



# แนะนำเว็บไซต์ Amazon บทที่ 3

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

# สารบัญ

|  |    |
|--|----|
| 3. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในอเมริกาเหนือ .....  | 3  |
| 3.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในสหรัฐอเมริกา ..... | 4  |
| 3.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในแคนาดา .....       | 8  |
| 3.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในเม็กซิโก .....     | 12 |

สื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้มีเนื้อหาอยู่ทั้งหมด 9 บท หากคุณต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมในบทอื่น ๆ กรุณาดูที่หน้าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องประกอบ เพื่อค้นหาคำเรียนที่คุณต้องการเรียนรู้

# 3. เว็บไซต์ Amazon ในอเมริกาเหนือ

เว็บไซต์ Amazon ในอเมริกาเหนือประกอบด้วยไซต์ 3 แห่ง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดาและเม็กซิโก มีปริมาณการเข้าชมสูง และมีผู้ซื้อที่เป็นสมาชิก Prime จำนวนมาก พร้อมบริการ FBA ที่มีประสิทธิภาพสูง และทรัพยากรทางการตลาดที่หลากหลาย เพียงแค่มองหาโอกาสก็เป็นที่ดีสำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์ยอดนิยม

- 3.1 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในสหรัฐอเมริกา](#)
- 3.2 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในแคนาดา](#)
- 3.3 [ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในเม็กซิโก](#)

## 3.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในสหรัฐอเมริกา

### การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในมหาอำนาจทางเศรษฐกิจที่ทรงพลัง ในปี 2018 มียอดค้าปลีกสูงถึง 6,036.42 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราการเติบโตปีต่อปีอยู่ที่ 5% <sup>1</sup> ซึ่งจัดเป็นอันดับหนึ่งของประเทศที่พัฒนาแล้ว แม้ว่าอัตราการเติบโต 5% จะไม่สูงนัก แต่เมื่อพิจารณาจากขอบข่ายของการค้าปลีกในสหรัฐฯ ปริมาณที่เพิ่มขึ้นต่อปีเป็นปริมาณที่น่าตกใจมาก

อีคอมเมิร์ซในสหรัฐอเมริกามีขนาดใหญ่มากเช่นกัน ในปี 2019 มีมูลค่าถึง 586.92 พันล้านดอลลาร์สหรัฐเพิ่มขึ้น 14% เมื่อเทียบกับเป็นรายปี อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาคือ 13.1% <sup>2</sup> ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 3.7% <sup>3</sup> ในอุตสาหกรรมค้าปลีกของสหรัฐในเวลาเดียวกัน สัดส่วนการค้าปลีกทางสังคมสูงถึง 9.46% <sup>4</sup> หากมองจากขนาดของอีคอมเมิร์ซและสัดส่วนต่อการค้าปลีกทางสังคมนั้น ในบรรดามหาอำนาจทางเศรษฐกิจล้วนเป็นรองประเทศจีน



ขอบข่ายการค้าปลีก  
**6,036.42 พันล้าน  
ดอลลาร์สหรัฐ**



อัตราการเติบโตโดยรวม  
ของการค้าปลีก  
**5%**



ยอดขายอีคอมเมิร์ซกว่า  
**586.92 พันล้าน  
ดอลลาร์สหรัฐ**



อัตราการเติบโตของอี  
คอมเมิร์ซเทียบกับการค้า  
ปลีก  
**เป็น 4 เท่า**

แหล่งที่มาข้อมูล(ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [US Department of Commerce, qq.com](https://www.usdoj.gov/ice/dhs/immigration/immigration-reports/immigration-reports.html)
2. [eMarketer Global E-Commerce Report 2019, Sohu.com](https://www.eMarketer.com/global-e-commerce-report-2019/)
3. [Thepaper.cn](http://www.thepaper.cn)
4. [News.startup-partner.com](http://www.news.startup-partner.com)

## ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นอาณาจักรแห่งความกว้างขวางและมีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก มีทั้งเขตร้อนและหนาว และมีสี่ฤดูกาลที่ชัดเจน

ในบรรดาประเทศที่พัฒนาแล้ว สหรัฐอเมริกามีประชากรมากที่สุด โดยในปี 2018 มีมากถึง 328 ล้านคน <sup>1</sup> นอกจากนี้ยังเป็นประเทศพัฒนาแล้วที่มีอัตราการเกิดและอัตราการเติบโตของประชากรสูงที่สุด และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมมากที่สุดในบรรดาประเทศที่พัฒนาแล้ว

