



แนะนำเว็บไซต์ Amazon บทที่ 4

ในบทนี้จะมาแนะนำว่า Amazon Global Selling คืออะไร มีวิธีการเลือกเว็บไซต์เป้าหมายอย่างไร และลักษณะเด่นของเว็บไซต์เหล่านี้ที่เปิดให้กับผู้ขายชาวไทย รวมถึงสภาพการณ์การค้าปลีกและการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ และพฤติกรรมผู้บริโภค ฯลฯ จากข้อมูลนี้ ผู้ขายสามารถตัดสินใจได้ว่าควรเริ่มต้นธุรกิจอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนบนสาขาเว็บไซต์ใด

สารบัญ

4. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในยุโรป	3
4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสหราชอาณาจักร	4
4.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในฝรั่งเศส	8
4.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในเยอรมนี	12
4.4 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในอิตาลี	18
4.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสเปน	22
4.6 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในเนเธอร์แลนด์	24
4.7 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสวีเดน	26
4.8 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในโปแลนด์	28

สื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้มีเนื้อหาอยู่ทั้งหมด 9 บท หากคุณต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมในบทอื่น ๆ กรุณาดูที่หน้าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องประกอบ เพื่อค้นหาบทเรียนที่คุณต้องการเรียนรู้

4. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในยุโรป

ยุโรปเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจมากที่สุด โดยปัจจุบันทาง Amazon ได้เปิดเว็บไซต์ซึ่งครอบคลุมทั้ง 6 ประเทศในยุโรป พร้อมทั้ง FC อีก 28 แห่ง เมื่อลงทะเบียนบัญชีผู้ขายบนเว็บไซต์ในยุโรปแล้ว คุณสามารถใช้บัญชีผู้ขายเดียวกันจัดจำหน่ายสินค้าไปยัง 6ประเทศในภูมิภาคยุโรป ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวกมาก

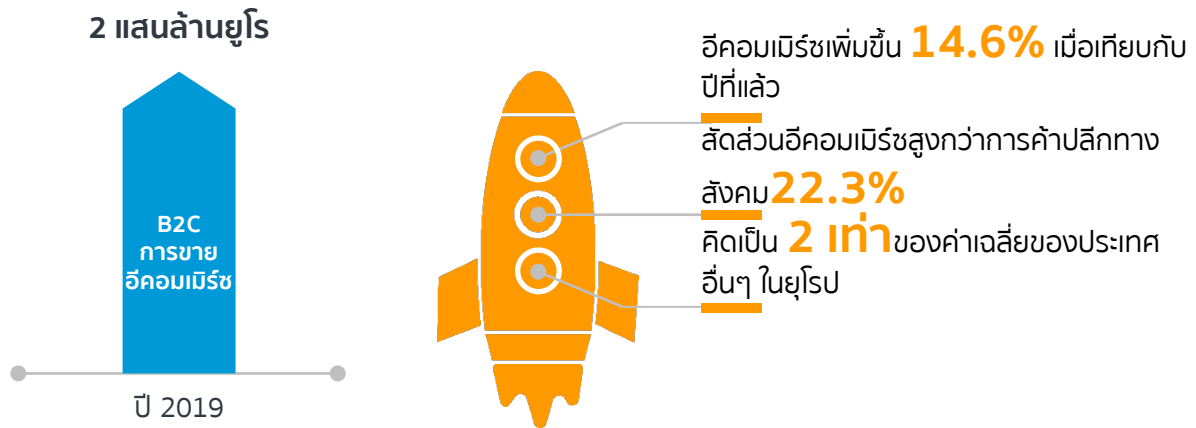
- 4.1 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสหราชอาณาจักร](#)
- 4.2 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในฝรั่งเศส](#)
- 4.3 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในเยอรมนี](#)
- 4.4 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในอิตาลี](#)
- 4.5 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสเปน](#)
- 4.6 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในเนเธอร์แลนด์](#)
- 4.7 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสวีเดน](#)
- 4.8 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในโปแลนด์](#)

4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสหราชอาณาจักร

การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในสหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรเป็นประเทศการค้าขนาดใหญ่และยังเป็นศูนย์กลางทางการเงินของโลก เป็นแกนหลักของเศรษฐกิจในภูมิภาคยุโรปตะวันตกซึ่งมีมูลค่า 5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โครงสร้างพื้นฐานด้านอีคอมเมิร์ซที่ได้รับการพัฒนามาเป็นอย่างดี เอื้อประโยชน์ให้ยอดขายอีคอมเมิร์ซของสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องมาจนถึงปลายปี 2019 โดยยอดขายอีคอมเมิร์ซ B2C ในสหราชอาณาจักรจะเกิน 2 แสนล้านยูโร ซึ่งเพิ่มขึ้น 14.6% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว และการเพิ่มขึ้นครั้งนี้ถือว่าเพิ่มขึ้นสูงสุดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา¹ ในปี 2019 มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซมีสัดส่วน 22.3% จากมูลค่าค้าปลีกทั้งหมดของประเทศอังกฤษ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในสหภาพยุโรปแล้ว ตัวเลขนี้ของประเทศอังกฤษคิดเป็น 2 เท่าของตัวเลขเฉลี่ยของประเทศอื่นๆ² ปัจจุบัน อัตราการเข้าถึงอีคอมเมิร์ซและสัดส่วนที่มูลค่าการค้าปลีกอีคอมเมิร์ซจากมูลค่าการค้าปลีกทั้งหมดถือว่าสูงที่สุดในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งแซงหน้าประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศใหญ่ด้านอีคอมเมิร์ซด้วย

อีคอมเมิร์ซ B2C ของสหราชอาณาจักรมีขนาดใหญ่ และกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว (สถิติปี 2019)



คาดการณ์ว่าถึงปี 2021 การค้าปลีกอีคอมเมิร์ซของสหราชอาณาจักรจะเกินหนึ่งในสี่ของยอดค้าปลีกทั้งหมดในครั้งแรก และเมื่อถึงปี 2023 อาจถึง 27.9% ได้³

Amazon เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของสหราชอาณาจักร ปี 2018 Amazon ยอดขายธุรกิจอีคอมเมิร์ซในสหราชอาณาจักร 28.8% และปี 2019 เพิ่มขึ้นเป็น 30.1%⁴

แหล่งที่มาข้อมูล(ภาษาจีนเท่านั้น)

1. Ecommerce Foundation *UK E-Commerce Report 2019*, Sohu.com

2/3. eMarketer, *May 2019*, Sohu.com

4. Edge by Ascential, *Edge insights Report*, Latovo.com

ผู้บริโภคของสหราชอาณาจักร

อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (95%) และอัตราการเข้าถึงอีคอมเมิร์ซ (87%) ของสหราชอาณาจักรอยู่อันดับต้นๆ ของทั่วโลก แม้จะมีประชากรเพียง 66 ล้านคน ซึ่งน้อยกว่าประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นอย่างมาก แต่ยอดการบริโภคกลับสูงมาก ซึ่งมากกว่าของประเทศสหรัฐอเมริกาหรือประเทศอื่นๆ ในสหภาพยุโรปหลายเท่า ปี 2015 มูลค่าการบริโภคออนไลน์เฉลี่ยต่อผู้ใช้อีคอมเมิร์ซของสหราชอาณาจักรอยู่ที่ 2,515 ยูโร เมื่อปี 2019 ได้เพิ่มสูงขึ้นมาเป็น 3,254 ยูโร ส่วนปี 2019 คาดว่าจะมากถึง 3,620 ยูโร ¹

