Note by EIC

SCB Economic Intelligence Center

4 เมษายน 2018

Reverse logistics โอกาสใหม่ธุรกิจขนส่งไทยในกระแส e-Commerce

Highlight

- Reverse logistics หรือการขนส่งสินค้าคืนสู่ผู้ขายมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากนโยบายการคืนสินค้าฟรีของธุรกิจ e-Commerce ทั้งนี้ ประเมินว่าอัตราการคืนสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ราว 30% ของจำนวนการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ทั้งหมด โดยคาดว่าในปี 2018 ตลาด reverse logistics มีมูลค่าราว 1.1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเฉพาะทวีปยุโรปมีสัดส่วนมูลค่าการคืนสินค้าคิดเป็น 45% ของโลก โดยมีสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นสินค้าที่ถูกคืนมากที่สุด จากการให้สิทธิผู้บริโภคในการคืนสินค้าได้อย่างเปิดกว้าง
- อีไอซีคาดการณ์ว่าบริการ reverse logistics ของไทยในปัจจุบันมีมูลค่าราว 3 พันล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องโดยมีปัจจัยจากการเติบโตของธุรกิจ e-Commerce โดยเฉพาะกลุ่ม B2C และนโยบายการคืนสินค้าฟรี ซึ่งทำให้การส่งคืนสินค้ามากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะเป็นโอกาสของผู้ให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์ที่จะก้าวเข้าสู่ธุรกิจนี้ นอกจากการให้บริการขนส่งสินค้ากลับจากผู้ซื้อแล้ว การให้บริการคลังสินค้าเพื่อรองรับ reverse logistics สำหรับสินค้าที่ส่งไม่สำเร็จและสินค้าที่ถูกส่งคืนเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึง

Reverse logistics หรือการขนส่งสินค้าคืนสู่ผู้ขาย มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากนโยบายการคืนสินค้าฟรีของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ โดย reverse logistics ส่วนใหญ่เกิดขึ้นในธุรกิจ e-Commerce ซึ่งผู้ซื้อมีความต้องการที่จะคืนสินค้าจากสาเหตุหลายประการ เช่น สินค้าเสียหาย สินค้ามีตำหนิ สินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณาไว้ ได้รับสินค้าผิด เป็นต้น ซึ่งประเมินว่าอัตราการคืนสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ราว 30% ของจำนวนการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ทั้งหมด ทั้งนี้ ประเมินว่ามูลค่าตลาด e-Commerce โลกจะมีการเติบโตขึ้น 23%YOY ในปี 2018 ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 12% ต่อตลาดค้าปลีกโลก และจะส่งผลให้ reverse logistics เติบโตตามไปด้วย นอกจากนี้ ในด้านการซื้อสินค้า PwC พบว่า การให้บริการคืนสินค้าฟรี (free return shipping) มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุน reverse logistics อีกด้วย

ในปี 2018 คาดว่าตลาด reverse logistics ของโลกมีมูลค่าประมาณ 1.1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องกว่า 22%CAGR ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในทวีปยุโรป สินค้าส่วนใหญ่ที่มีการคืนเป็นสินค้าประเภทแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย (30%) สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (15%) โดยในทวีปยุโรปมีสัดส่วนมูลค่าของการคืนสินค้าราว 45% ของโลก เนื่องจากมีการให้สิทธิผู้บริโภคเกี่ยวกับการคืนสินค้า ทำให้ผู้บริโภคสามารถคืนสินค้าที่สั่งซื้อออนไลน์ โทรศัพท์ และ email ได้ภายใน 14 วัน ในทุกกรณี ดังนั้น หากมีการกำหนดนโยบายคืนสินค้าดังกล่าวทั่วโลก จะทำให้ตลาด reverse logistics เข้ามามีบทบาทสำคัญใน ecosystem ของธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์มากขึ้นเรื่อยๆ ในการรองรับการคืนสินค้า

Disclaimer: The information contained in this report has *been* obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