ในฐานะที่เป็นสถานที่ที่ Amazon ถือกำเนิดขึ้น Amazon จึงติดอันดับ 1 ใน 10 ไซต์ยอดนิยมในสหรัฐอเมริกาโดยมีปริมาณการเข้าชมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 1.78 พันล้านคนคิดเป็น 54.1% ของส่วนแบ่งปริมาณการเข้าชมทั้งหมด <sup>2</sup> ในด้านอีคอมเมิร์ซส่วนแบ่งของ Amazon ยังคงเติบโตโดยคิดเป็น 28% ของยอดขายอีคอมเมิร์ซทั้งหมดของสหรัฐในปี 2017 <sup>3</sup>

เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2017 สมาชิกระดับ Prime มีอยู่มากกว่า 50% ของผู้ใช้ Amazon ในสหรัฐอเมริกา และ 75% ของครอบครัวชนชั้นกลางที่ซื้อสมาชิก Prime โดยสมาชิก Prime ใช้จ่าย 1,400 ดอลลาร์สหรัฐบนไซต์ Amazon ในแต่ละปี ซึ่งมากกว่าสมาชิกทั่วไปถึงสองเท่า เป็นผู้มีศักยภาพในการซื้อสินค้า <sup>4</sup>



ประเทศที่พัฒนาแล้วมีประชากรมากที่สุด

**328 ล้าน**



สัดส่วนร้อยละของการขายอีคอมเมิร์ซของ Amazon

**28%**



ไซต์ที่ได้รับการตอบรับ 10 อันดับแรก จากสัดส่วนร้อยละของปริมาณการเข้าชมไซต์

**54.1%**



ครอบครัวชนชั้นกลางที่ซื้อสมาชิก Prime

**75%**

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [U.S. Census Bureau](#)

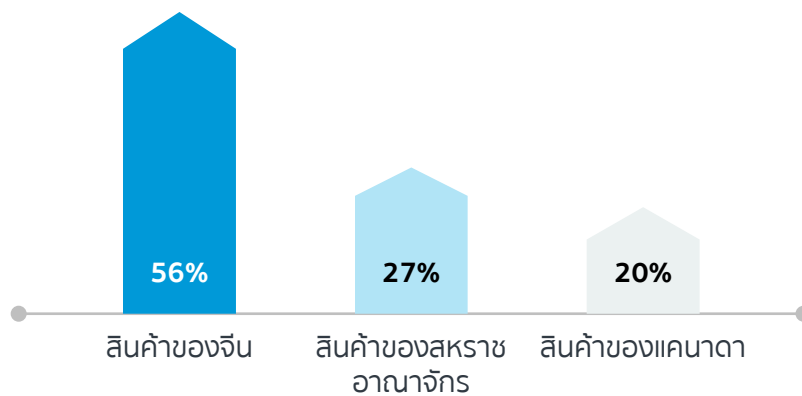
2. [Similar Web-2018 Q1 The Most Popular US Consumer Electronics E-Commerce Sites](#)

3. [2018 Internet Queen report, Amazon.cn](#)

4. [Consumer Intelligence Research Partners \(CIRP\), qq.com](#)

ประชากรที่มีรายได้สูงมีจำนวนมาก มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีฤดูกาลที่ชัดเจน การขายอีคอมเมิร์ซที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และบริการด้านการตลาดที่มีอยู่มากมาย ขอเพียงมองหาโอกาส สหรัฐอเมริกาก็ถือเป็นพื้นที่ที่ดีสำหรับการสร้างสินค้ายอดนิยม

### อัตราส่วนของสินค้าจากประเทศต่างๆที่นำเข้าสหรัฐอเมริกา



แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [Marketing-Whitepaper on Cross-border Export E-commerce Internet Marketing 2017-2018, Amazon.cn](#)

## นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในสหรัฐอเมริกา

หมวดหมู่ที่อนุญาตให้วางจำหน่าย : [คลิกที่นี่เพื่อดู](#)

รายการสินค้าที่ต้องจำกัด : [คลิกที่นี่เพื่อดู](#)



### บทสรุปของสหรัฐอเมริกา

1. เศรษฐกิจมีขนาดใหญ่และการเติบโตที่มีเสถียรภาพ
2. อีคอมเมิร์ซได้รับการพัฒนาอย่างสูงและ Amazon อยู่ในตำแหน่งผู้นำแบรนด์อีคอมเมิร์ซ
3. ประชากรจำนวนมาก วัฒนธรรมหลากหลาย ฤดูกาลชัดเจน ความต้องการหลากหลาย