จากข้อมูลเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซสหราชอาณาจักรพบว่า เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬาติดอันดับ 1 ซึ่งครองยอดขายทั้งหมดกว่า 70% ส่วนของใช้ในบ้านและของเล่นติดอันดับ 2 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวติดอันดับ 3 ²

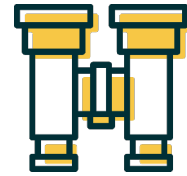
หมวดหมู่สินค้าอีคอมเมิร์ซของสหราชอาณาจักรที่มียอดขายดีในปี 2018



เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬา



ของใช้ในบ้านและของเล่น



ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว



ตัวอักษร



การวางแผนสำหรับการท่องเที่ยว(เช่ารถ เป็นต้น)



ภาพยนตร์และดนตรี

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. Ecommerce Foundation *UK E-Commerce Report 2019*, Ennews.com

2. Office for National Statistics, *2018 UK Internet Access Report*, 100ec.cn

ผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรมีลักษณะดังนี้:



ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในบ้านค่อนข้างสูง

จากสถิติสำนักงานสถิติแห่งชาติของสหราชอาณาจักรพบว่า ปริมาณการขายของใช้ในบ้านติดอันดับ 2 ในหมวดหมู่สินค้าอีคอมเมิร์ซทั้งหลาย เป็นเพราะว่าชาวอังกฤษตกเตียงบ้านบ่อยมาก ดังนั้นจึงมีความต้องการในการจัดซื้อของใช้ในบ้านมากด้วย



ความถี่ในการช้อปปิ้งออนไลน์สูง

ผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรซื้อของออนไลน์เฉลี่ยแล้ว 6 ครั้งต่อเดือน ความถี่ในการช้อปปิ้งออนไลน์สำหรับผู้หญิงกับผู้ชายค่อนข้างใกล้เคียงกัน ซึ่งมีผู้บริโภคชาย 27% และผู้บริโภคหญิง 25% ซื้อของออนไลน์อย่างน้อยอาทิตย์ละ 1 ครั้ง ถ้าดูจากอายุผู้บริโภค: ผู้บริโภคที่อายุ 25-34 ปีเป็นกำลังหลักในการช้อปปิ้งออนไลน์เฉลี่ยแล้วซื้อของออนไลน์เดือนละ 8 ครั้ง; ถ้าดูจากเขตภูมิภาค: คนลอนดอนใช้เวลาช้อปปิ้งออนไลน์มากที่สุดเฉลี่ยแล้วจะใช้เวลา 7 วัน “ติด” กับการช้อปปิ้งออนไลน์¹



กำลังซื้อสูงมาก

ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรบนเว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์ต่างประเทศสูงมาก ผู้บริโภคมั่นใจในการค้าปลีกออนไลน์มากอีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่เชี่ยวชาญเรื่องโซเชียลมีเดีย มักแสดงออกมาซึ่งความสนใจต่อสินค้าใหม่ๆ เป็นอย่างมาก และชอบลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เพิ่งออกมาด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้ขายควรออกแบบหน้าข้อมูลสินค้าให้น่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ถ้าเป็นรายการสินค้าที่มีขายเฉพาะร้านจะยิ่งดี ผู้ขายควรให้ความสำคัญกับการออกแบบหน้ารายละเอียดของสินค้า เพื่อดึงดูดผู้บริโภคเป้าหมายในประเทศที่ตลาดอีคอมเมิร์ซได้รับการพัฒนามาเป็นอย่างดี



ให้ความสำคัญกับประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์

ลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรทำให้พวกเขาอยากได้รับความคุ้มค่าจากผลิตภัณฑ์แล้ว ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพด้วย มีความต้องการสูงในทั้งด้านรูปลักษณ์ภายนอกและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการการจัดส่งสินค้าด้วย

ประมาณ 65% ของผู้บริโภคที่ซื้อของออนไลน์จากต่างประเทศแสดงความเห็นว่า ปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือบริการการจัดส่งสินค้าและบริการการเปลี่ยนคืนสินค้า สองในสามของผู้บริโภคคิดว่าการช้อปปิ้งออนไลน์สะดวกกว่าถ้าหากได้เห็นข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าและการเปลี่ยนคืนสินค้าก่อนการชำระเงิน ผู้บริโภค 70% แสดงความคิดเห็นว่า บริการการขนส่งสินค้าที่ดีจะช่วยให้พวกเขาซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ค้าปลีกนั้นอีกครั้ง²

แม้ว่าการช้อปปิ้งออนไลน์ในสหราชอาณาจักรโดยส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นที่ลอนดอนและภาคตะวันออกเฉียงใต้ของสหราชอาณาจักร แต่ถ้าหากอยากพบความสำเร็จในการทำธุรกิจในสหราชอาณาจักร ยังคงต้องการให้บริการจัดส่งสินค้าไปทั่วสหราชอาณาจักรด้วย และต้องการเผยแพร่ข้อมูลการขนส่งสินค้าและข้อมูลการเปลี่ยนคืนสินค้านี้ระหว่างกระบวนการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์จากการช้อปปิ้งออนไลน์ที่น่าจดจำ

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [EmpathyBroker Survey for UK Consumers, Cifnews.com](#)
2. [IMRG Survey Report, ZAKER NEWS](#)

นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในสหราชอาณาจักร

รายการสินค้าต้องจำกัด : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู

สินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตเป็นพิเศษ : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



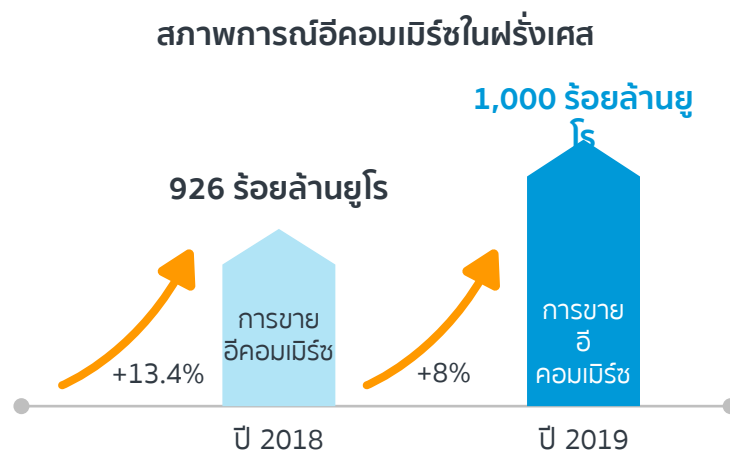
บทสรุปของสหราชอาณาจักร

1. ขอบข่ายอีคอมเมิร์ซสูงเป็นอันดับ 3 ของโลก การบริโภคเฉลี่ยต่อคนสูงกว่าสหรัฐอเมริกา และประเทศในสหภาพยุโรปอื่น
2. ผู้บริโภคสนใจและชอบลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เพิ่งออกมา ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความสำคัญกับคุณภาพด้วย
3. ให้ความสำคัญกับการแต่งกาย และมีความต้องการสูงสำหรับสภาพแวดล้อมในบ้าน
4. ให้ความสำคัญกับประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์ โดยเฉพาะด้านการขนส่งสินค้า

4.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในฝรั่งเศส

การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในฝรั่งเศส

ฝรั่งเศสตั้งอยู่ที่ทางทิศตะวันตกของยุโรป มีเนื้อที่ทั้งหมด 55.2 หมื่นตารางกิโลเมตร นับจนถึงวันที่ 1 เดือนมกราคม ปี 2020 มีประชากรรวมมากกว่า 67 ล้านคน ¹ มีความเจริญทางเศรษฐกิจมาก เป็นหนึ่งในประเทศแกนกลางของสหภาพยุโรป ฝรั่งเศสเป็นหนึ่งในประเทศอุปโภคบริโภคหลักของยุโรป และเป็นประเทศสำคัญของธุรกิจอีคอมเมิร์ซด้วย ธุรกิจการค้าปลีกอีคอมเมิร์ซของฝรั่งเศสในปี 2018 ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ยอดขายบนอีคอมเมิร์ซเพิ่มขึ้น 13.4% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว พุ่งทะยานแตะ 926 ร้อยล้านยูโร ส่วนปี 2019 ยอดขายได้ทะลุ 1,000 ร้อยล้านยูโรเป็นครั้งแรก (ประมาณ 1,235 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ปริมาณการขายผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ก็เพิ่มขึ้น 22% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ²



