากในการบริหารจัดการ ซึ่งอาจจะใช้เวลานานเช่นกัน

จากการนำเสนอกลยุทธ์ข้างต้น ผู้เขียนเห็นว่า สำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทยสามารถนำทั้ง 4 กลยุทธ์ไปเลือกประยุกต์ใช้กับธุรกิจ โดยจะต้องเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของแต่ละแบบเพื่อหา รูปแบบของธุรกิจให้เหมาะสม ซึ่งการขายสินค้าแบบที่ไม่ต้องมีสินค้าเป็นของตัวเอง (Dropship fulfillment) เป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเริ่มต้นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีต้นทุนต่ำ แต่ยังขาดผู้ประกอบการ (Supplier) ที่ให้บริการในประเทศไทย ซึ่งจะเหมาะสมกับการนำสินค้าต่างประเทศเข้ามาจัดจำหน่ายในประเทศไทย

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ธุรกิจบริการคลังสินค้าออนไลน์ มีแนวโน้มเติบโตในอนาคตอันใกล้นี้ ซึ่งการทำธุรกิจบริการคลังสินค้าออนไลน์จะช่วยให้เจ้าของธุรกิจอีคอมเมิร์ซมีเวลาในการบริหารงานธุรกิจ วางแผนการตลาด สำหรับการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่างๆ อีกทั้งยังมีเวลาในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ และยังสามารถบริหารจัดการ ติดตามการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า อีกทั้งยังทราบจำนวนสินค้าประเภทต่าง ๆ ผ่านระบบบริหารงานสินค้าคงคลัง และธุรกิจให้บริการคลังสินค้าออนไลน์ยังช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดต้นทุนการบริหาร ลดการจ้างงานบุคลากร และช่วยให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซบริหารจัดการพื้นที่สำหรับคลังสินค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ธิญาดา ใจใหม่คร้าม (2559, น. 78) ที่เห็นว่าควรนำระบบสารสนเทศเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงานจะทำให้การจัดการคลังสินค้ามีประสิทธิภาพขึ้น โดยการปรับปรุงกระบวนการรับและกระบวนการเบิกสินค้าให้ดีขึ้น ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานการบันทึกข้อมูลในระบบบัญชีควบคุม (Stock card) เพิ่มความถูกต้องของข้อมูล รวมไปถึงการออกแบบคลังสินค้า และการจัดเก็บสินค้า โดยจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพของการจัดการคลังสินค้า และบริหารทรัพยากรของคลังสินค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้เป็นอย่างดี โดยผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ได้หลากหลายกลยุทธ์ ไม่ว่าจะเป็น การดำเนินงานคลังสินค้าออนไลน์จัดการเองภายในองค์กร (In-House fulfillment) การดำเนินงานคลังสินค้าออนไลน์ภายนอกองค์กร (Outsource fulfillment) การขายสินค้าแบบไม่ต้องมีสินค้าเป็นของตัวเอง (Dropship fulfillment) และการปฏิบัติตามคำสั่งซื้อแบบผสมผสาน (Hybrid order fulfillment) หากผู้ประกอบการมีขนาดธุรกิจขนาดใหญ่ มีจำนวนคำสั่งซื้อจำนวนมาก มีสินค้าหลากหลายชนิดและจำนวนมาก มีช่องทางในการจัดจำหน่ายหลากหลายช่องทาง และต้องการประหยัดต้นทุนการดำเนินงานของธุรกิจ การเลือกใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ หรือ Fulfillment เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ผู้ประกอบการมีเวลาในการบริหารงานธุรกิจ และวางแผนในการตลาด และจัดทำกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเลือกใช้บริการธุรกิจที่ให้บริการคลังสินค้าออนไลน์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ โดยผู้ประกอบการจะต้อง

ทำการศึกษาระบบดังกล่าวและเข้าใจถึงกระบวนการเป็นอย่างดี ว่ามีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการของธุรกิจหรือไม่ ซึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับบางธุรกิจที่สินค้าและบริการมีอายุการใช้งานที่สั้นหรือมีเงื่อนไขการดูแลมาก และอาจจะพบข้อผิดพลาดในการดูแล เพราะมีจำนวนสินค้าจำนวนมากในการจัดการ อาจจะทำให้สูญเสียความน่าเชื่อถือได้ ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาและอ่านเงื่อนไขการให้บริการเป็นอย่างดีในนโยบายด้านต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ชมรมนักขายปึกเหล็ก. (2564). *บริการ #Fulfillment คืออะไร ตอบโจทย์ร้านค้าออนไลน์ได้จริงหรือไม่ #คลังสินค้าออนไลน์*. [วิดีโอ ไฟล์]. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2565. <https://www.youtube.com/watch?v=3XQCxIXPqd8>
- ธัญาดา ใจใหม่คราม. (2559). *การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษาคลังสินค้า 2 ราชภัฏบูรณะ กรุงเทพมหานคร องค์การคลังสินค้า*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศุภวิทย์จักรกลกรไทย. (2563). *โลจิสติกส์...e fulfillment รูปแบบใหม่ พลิกโฉมธุรกิจคลังสินค้าไทย*, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2565. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-EFulfill-17-01-20.aspx>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564ก). *E-commerce ไทย ยุคหลัง covid-19*. ETDA. สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2565, <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Perspective-on-Future-of-e-Commerce.aspx>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564ข). *ETDA เผยมูลค่าอีคอมเมิร์ซไทย ปี 63 อยู่ที่ 3.78 ล้านล้านบาท คาดปี 64 พุ่งไปที่ 4.01 ล้านล้านบาท*, สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2565. <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-Reveals-the-Value-of-e-Commerce-in-2021.aspx>
- สุนีย์ วรรณโณม และอดิศักดิ์ วรพิวุฒิ. (2559). ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 26(1), 133-140.
- Fulfillment คือ*. (ม.ป.ป.) สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2565. <https://mycloud.fulfillment.com/fulfillment/>
- Hu, H., & Thomson, B. (2011). *E-commerce fulfillment models for luxury brand in Asia*, Retrieved February 11, 2022, from https://ctl.mit.edu/sites/ctl.mit.edu/files/library/public/2011_Hu_Thomson_Thesis_ES.pdf
- Labatt-Simon, C. (2022). *Leveraging Amazon FBA for your online sales success*, Retrieved March 25, 2022, from <https://www.bigcommerce.com/blog/amazon-fba/#the-evolution-of-fba>

Order fulfillment for modern retailers: Process, strategy & services. (n.d.). Retrieved March 14, 2022, from <https://masonhub.co/order-fulfillment-process/>

Tangirala, P. (2014). *Improving speed to market in e-commerce*. Teaneck, NJ: Cognizant. <https://www.cognizant.com/us/en/archives/whitepapers/documents/improving-speed-to-market-in-e-commerce-codex1040.pdf>