จากการซื้อออนไลน์

ส่วนในประเทศไทย การให้บริการ reverse logistics มีปัจจัยขับเคลื่อนจากการเติบโตของธุรกิจ e-Commerce โดยเฉพาะ B2C และนโยบายการคืนสินค้าฟรี ในปี 2018 คาดว่ามูลค่าตลาด e-Commerce ของไทยจะเติบโตขึ้นถึง 18%YOY เป็น 7 หมื่นล้านบาท โดยมีแรงผลักดันจากการซื้อขายสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสินค้าที่คนไทยนิยมซื้อทางออนไลน์มากที่สุด แต่ก็เป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการส่งคืนสูงสุดเช่นกัน เนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้เลือกหรือทดลองสินค้าโดยตรง ทำให้เกิดความผิดพลาดจากการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์อยู่บ่อยครั้ง ถึงแม้ว่าประเทศไทยยังไม่มีการออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในการคืนสินค้าที่สั่งซื้อทางออนไลน์ แต่กลุ่มธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่ม B2C ต่างก็มีการกำหนดนโยบายการคืนสินค้าของตนเอง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและดึงดูดลูกค้า โดยขั้นตอนการคืนสินค้าจะต้องสะดวกรวดเร็วและไม่มีการเก็บค่าบริการกับลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการซื้อสินค้าและสร้างความมั่นใจให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ยกตัวอย่างเช่น ในกรณีของ Lazada มีการกำหนดระยะเวลาที่สามารถคืนสินค้าได้นานที่สุดถึง 14 วัน ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า โดยต้องกรอกข้อมูลเพื่อทำการคืนสินค้าออนไลน์ระบุสาเหตุการคืนสินค้า วิธีการคืนเงิน และสถานที่ในการคืนสินค้า ได้แก่ ไปรษณีย์ไทย ร้านสะดวกซื้อ โดยเมื่อกรอกแบบฟอร์มการคืนสำเร็จแล้ว นำแบบฟอร์มดังกล่าวมาติดไว้ที่หน้ากล่องและนำไปส่งคืนตามสถานที่ที่ได้ระบุไว้โดยในแบบฟอร์มมีการรวมค่าจัดส่งไว้แล้ว ลูกค้าจึงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม จากนั้นลูกค้าสามารถติดตามผลการตรวจสอบสินค้าได้ในระยะเวลาประมาณ 14 วัน เพื่อรอรับเงินคืน

การเติบโตของธุรกิจ e-Commerce และนโยบายการคืนสินค้าฟรีจะสนับสนุนธุรกิจ reverse logistics ในไทย ซึ่งในปัจจุบันมีมูลค่าตลาดอยู่ราว 3 พันล้านบาทให้เติบโตมากขึ้นไปด้วย ซึ่งจะส่งผลบวกต่อผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้าขาไปยังลูกค้าและขากลับสู่ผู้ขายอีกด้วย

นอกจากการส่งสินค้าคืนผู้ขายแล้ว การให้บริการคลังสินค้าเพื่อรองรับ reverse logistics จะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการเพิ่มมูลค่าให้กับการบริการได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการรองรับสินค้าที่ส่งไม่สำเร็จ (failed delivery) และเป็นสินค้าที่ยังไม่ถูกเปิดกล่องซึ่งมีสัดส่วนเฉลี่ยอยู่ที่ราว 5%-10% ของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ทั้งหมดที่เป็นสินค้าสภาพดีและสามารถนำกลับมาขายอีกครั้ง ซึ่งจำเป็นต้องใช้คลังสินค้าในการจัดเก็บ เพื่อเตรียมพร้อมในการซื้อขายครั้งใหม่โดยไม่ต้องส่งสินค้าคืนผู้ขายต้นทางทันที ทั้งนี้ การให้บริการคลังสินค้าเพื่อรองรับ reverse logistics จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 3 ช่องทาง ได้แก่ ค่าขนส่งสำหรับสินค้าที่ส่งไม่สำเร็จ ค่าขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าเมื่อมีการสั่งสินค้า (re-order) อีกครั้ง และค่าขนส่งสินค้าส่งคืนต้นทางในกรณีที่ไม่มีการสั่งสินค้าชิ้นนั้นอีก