ในช่วงปลายปี 2018 อัตราการเข้าถึงอีคอมเมิร์ซของฝรั่งเศสเป็น 75% เมื่อเทียบกับสหราชอาณาจักรและประเทศที่พัฒนาแล้วในสหภาพยุโรป (เช่น เยอรมนี) อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและอัตราการเข้าถึงอีคอมเมิร์ซของฝรั่งเศสค่อนข้างต่ำ ³ ด้วยการลงทุนบนอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องของรัฐบาลฝรั่งเศส อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของฝรั่งเศส (โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท) ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ช่วยทำให้อีคอมเมิร์ซของฝรั่งเศสเติบโตอย่างแข็งแกร่ง

ปี 2016 อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของฝรั่งเศสได้เพิ่มขึ้น 1.54% ส่วนปี 2017 ได้เพิ่มขึ้น 0.4% สำหรับปี 2018 ได้เพิ่มขึ้นประมาณ 1.51% ⁴

Amazon เข้าตลาดฝรั่งเศสตั้งแต่เดือนสิงหาคม ปี 2000 ปัจจุบันได้พัฒนาเป็นเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซที่ใหญ่ที่สุดของฝรั่งเศส ⁵

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. French Statistics Institute (Insee), European Times
2. French Ecommerce Association (FEVAD) Report 2018, qq.com
3. eCommerce Foundation, Ebrun.com
4. French Ecommerce Association (FEVAD), Sohu.com
5. French Ecommerce Association (FEVAD) Report 2018, Sohu.com

ผู้บริโภคของฝรั่งเศส

ปี 2018 ยอดซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ยต่อคนของฝรั่งเศสอยู่ที่ 2,126 ยูโรต่อปี ปี 2019 เพิ่มขึ้นเป็น 2,346 ยูโร¹ แฟชั่น อาหารและศิลปะของฝรั่งเศสเป็นที่รู้จักกันดีทั่วโลก อันเป็นเหตุที่ชาวฝรั่งเศสมีความภาคภูมิใจในชนชาติตนเองเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันชาวฝรั่งเศสยังให้ความสำคัญกับเสรีภาพและความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ได้หลงใหลกับแบรนด์หรู แต่ให้ความสำคัญกับการออกแบบ สุนทรียศาสตร์ เทรนด์แฟชั่น และการใช้งานของผลิตภัณฑ์มากกว่า



ยอดซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ย
ต่อคน
2,346 ยูโร

มากกว่า 20% ของยอดขายสินค้าออนไลน์บนอีคอมเมิร์ซของฝรั่งเศสทั้งปีนั้นเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด² การช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคฝรั่งเศสจะได้รับอิทธิพลจากเทศกาลสำคัญอย่างเห็นได้ชัด ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคฝรั่งเศสจัดซื้อชิ้นส่วนใหญ่มักจะเป็นผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ดังต่อไปนี้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แนวแฟชั่น ผลิตภัณฑ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์และมีเดีย อาหารและสุขภาพ ของใช้ในบ้าน และเครื่องใช้ไฟฟ้า ของเล่นและผลิตภัณฑ์ DIY เป็นต้น เมื่อเทียบกับประเทศที่สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษซึ่งตลาดอีคอมเมิร์ซได้รับการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบแล้ว ตลาดอีคอมเมิร์ซของฝรั่งเศสยังคงกำลังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาอย่างรวดเร็วอยู่ ดังนั้นความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์³ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ขายชาวไทยได้เปรียบมาเป็นเวลานาน นั้นยังคงสูงอยู่ ขณะเดียวกัน ผลิตภัณฑ์สุขภาพความงามและของใช้ในรถก็ได้รับความนิยมมากเช่นกัน



ยอดขายในช่วงวันหยุด
เทศกาลมากกว่า
20%

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. eCommerce Foundation, Ebrun.com
2. French Ecommerce Association (FEVAD), Zgchdh.cn

แม้ว่าธุรกิจแฟชั่นจะมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในหลายประเทศ แต่ก็ยังคงเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมฝรั่งเศสและภาพลักษณ์ของฝรั่งเศส ดังนั้นผลิตภัณฑ์แนวแฟชั่นจึงถือเป็นผลิตภัณฑ์หมวดหมู่สำคัญสำหรับฝรั่งเศสด้วย แม้ในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจฝรั่งเศสตกอยู่ในภาวะยากลำบาก อุตสาหกรรมแฟชั่นก็ยังคงพัฒนาเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากรายงานล่าสุดของสมาคมแฟชั่นฝรั่งเศสพบว่า อุตสาหกรรมแฟชั่นของฝรั่งเศสมีมูลค่าการค้าสูงกว่าอุตสาหกรรมมูลค่าสูงอย่างอุตสาหกรรมการบินและการผลิตรถยนต์

ดูจากช่วงเวลาแล้ว การโปรโมตช่วงสิ้นปีของฝรั่งเศสจะได้รับผลดีมากที่สุด

สมาคมอีคอมเมิร์ซของฝรั่งเศส FEVAD เผยให้เห็นว่า ผู้บริโภคฝรั่งเศสจะใช้เงินจำนวนมากในการซื้อสินค้าออนไลน์ช่วง Black Friday, Cyber Monday และช่วงก่อนวันคริสต์มาส การโปรโมตช่วงเดือนพฤศจิกายนและเดือนธันวาคม ปี 2017 นั้นทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น 17.5% และการโปรโมตช่วง Black Friday จะได้รับผลดีมากที่สุด ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นถึง 69% ¹

ไตรมาสที่ 4 ปี 2018 ยอดใช้จ่ายทะลุ 200 ร้อยล้านยูโร (ประมาณ 221 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ) ยอดขาย Black Friday สูงถึง 17 ร้อยล้านยูโร ²



ยอดใช้จ่ายในช่วง Black
Friday ปี 2018

17 ร้อยล้านยูโร

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. French Ecommerce Association (FEVAD), Cifnews.com
2. French Ecommerce Association (FEVAD), Cifnews.com

นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในฝรั่งเศส

รายการสินค้าต้องจำกัด: [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู

สินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตเป็นพิเศษ: [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



บทสรุปของฝรั่งเศส

1. เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ เช่น สหรัฐอเมริกาหรือสหราชอาณาจักรแล้ว อีคอมเมิร์ซของฝรั่งเศสยังคงกำลังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาอย่างรวดเร็ว
2. ตลาดแฟชั่น ของเล่นและเกมมีขนาดใหญ่
3. ทำให้การการใช้จ่ายได้รับอิทธิพลจากเทศกาลเป็นอย่างมาก ไตรมาสที่ 4 (โดยเฉพาะ Black Friday) จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

4.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในเยอรมนี

การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในเยอรมนี

เยอรมนีอยู่ในภาคกลางและภาคตะวันตกของยุโรป ในปี 2018 มีประชากรทั้งหมดประมาณ 83 ล้านคน เยอะกว่าของอังกฤษประมาณ 17 ล้านคน ¹ เป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดในสหภาพยุโรป