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [Marketing-Whitepaper on Cross-border Export E-commerce Internet Marketing 2017-2018, Amazon.cn](#)

## 3.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในแคนาดา

### การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในแคนาดา

แคนาดามีประชากร 37 ล้านคน <sup>1</sup> ในปี 2018 จำนวนผู้ใช้อีคอมเมิร์ซสูงถึง 26.8 ล้านคนและคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 28.3 ล้านคนในปี 2565 <sup>2</sup> ในปี 2018 ยอดขายอีคอมเมิร์ซในแคนาดาอยู่ที่ประมาณ 24,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐและการบริโภคอีคอมเมิร์ซต่อหัวต่อปีอยู่ที่ 897.75 ดอลลาร์สหรัฐ <sup>3</sup> คาดว่าในปี 2020 ยอดขายอีคอมเมิร์ซในแคนาดาจะอยู่ที่ 10% ของการค้าปลีกในสังคมทั้งหมด <sup>4</sup>

เมื่อเทียบกับประเทศที่อีคอมเมิร์ซเติบโตเร็วอย่างสหรัฐอเมริกา แคนาดาที่เศรษฐกิจพัฒนาแล้ว มีอัตราผู้ซื้อสินค้าออนไลน์สูง แต่อัตราของอีคอมเมิร์ซต่อค้าปลีกทางสังคมยังอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว การบริโภคผ่านอีคอมเมิร์ซต่อหัวก็ต่ำกว่าเช่นกัน และการส่งออกข้ามพรมแดน ยังมีช่องว่างอีกมากสำหรับการเติบโตของธุรกิจส่งออกอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน



รวมประชากรทั้งหมด

**37 ล้าน**



ร้อยละของผู้ใช้ช้อปปิ้ง  
ออนไลน์สูงถึง

**72.4%**



ปริมาณการใช้จ่ายอี  
คอมเมิร์ซต่อหัวรายปี

**897.75 ดอลลาร์  
สหรัฐ**

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [Statistics Canada, Sohu.com](#)
2. [Statista, Ebrun.com](#)
- 3/4. [Statista, Ebrun.com](#)



## ผู้บริโภคมของแคนาดา

วัฒนธรรม ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของแคนาดาคลายคลึงกับสหรัฐอเมริกา ความต้องการในการเลือกผลิตภัณฑ์ ภาษา ฤดูกาลและโลจิสติกส์ของผู้บริโภคมีความคล้ายคลึงกับผู้บริโภคในไซต์สหรัฐอเมริกา (Amazon.com) มาก ซึ่งทำให้ไซต์ Amazon ในแคนาดา (Amazon.ca) การเปิดร้านกลายเป็นโอกาสในการพัฒนาที่ง่ายและรวดเร็วโดยไม่มีอุปสรรค

ในแคนาดา แม้แต่กลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุค่อนข้างมาก อย่างผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 45 ถึง 54 ปี หรือมากกว่า 55 ปีต่างก็มีช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เช่นกัน และไม่สามารถมองข้ามได้เลยก็คือ กลุ่มคนที่มีอายุมากกว่า 60 ปีเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เติบโตเร็วที่สุดในแคนาดา ซึ่งก็คือคนที่เรามักเรียกว่ากลุ่มคนผมสีเงิน อายุเฉลี่ยของประชากรแคนาดาคือ 40.7 ปี ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในโลก <sup>1</sup>

ปัจจุบัน Amazon เป็นหนึ่งในผู้ค้าปลีกออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุด และเติบโตเร็วที่สุดในแคนาดา Amazon ในแคนาดา ดึงดูดผู้เข้าชมที่ไม่ซ้ำกันเข้ามามากกว่า 16 ล้านคนในทุกเดือน <sup>2</sup> โดยระยะเวลาเวลาของการเรียกดูเพจรวม 505 ล้านนาที่ <sup>3</sup> ปริมาณการเข้าชมมีมาก และยังคงเติบโตอย่างรวดเร็ว ความเร็วในการพัฒนาเป็นสองเท่าขึ้นไปของไซต์ Amazon ของอเมริกา (Amazon.com)