อีไอซีมองว่าการมีจุดบริการรับฝากคืนสินค้า การให้บริการจัดการคลังสินค้า และการใช้เทคโนโลยี เป็น 3 ปัจจัยสำคัญหากผู้ประกอบการจะก้าวเข้าสู่ธุรกิจ reverse logistics ในอนาคตธุรกิจ reverse logistics มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้มากขึ้น อีกทั้งยังมีผู้ให้บริการไม่มากนัก จึงเป็นโอกาสให้กับผู้เล่นหน้าใหม่ในการให้บริการดังกล่าว โดยเฉพาะการให้บริการสำหรับกลุ่มธุรกิจ e-Commerce แบบ B2C ซึ่งอีไอซีมองว่า หากผู้ประกอบการจะก้าวเข้าสู่ธุรกิจ reverse logistics ควรต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การมีจุดรับบริการรับฝากคืนสินค้า (pick-up and drop-off point) ที่ครอบคลุมและสะดวก เช่น จุดรับบริการภายในสถานีรถไฟฟ้า ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า หรือปั๊มน้ำมัน 2) การให้บริการจัดการคลังสินค้าสำหรับสินค้าที่ถูกปฏิเสธ ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้จากการให้บริการคลังสินค้าและการขนส่งได้ทั้งการส่งกลับต้นทางและส่งสินค้าให้ลูกค้า และ 3) การใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการบริการ เช่น การใช้ระบบ API เชื่อมต่อกับฐานข้อมูล ในการจัดการคำสั่งซื้อเพื่อลดความผิดพลาด ลดระยะเวลาในการทำงาน ทั้งนี้ อีไอซีมองว่า บริการ reverse logistics เป็นธุรกิจที่น่าจับตามองอีกธุรกิจหนึ่งที่จะทำให้ผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญในการขนส่งและการบริหารคลังสินค้า มีส่วนแบ่งทางการตลาดในการขนส่งสินค้าเพิ่มมาก

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

ยิ่งขึ้น

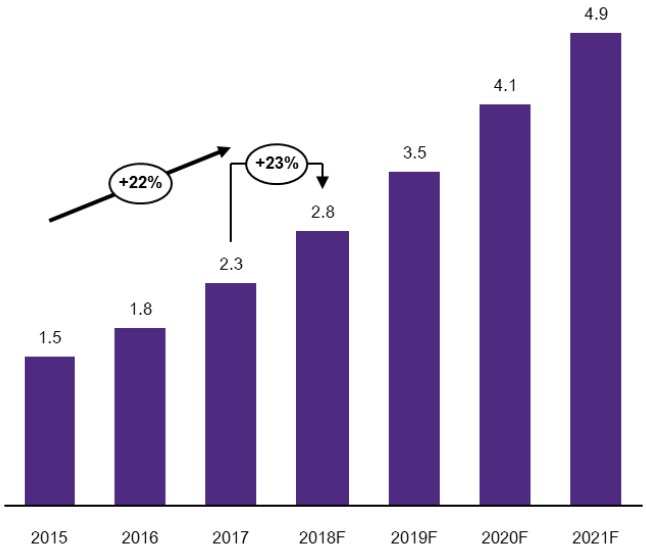
Implication

- **ผู้ประกอบการที่ต้องการก้าวเข้าสู่ธุรกิจ reverse logistics ควรคำนึงถึง 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การมีจุดบริการรับฝากคืนสินค้า การให้บริการจัดการคลังสินค้า และการใช้เทคโนโลยี** ด้วยความต้องการบริการ reverse logistics ที่เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของธุรกิจ e-Commerce ประกอบกับจำนวนผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ยังมีไม่มากนัก จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการในธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์จะขยายขอบเขตการบริการมากขึ้น นอกจากนี้ การรับสินค้ากลับคืนจากจุดรับฝากสินค้ายังสามารถช่วยเพิ่มสินค้าขากลับในการขนส่งเพื่อกลับไปยังต้นทางได้อีกด้วย