นอกจากนี้ เยอรมนียังมีผู้อพยพจากต่างประเทศจำนวนมากถึง 12 ล้านคน คิดเป็น 5% ของผู้อพยพทั่วโลกซึ่งมีจำนวนทั้งหมดเป็น 244 ล้านคน เป็นประเทศที่มีผู้อพยพจากต่างประเทศจำนวนมากเป็นอันดับ 2 ของโลก ²

ประเทศเยอรมนีมีความเจริญทางเศรษฐกิจมาก เป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่อันดับสามของโลก และเป็นเศรษฐกิจอันดับหนึ่งของยุโรปด้วย ใช้ภาษาเยอรมนีเป็นภาษาทางการ อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 83% จีดีพีต่อหัวสูงถึง 4.63 หมื่นดอลลาร์สหรัฐฯ ³ จำนวนผู้บริโภคอีคอมเมิร์ซสูงถึง 52 ล้านคน ⁴ เป็นประเทศภูมิภาคยุโรปที่มีประชากรเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

เนื่องจากเยอรมนีมีประชากรจำนวนมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่สมบูรณ์แบบ ประชากรมีมาตรฐานการครองชีพค่อนข้างสูง ทำให้เยอรมนีกลายเป็นตลาดอีคอมเมิร์ซที่แข็งแกร่งในภูมิภาค



สหภาพยุโรป
**ประชากรมากถึง
83 ล้านคน**



อัตราการเข้าถึง
อินเทอร์เน็ตอยู่ที่
83%



GDP ต่อคนสูงถึง
**4.63 หมื่น
ดอลลาร์สหรัฐฯ**



จำนวนผู้บริโภคอีคอมเมิร์ซ
สูงถึง
52 ล้าน

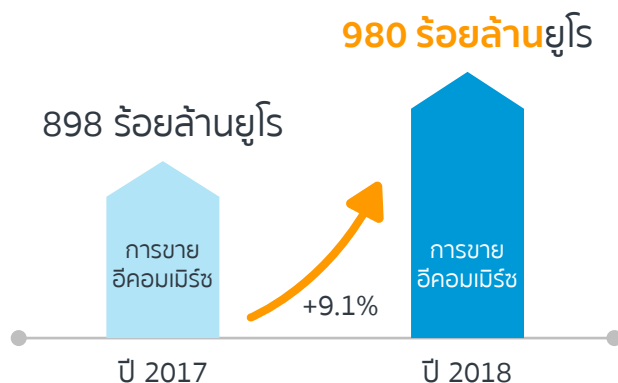
แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. 2018 Data from Federal Statistical Office of Germany, Xinhuanet.com
2. International Migration Report, 2015 Revision, Jianshu.com
3. 2019 Data from Federal Statistical Office of Germany, Finance.sina.com.cn
4. Ecommerce Foundation, Germany E-commerce Market Report 2017

เช่นเดียวกับ หลายๆ ประเทศ ยอดขายปลีกบนอีคอมเมิร์ซของเยอรมนีเติบโตรวดเร็วกว่าร้านค้าปลีกออฟไลน์เป็นอย่างมาก รายงานวิจัยธุรกิจการค้าปลีกของเยอรมนีที่ GfK บริษัทวิจัยและสำรวจข้อมูลการตลาดชั้นนำประกาศเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2019 แสดงให้เห็นว่า ในปี 2019 ยอดขายปลีกร้านค้าออนไลน์ทั้งหมดอยู่ที่ 4,231 ร้อยล้านยูโร (ประมาณ 4,993 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 34 ร้อยล้านยูโร (40 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) คิดเป็น 0.8%¹

ในขณะที่ยอดขายปลีกบนอีคอมเมิร์ซเยอรมนีในปี 2018 เพิ่มขึ้น 9.1% เป็น 980 ร้อยล้านยูโร (ประมาณ 1,160 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ซึ่งได้แซงหน้าฝรั่งเศส อยู่อันดับ 2 รองจากสหราชอาณาจักรในภูมิภาคยุโรป²

ยอดขายปลีกบนอีคอมเมิร์ซของเยอรมนีปี 2018 อยู่อันดับ 2 รองจากสหราชอาณาจักร



ปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของอีคอมเมิร์ซของเยอรมนีมีสองปัจจัย ปัจจัยแรกคือการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายต่อคนของผู้ใช้อีคอมเมิร์ซ ในปี 2018 ค่าใช้จ่ายต่อคนของผู้ใช้อีคอมเมิร์ซได้เพิ่มขึ้น 7%จากปีที่แล้ว อีกปัจจัยหนึ่งคือการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้อีคอมเมิร์ซรายใหม่ จำนวนผู้ใช้อีคอมเมิร์ซอายุมากกว่า 60 ปีนั้นกำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (11%)³

ในอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของเยอรมนี Amazonยังเป็นหนึ่งในผู้นำ ด้วยส่วนแบ่งการขายคิดเป็น 28.7%⁴ ซึ่งคิดเป็นอันดับที่1 ถ้าอยากเข้าไปทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซในตลาดเยอรมนี ยังคงต้องพึ่งพาแพลตฟอร์มของAmazon ซึ่งจะช่วยให้คุณได้ลูกค้ามากกว่า

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. GfK, Germany Retail Industry Report Feb.2019, Kchuhai.com
2. HDE, Kchuhai.com
3. German Retailers Association Report 2018, Kchuhai.com
4. EY-Parthenon Digital Purchase Index 2018, Cifnews.com



ผู้บริโภคประเทศเยอรมนี

ปี 2017 ยอดซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ยต่อคนของเยอรมนีอยู่ที่ 1,515 ยูโร ¹ ผู้บริโภคเยอรมนีมีลักษณะดังนี้:



1. พฤติกรรมความเคยชินในการบริโภค

สถิติแสดงให้เห็นว่า 47% ของผู้บริโภคอีคอมเมิร์ซในเยอรมนีชอบซื้อหนังสือ ภาพยนตร์ ดนตรีและเกมที่ร้านออนไลน์ 43% ชอบซื้อผลิตภัณฑ์แฟชั่น และ 41% ชอบซื้อผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ที่น่าสนใจคือ ในปี 2017 61%ของผู้บริโภคเยอรมนีระบุว่าได้ซื้อหนังสืออย่างน้อย 1 เล่มผ่านช่องทางออนไลน์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ²

47%

ซื้อหนังสือ ภาพยนตร์ ดนตรีและเกมที่ร้านออนไลน์



43%

ซื้อผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่ร้านออนไลน์



41%

ซื้อผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ร้านออนไลน์



หมวดหมู่รายการ
สินค้า



แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [Ecommerce Foundation 2017](#)

2. [Ecommerce Foundation 2017, 199IT](#)



2. การแนะนำรายละเอียดสินค้าเป็นสิ่งสำคัญมาก ¹

ชาวเยอรมนีมีความเข้มงวดมาก ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า อัตราการส่งคืนสินค้าสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในยุโรป

ทั้งนี้ไม่ได้เป็นเพราะว่าชาวเยอรมนีเอาใจยาก แต่เป็นเพราะกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเข้มงวดมาก ทั้งยังได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย ทำให้มีผู้บริโภคจำนวนมากชอบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกันแต่สีและไซส์แตกต่างกันหลายอันภายในการสั่งซื้อครั้งเดียว และหลังจากได้รับสินค้าและลองใช้แล้ว ค่อยส่งคืนสินค้าที่ไม่ชอบ