พฤติกรรมผู้บริโภคใกล้เคียงกับ  
สหรัฐอเมริกา



อายุเฉลี่ย 40.7 ปี



ระยะเวลาการเข้าชมไซต์ Amazon  
ต่อเดือน  
มากถึง 505 ล้านนาที่

ความแตกต่างคือ แคนาดา มีประชากรเบาบางและผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประสบการณ์ด้านโลจิสติกส์และบริการหลังการขายมากกว่า ผู้ขายที่ใช้บริการ FBA ของ Amazon สามารถยกระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในแคนาดาได้ทั้งสองด้าน ตามสถิติแล้วการจัดส่งแบบ Prime สามารถทำได้ อัตราการทดแทนกันของสินค้า (การคลังสินค้า FBA ) นั้นสูงกว่าในสหรัฐอเมริกาว่า 80%

นอกจากนี้ยังมีผู้ใช้ภาษาฝรั่งเศสบางส่วนในแคนาดา แต่ผู้ขายไม่ต้องกังวล พวกเขาสามารถสร้างข้อมูลผลิตภัณฑ์เป็นภาษาอังกฤษได้ และเครื่องมือแปลของ Amazon จะสร้างเพจภาษาฝรั่งเศสโดยอัตโนมัติ

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. Statista, Cifnews.com

2. ComScoreMyMetrixFebruary2019, Multiplatform, Amazon.cn

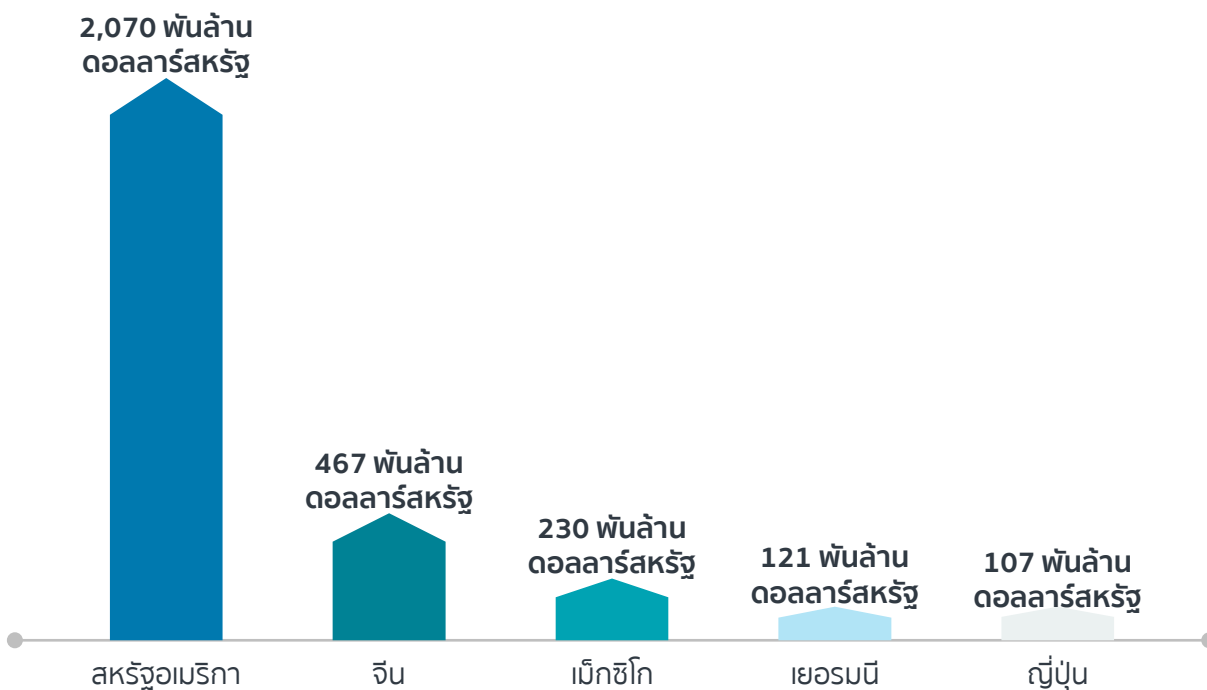
3. Alexa.com site info, May 2018, Amazon.cn



แฟชั่นเป็นหมวดหมู่การช้อปปิ้งออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในแคนาดาโดยมียอดขายในตลาดราว 7.07 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามด้วยหมวดอิเล็กทรอนิกส์และสื่อซึ่งมียอดขายรวมอยู่ที่ 6.36 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คาดว่าภายในปี 2022 อันดับยอดขายในตลาดของแคนาดาจะยังคงที่ แฟชั่นเป็นหมวดหมู่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ยอดขายในตลาดจะสูงถึง 10.14 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หมวดอิเล็กทรอนิกส์และสื่อได้รับความนิยมเป็นอันดับสอง มียอดขายในตลาดถึง 7.61 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ<sup>1</sup>