- **ผู้ค้าปลีกออนไลน์ควรวางแผนการบริการเพื่อรองรับสินค้า reverse logistics ที่จะเกิดขึ้นจากการมีนโยบายคืนสินค้าฟรี** ที่ส่งผลให้มีการคืนสินค้าเพิ่มขึ้นตามมา โดยเฉพาะหลังจากช่วงแคมเปญที่มีปริมาณการสั่งซื้อสินค้าสูงกว่าปกติ ผู้ค้าปลีกออนไลน์จึงควรวางแผนการขยายความสามารถในการรองรับสินค้าที่จะถูกส่งคืน รวมถึงการเลือกผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มีความเชี่ยวชาญด้าน reverse logistics มาช่วยบริหารจัดการสินค้าที่เหมาะสมเพื่อลดผลกระทบในการทำงานส่วนอื่นๆ

รูปที่ 1: มูลค่าตลาด e-Commerce โลก

หน่วย: ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

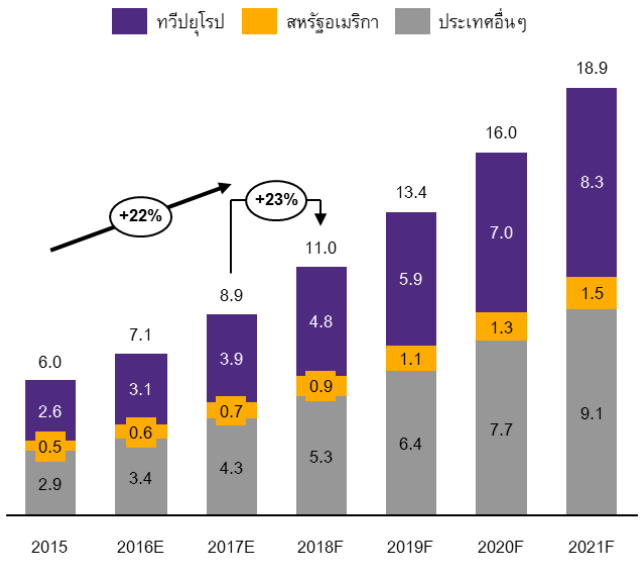


ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ eMarketer

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

รูปที่ 2: มูลค่าการคืนสินค้าโลกที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของ e-Commerce โลก

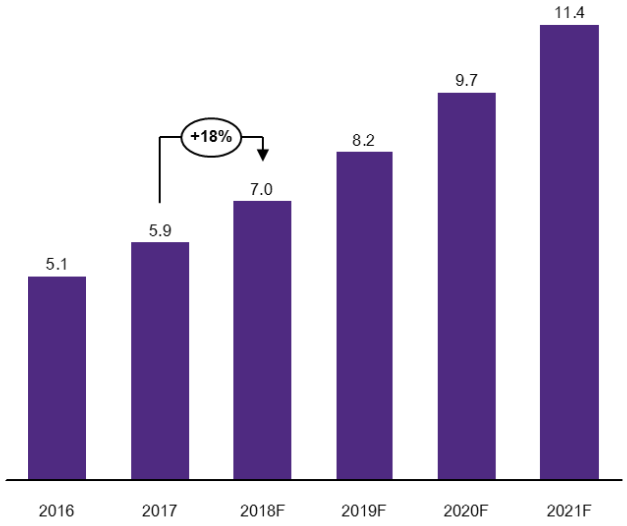
หน่วย: แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ IHL Group

รูปที่ 3 มูลค่าตลาด e-Commerce ไทย

หน่วย: หมื่นล้านบาท



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ eMarketer

โดย: นวพร โกมลสุรเดช (nawaporn.komolsuradej@scb.co.th)
Economic Intelligence Center (EIC)
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
EIC Online: www.scbeic.com

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.