ดังนั้น ถ้าตั้งใจอยากจะทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซในตลาดเยอรมนี ต้องออกแบบหน้ารายละเอียดสินค้าให้ชัดเจน ซึ่งต้องระบุข้อมูลราคาสินค้า และนโยบายการส่งคืนสินค้าให้ชัดเจน การมีที่อยู่สำหรับการส่งคืนสินค้าในเยอรมนีเป็นสิ่งสำคัญมาก ซึ่งไม่เพียงช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าเป้าหมาย แต่ยังช่วยควบคุมต้นทุนการส่งคืนสินค้าด้วย

70%

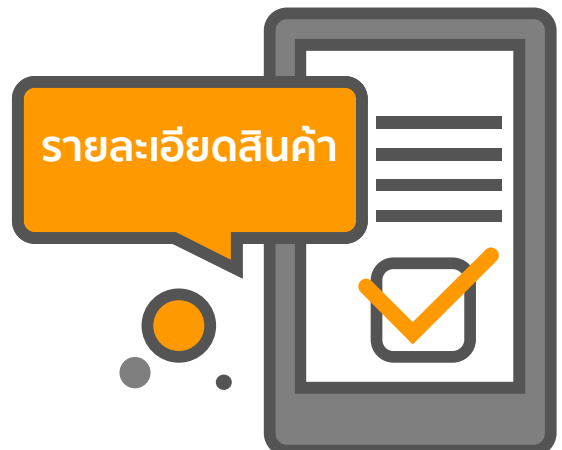
ก่อนที่จะซื้อมักจะทำการสำรวจบนอินเทอร์เน็ตก่อนสั่งซื้อสินค้ารายใหญ่ รวมถึงเช็ครีวิวจากผู้ซื้อคนอื่น ๆ ด้วย

80%

มักจะอ่านข้อกำหนดเกี่ยวกับสินค้าและบริการหลังการขายอย่างละเอียดก่อนสั่งซื้อสินค้า

26%

ชอบใช้มือถือเทียบดูราคาของสินค้าในร้านต่างๆ





3. ให้ความสำคัญกับบริการการจัดส่งสินค้า¹

ลูกค้าที่เยอรมนีให้ความสำคัญกับเรื่องค่าบริการจัดส่งสินค้า ความเร็วในการจัดส่งสินค้าและวิธีการจัดส่งสินค้า นอกจากนี้ ยังอาจมีความต้องการที่จะแทรกแซงในกระบวนการจัดส่ง เช่น การเปลี่ยนที่อยู่หรือเวลาของการจัดส่งด้วย เมื่อระบบโลจิสติกส์ได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคก็มีความคาดหวังสูงขึ้นกว่าเดิม

90%

ชอบบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน

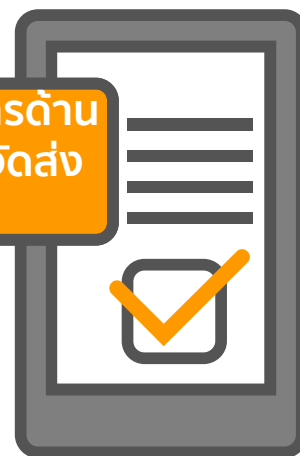
83%

จะตัดสินใจซื้อสินค้าแบบเดียวกันหรือไม่ตามรีวิวการจัดส่งสินค้าของผู้ซื้อ

55%

เห็นว่าการจัดส่งสินค้าแบบมาตรฐาน (3-5 วัน) ไม่ควรเก็บค่าบริการ¹

ความต้องการด้าน
บริการการจัดส่ง
สินค้า



นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในเยอรมนี

รายการสินค้าต้องจำกัด : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู

สินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตเป็นพิเศษ : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



บทสรุปของเยอรมนี

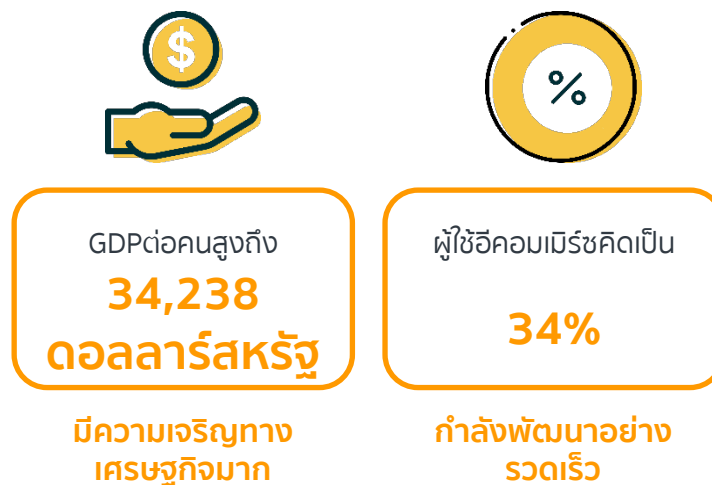
1. เศรษฐกิจใหญ่อันดับ 1 ของยุโรป ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ รองจากสหราชอาณาจักร ยังมีศักยภาพในการเจริญเติบโตสูง
2. ให้ความสำคัญกับรายละเอียดของการแนะนำรายการสินค้า
3. ให้ความสำคัญกับบริการการจัดส่งสินค้าและบริการด้านอื่นๆ

4.4 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในอิตาลี

การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในอิตาลี

อิตาลีเป็นหนึ่งใน 4 ประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่สุดในยุโรป GDP ปี 2018 อยู่ที่ 20,714 รั้อยล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ติดอันดับ 7 ของโลก แต่เป็นรองจากสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษและฝรั่งเศส GDPต่อคนอยู่ที่ 34,238 ดอลลาร์สหรัฐฯ มีช่องว่างทางเศรษฐกิจค่อนข้างมากระหว่างภูมิภาคต่างๆ ภายในประเทศ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมากระหว่างภาคใต้และภาคเหนือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมากกว่า 98% ของธุรกิจทั้งหมด เรียกได้ว่าเป็น“อาณาจักรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”¹

ในปี 2019 อิตาลีมีประชากรรวมประมาณ 60.39 ล้านคน (ประชากรอายุมากกว่า 65 ปีคิดเป็น 22.8% ของประชากรทั้งหมด)² มีประชากรทั้งหมด 60.39 ล้านคน มีผู้ใช้อีคอมเมิร์ซประมาณ 21 ล้านคน คิดเป็น 34% ของประชากรทั้งหมด เมื่อเทียบกันแล้ว สหราชอาณาจักรมีจำนวนประชากรพอๆ กันกับอิตาลี อยู่ที่ประมาณ 66 ล้านคน แต่มีผู้ใช้อีคอมเมิร์ซประมาณ 57 ล้านคน เกือบจะมากกว่า 87% ของประชากรในสหราชอาณาจักรทั้งหมด ³



แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. Italian National Bureau of Statistics, China's Ministry of Commerce
2. Italian National Bureau of Statistics, China's Ministry of Commerce
3. Ecommerce Foundation *UK E-commerce Report 2019*, Cifnews.com

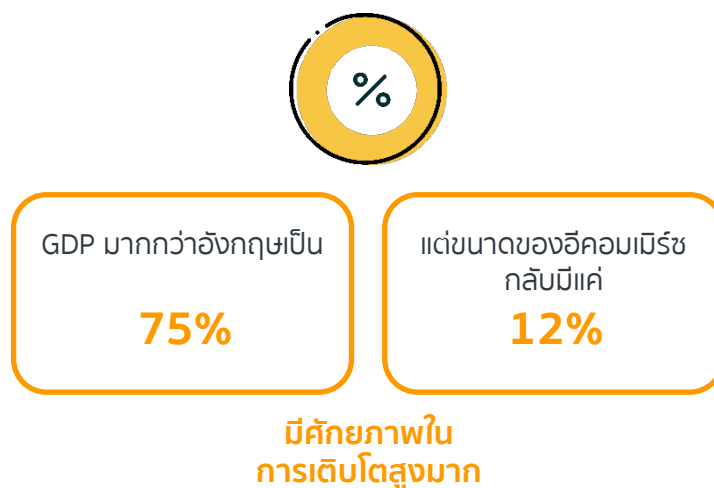
ที่เกิดความแตกต่างกันด้านจำนวนผู้ใช้อีคอมเมิร์ซเป็นอย่างมากนั้น เป็นเพราะอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของทั้งสองประเทศก็แตกต่างกันเป็นอย่างมากด้วย อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของสหราชอาณาจักรสูงถึง 92.6% แต่สำหรับอิตาลีกลับมีเพียง 65%¹ นอกจากนี้แล้ว ความเร็วอินเทอร์เน็ตของอิตาลีต่ำที่สุดในยุโรป และก็ไม่ใช่ว่าบ้านทุกหลังจะสามารถใช้เน็ตได้ โดยเฉพาะในพื้นที่ภูเขา แต่โชคดีที่สถานการณ์เหล่านี้กำลังได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น

ด้วยอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา อีคอมเมิร์ซของอิตาลีได้เติบโตอย่างรวดเร็ว

ในปี 2018 อัตราการเติบโตของอีคอมเมิร์ซอิตาลีสร้างสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ และได้กลายเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอีคอมเมิร์ซพัฒนาเติบโตได้รวดเร็วที่สุดในยุโรป² ในปี 2017 มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซอิตาลีอยู่ที่ 217 ร้อยล้านยูโร เทียบกับเมื่อปี 2016 แล้วได้เพิ่มขึ้น 17.33% ส่วนปี 2018 ได้ทะลุ 231 ร้อยล้านยูโร³

ในเมื่อ GDP ของอิตาลีสูงถึง 75%⁴ ของ GDP ในสหราชอาณาจักร ยอดขายบนอีคอมเมิร์ซของอิตาลีกลับต่ำกว่าสหราชอาณาจักรเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงถือว่ามีความท้าทายในการเติบโตเป็นอย่างมาก

Amazon เข้าตลาดอิตาลีตั้งแต่ปี 2010 และเริ่มให้บริการ Prime กับลูกค้าอิตาลีตั้งแต่ปี 2011 ตอนนี้ได้พัฒนาจนกลายเป็นหนึ่งในเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซที่มีชื่อเสียงมากที่สุด



แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. Cifnews.com

2. E-commerce Business Analysis Report of Amazon Italy, Chinanews.com

3. Ecommerce Foundation 2018, Crosspie.com

4. Italian National Bureau of Statistics, Office of Statistics, China's Ministry of Commerce

ผู้บริโภคของอิตาลี

อิตาลีตั้งอยู่ที่ภาคใต้ของยุโรป ชาวอิตาลีส่วนใหญ่ชอบประหยัด ชอบติดตามแฟชั่น และให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิตอย่างสบาย

รายงานจากCuponationแสดงให้เห็นว่า ในปี 2016 และปี 2017 มียอดขายผลิตภัณฑ์แฟชั่นและเครื่องประดับนั้นคิดเป็น 39% ของยอดขาย Black Friday ทั้งหมด คิดเป็นหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูงเป็นอันดับแรก รองจากนั้นคือผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็น 17% ยอดขายผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามคิดเป็น 6% ส่วนหนังสือ ดนตรี เกมส์และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวคิดเป็น 5% ¹

ในปี 2016 Netcommได้สรุปหมวดหมู่สินค้าอีคอมเมิร์ซของอิตาลีที่มียอดขายดีที่สุดใน 3 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แฟชั่น ของใช้ในบ้าน และผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือสมาร์ทโฟน เป็นต้น ²

หมวดหมู่สินค้าอีคอมเมิร์ซของอิตาลีที่มียอดขายดี



ผลิตภัณฑ์แฟชั่นและ
เครื่องประดับ



ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์



ผลิตภัณฑ์สุขภาพและ
ความงาม



ของใช้ในบ้าน

จากรายงานของ Ecommerce Foundation ยุโรปพบว่า ผู้บริโภคอิตาลีให้ความสำคัญมากที่สุดในบริการการจัดส่งสินค้าและต้นทุนในการจัดส่งสินค้าฟรี ซึ่งแตกต่างไปจากผู้บริโภคเยอรมนีและสหราชอาณาจักร ผู้บริโภคอิตาลียอมรับการประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับบริการการจัดส่งสินค้า

ผู้บริโภคอิตาลียังให้ความสำคัญกับด้านต่างๆ ดังนี้: บริการการส่งคืนฟรี(91%)แนะนำสินค้าอย่างละเอียด(90%)ไม่เก็บค่าธรรมเนียมเพิ่ม(90%) ³

นอกจากนี้แล้ว ข้อมูลสินค้าที่อธิบายในภาษาอิตาลีจะได้รับความนิยมมากกว่า ผู้บริโภคอิตาลีจำนวนมากมักให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของร้าน และมักเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ได้รับคะแนนสูงและรีวิวดี

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [Cuponation, Cifnews.com](#)

2. [Netcomm, Cifnews.com](#)

3. [Ecommerce Foundation, E8t.com](#)

นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในอิตาลี

รายการสินค้าต้องจำกัด: [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู

สินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตเป็นพิเศษ: [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



บทสรุปของอิตาลี

1. มีความเจริญทางเศรษฐกิจมาก แต่อัตราการเข้าถึงอีคอมเมิร์ซและยอดขายอีคอมเมิร์ซค่อนข้างต่ำ มีศักยภาพในการเติบโตสูง
2. ผลิตภัณฑ์แฟชั่น ของใช้ในบ้าน ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามค่อนข้างได้รับความนิยม
3. ให้ความสำคัญกับต้นทุนสำหรับบริการการจัดส่งสินค้า

4.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสเปน

การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในสเปน

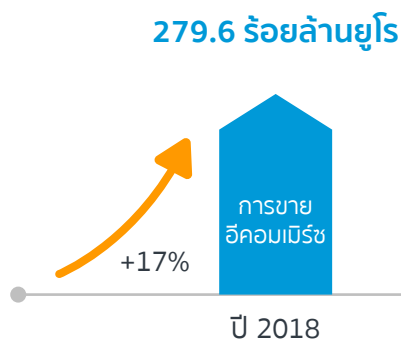
สเปนตั้งอยู่ที่คาบสมุทรไอบีเรีย ทางตะวันตกเฉียงใต้ของยุโรป และเป็นหนึ่งในประเทศแกนกลางของยุโรปตอนใต้ GDP ในปี 2018 อยู่ที่ประมาณ 143 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีประชากรทั้งหมดประมาณ 46.72 ล้านคน GDP ต่อคนประมาณ 30,502 ดอลลาร์สหรัฐฯ¹

อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตประมาณ 85% อัตราการเข้าถึงอีคอมเมิร์ซประมาณ 63% เมื่อเทียบกับประเทศแนวหน้าอย่างสหราชอาณาจักรแล้วยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ²

ในปี 2018 มูลค่าการค้าบนอีคอมเมิร์ซของสเปนอยู่ที่ 279.6 ร้อยล้านยูโร เทียบกับปี 2017 เพิ่มขึ้น 17%

Amazon ได้ครองตำแหน่งสำคัญในธุรกิจอีคอมเมิร์ซของสเปน ปริมาณการเข้าชมเว็บไซต์รายเดือนสูงกว่าคู่แข่งรายอื่นเป็นอย่างมาก³

ปริมาณการขายบนอีคอมเมิร์ซของสเปนในปี 2018



GDP ต่อคนสูงถึง
30,502
ดอลลาร์สหรัฐฯ



อัตราการเข้าถึงอีคอมเมิร์ซ
63%

ผู้บริโภคของสเปน

ในปี 2019 ยอดซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ยต่อคนของสเปนอยู่ที่ 1,304 ยูโร เทียบกับปี 2018 แล้วเพิ่มขึ้นเกือบ 200 ยูโร⁴ ข้อมูลระบุว่าเหตุผลที่ผู้บริโภคชาวสเปนนิยมซื้อของออนไลน์ ที่สำคัญที่สุดเป็นเพราะอยากได้รับบริการการจัดส่งถึงบ้าน นอกจากนี้แล้วยังเป็นเพราะสามารถช้อปปิ้งได้โดยไม่จำกัดเวลา ราคาสินค้าอาจถูกกว่าด้วย

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [Spanish Statistical Office, Sohu.com](#)

2. [Ecommerce Foundation, Cifnews.com](#)

3. [Ecommerce Foundation, Cifnews.com](#)

4. [SEMrush Spain, Dsb.cn](#)

นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในสเปน

ขีดจำกัดการจำหน่ายประเภท,สินค้าและข้อมูล: [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู

สินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตเป็นพิเศษ: [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



บทสรุปของสเปน

1. อัตราการเข้าถึงอีคอมเมิร์ซค่อนข้างต่ำ มีศักยภาพในการเติบโตเป็นอย่างมาก
2. ผู้บริโภคนิยมสินค้าที่คุ้มค่ากับราคา มีความต้องการอย่างมากด้านผลิตภัณฑ์ประเภท3C ผลิตภัณฑ์แฟชั่น ของใช้สำหรับการเดินทาง
3. มีคนจำนวน 437 ล้านคนทั่วโลกใช้ภาษาสเปนเป็นภาษาแม่ อีคอมเมิร์ซของสเปนจะส่งอิทธิพลต่อคนกลุ่มนี้ได้

4.6 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในเนเธอร์แลนด์

ภาพรวมของอีคอมเมิร์ซและผู้บริโภคเนเธอร์แลนด์

ชาวเนเธอร์แลนด์เป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะ“เข้าถึงดิจิทัล” มากที่สุดในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป ¹ ในปี 2018 เนเธอร์แลนด์มีประชากรทั้งหมดจำนวน 17 ล้านคน ยอดขายบนอีคอมเมิร์ซสูงถึง 237 ร้อยล้านยูโร ยอดซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ยต่อคนของเนเธอร์แลนด์อยู่ที่ 1,400 ยูโร สูงกว่าอิตาลี 273% และสูงกว่าสเปน 138% ²

นอกจากนี้แล้ว ผู้บริโภคเนเธอร์แลนด์ชอบซื้อสินค้าที่ให้บริการจัดส่งฟรี ร้านออนไลน์ของเนเธอร์แลนด์ส่วนใหญ่ให้บริการจัดส่งฟรี ดังนั้นผู้ขายสามารถพิจารณาให้บริการจัดส่งฟรีกับผู้ซื้อชาวเนเธอร์แลนด์ เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดของสินค้า



ภาพรวมเว็บไซต์ Amazon ในเนเธอร์แลนด์

วันที่ 15 เดือนมกราคม ปี 2020 Amazon ได้เปิดตลาดเนเธอร์แลนด์ให้ผู้ขายทั่วโลกเข้าถึงได้ เว็บไซต์ Amazon ในเนเธอร์แลนด์ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ ของเล่น ของใช้ในครัว ของใช้ในบ้าน ผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์แฟชั่น เป็นต้น

สำหรับผู้บริโภค Amazon ในเนเธอร์แลนด์ เมื่อมูลค่าการบริโภคมากกว่า 20 ยูโร ก็จะได้รับการจัดส่งสินค้าถึงบ้านโดย FBA ในวันถัดไปจากวันสั่งซื้อ

สำหรับผู้บริโภค Prime ในเนเธอร์แลนด์ ผู้ใช้สามารถเพลิดเพลินกับบริการการจัดส่งสินค้าถึงบ้านในวันถัดไปจากวันสั่งซื้อได้โดยไม่จำกัดค่าใช้จ่ายขั้นต่ำ ในปี 2017 Amazon ได้เปิดตัวแผนการสมาชิก Prime ในเนเธอร์แลนด์ และให้บริการการจัดส่งฟรีและรวดเร็วสำหรับสินค้าหลายล้านรายการให้กับสมาชิก Prime

แหล่งที่มาข้อมูล

1. <https://www.statista.com/topics/4909/e-commerce-in-the-netherlands/>

2. <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2018/01/DIGITAL-IN-2018-021-AVERAGE-ECOMMERCE-REVENUES-PER-USER-V1.00.png>

นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในเนเธอร์แลนด์

รายการสินค้าต้องจำกัด : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู

สินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตเป็นพิเศษ : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



บทสรุปของเนเธอร์แลนด์

1. ค่าใช้จ่ายต่อคนบนอีคอมเมิร์ซสูงถึง 1,400 ยูโร/ปี
2. การบริการ FBA ของ Amazon มีประสิทธิภาพสูง
3. เพิ่งเปิดตลาดให้ผู้ขายชาวไทยมีโอกาสมากขึ้น

4.7 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสวีเดน

ภาพรวมเว็บไซต์ Amazon ในสวีเดน

สวีเดนตั้งอยู่บนคาบสมุทรสแกนดิเนเวียในยุโรปเหนือ เป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดในบรรดาประเทศยุโรปเหนือทั้งหมด ในปี 2019 GDP ต่อคนสูงถึง 55,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบกับสหภาพยุโรปค่า GDP สูงกว่า 20%¹。

สวีเดนเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการเติบโตทางด้านอีคอมเมิร์ซในสหภาพยุโรปอย่างรวดเร็ว สวีเดนมีจำนวนประชากรประมาณ 10 ล้านคน อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงถึง 96% อัตราการเข้าถึงของผู้ใช้อีคอมเมิร์ซในปี 2020 อยู่ที่ 76% และปีแนวโน้มว่าในปี 2024 จะถึง 81%²

วันที่ 27 เดือนสิงหาคม ปี 2020 Amazon ได้เปิดตลาดสวีเดนให้ผู้ขายทั่วโลกเข้าถึงได้



ผู้บริโภคชาวสวีเดน

▲ความเคยชินของการบริโภค ชาวสวีเดนให้ความสำคัญกับราคา ความสะดวกสบายและการสินค้าที่เลือกเป็นอย่างมาก ตามการรายงานของนอร์ดิกอีคอมเมิร์ซ (Nordic E-commerce) ในปี 2019 ในการสำรวจการจัดจำหน่ายสินค้าที่ซื้อโดยผู้บริโภคชาวสวีเดนในร้านค้าอีคอมเมิร์ซต่างประเทศ จีนอยู่ในอันดับที่สาม โดยสองอันดับแรกคือสหราชอาณาจักรและเยอรมนี

▲การวิจัยแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าชาวสวีเดน 61% ชอบซื้อสินค้าประเภทการดูแลสุขภาพบนช่องทางออนไลน์ ต่อมาเป็นสินค้าประเภทแฟชั่น ลูกค้าชาวสวีเดน 59% ซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางบนช่องทางออนไลน์ สินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างเฟอร์นิเจอร์และของเล่นก็ยังเป็นสินค้าไม่ที่ประเภทที่ยังเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในสวีเดน²。

แหล่งที่มาข้อมูล

- https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?locations=EU&most_recent_value_desc=true
- Nordic E-commerce 2019

นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในสวีเดน

รายการสินค้าต้องจำกัด: [คลิกที่นี่](#) เพื่อดู

สินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตเป็นพิเศษ: [คลิกที่นี่](#) เพื่อดู



บทสรุปของสวีเดน

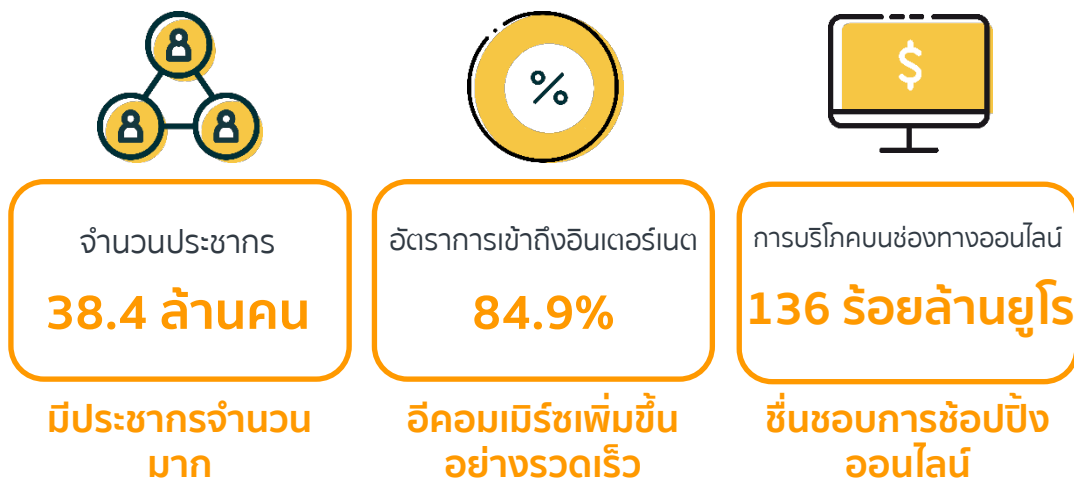
1. หนึ่งในตลาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดในยุโรปเหนือ GDP ต่อคนสูงถึง 55,000 ยูโรต่อปี
2. การบริการ FBA ของ Amazon มีประสิทธิภาพสูง

4.8 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในโปแลนด์

อีคอมเมิร์ซในโปแลนด์

โปแลนด์ตั้งอยู่ตอนกลางของยุโรป มีจำนวนประชากรทั้งหมด 38.4 ล้านคน¹ เป็นอันดับ 5 ของยุโรป ในปี 2019 มี GDP สูงถึง 5,958.6 ไร่ย์ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ² เป็นประเทศที่มีการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วเป็นอันดับ 3 ของยุโรป

อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของโปแลนด์สูงถึง 84.9%³ และอัตราการเติบโต 2 หลักต่อปีจึงติดหนึ่งในอันดับการตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดสำหรับอีคอมเมิร์ซในยุโรป¹ ตามข้อมูลการสำรวจของปี 2021 ชาวโปแลนด์ 55.6% มีความคุ้นเคยกับการซื้อของออนไลน์ ในปี 2021 คาดการณ์ว่าจะมีการบริโภคบนช่องทางออนไลน์รวมทั้งหมด 135.5 ไร่ย์ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ⁴



ภาพรวมเว็บไซต์ Amazon ในโปแลนด์

ในปี 2014 Amazon ได้เข้าสู่โปแลนด์ จนถึงปัจจุบันนี้ได้มีการก่อตั้ง fulfillment center ที่มีความทันสมัยทั้งหมด 9 แห่ง

วันที่ 27 เดือนมกราคม ปี 2021 Amazon ได้เปิดตลาดโปแลนด์ให้ผู้ขายทั่วโลกเข้าถึงได้

แหล่งที่มาข้อมูล

- <https://www.jpmorgan.com/europe/merchant-services/insights/reports/poland>
- <https://data.worldbank.org.cn/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=PL>
- <https://data.worldbank.org.cn/indicator/IT.NET.USER.ZS?end=2019&start=1990&view=chart>
- Statista

นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในโปแลนด์

รายการสินค้าต้องจำกัด: [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู

สินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตเป็นพิเศษ: [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



บทสรุปของโปแลนด์

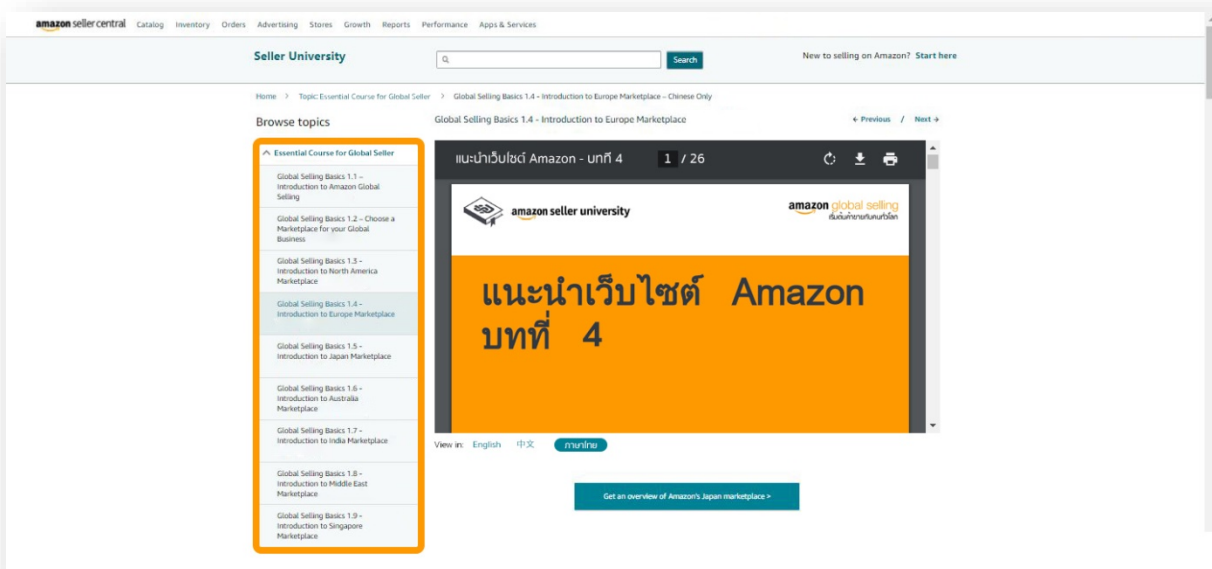
1. ประชากรมากถึง 38.4 ล้านคน
2. FBA fulfillment center ทั้ง 9 แห่ง มีประสบการณ์ด้านการบริการ

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

แนะนำเว็บไซต์ของ Amazon

- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ Amazon Global Selling
- การเลือกเว็บไซต์แรกสำหรับธุรกิจทั่วโลกของคุณ
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในอเมริกาเหนือ (สหรัฐอเมริกา/แคนาดา/เม็กซิโก)
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในยุโรป (สหราชอาณาจักร/ฝรั่งเศส/เยอรมนี/อิตาลี/สเปน/เนเธอร์แลนด์/สวีเดน/โปแลนด์)
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในญี่ปุ่น
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในออสเตรเลีย
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในอินเดีย
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในตะวันออกกลาง
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ในสิงคโปร์

เส้นทางการค้นหาหลักสูตร : Amazon Seller Central > พลาการดำเนินงาน > Seller University > ค้นหาชื่อหลักสูตร
ลิงก์ด่วน : Amazon Seller University [เว็บไซต์ในอเมริกาเหนือ](#), [เว็บไซต์ในยุโรป](#), [เว็บไซต์ในญี่ปุ่น](#)



ทำความเข้าใจบทเรียนอื่นที่เกี่ยวข้อง :

- หากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการและแหล่งข้อมูลของทาง Amazon โปรดค้นหา "โครงการ Amazon"