จากการสำรวจพบว่า 83% ของผู้บริโภคในแคนาดาจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกระหว่างประเทศ และมีการยอมรับในการใช้จ่ายข้ามพรมแดนสูงมาก แคนาดาเป็นประเทศการค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลก และสินค้าของไทยก็ได้รับความนิยมอย่างมากในแคนาดา ในการจัดอันดับข้อมูลการนำเข้าของแคนาดาปี 2017 สหรัฐอเมริกาจัดเป็นอันดับหนึ่ง (มูลค่านำเข้ารวม 207 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) จีนจัดเป็นอันดับที่สอง (มูลค่านำเข้ารวม 46,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ตามด้วยเม็กซิโก เยอรมนีและญี่ปุ่น<sup>2</sup>

### ปี 2017 ประเทศแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรกของแคนาดา



นอกจากนี้ผู้บริโภคชาวแคนาดายังให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายและการบริโภคของพวกเขาได้รับผลกระทบอย่างมากด้วย ตัวอย่างเช่น ชาวแคนาดาให้ความสำคัญอย่างมากกับอาหารประจำวันและพวกเขาจะไม่ลังเลที่จะซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่เป็นธรรมชาติและออร์แกนิก<sup>3</sup>

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)  
1/2/3. [Statista](https://www.statista.com), [Cifnews.com](https://www.cifnews.com)

## นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในแคนาดา

รายการสินค้าที่ต้องจำกัด : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



### บทสรุปของแคนาดา

1. ด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่อีคอมเมิร์ซพัฒนาแล้ว มีพื้นที่สำหรับการพัฒนาอีคอมเมิร์ซที่มาก
2. ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภคใกล้เคียงกับของสหรัฐอเมริกาซึ่งช่วยลดระดับความยากในการดำเนินการ
3. พื้นที่ขนาดใหญ่และประชากรเบาบาง ความต้องการบริการด้านโลจิสติกส์สูง

### 3.3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ Amazon ในเม็กซิโก

#### การพัฒนาของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซในเม็กซิโก

ละตินอเมริกาเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพในการเติบโตมากที่สุดในโลก และเม็กซิโกในซีกต่ออเมริกาเหนือ ยังเป็นประเทศที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจเร็วที่สุดในละตินอเมริกาในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาอีกด้วย และเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองในละตินอเมริกา <sup>1</sup>

การค้าระหว่างประเทศของเม็กซิโกเติบโตอย่างรวดเร็ว นับวันยิ่งมีความแข็งแกร่งมากขึ้น ในปี 2018 มูลค่าการค้าสูงเป็นประวัติการณ์ โดยสูงถึง 915.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐและเพิ่มขึ้น 10.3% เมื่อเทียบเป็นรายปี การค่านำเข้ารวมมูลค่า 464.28 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 ในแง่ของมูลค่า ผู้นำเข้าหลักของเม็กซิโกคือสหรัฐอเมริกา

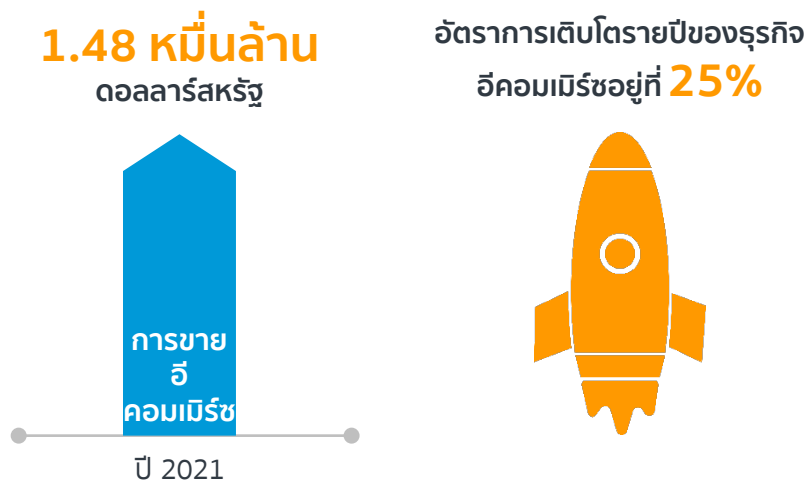


ร้อยละของผู้ใช้ช้อปปิ้ง  
ออนไลน์สูงถึง  
**72.4%**

แหล่งที่มาข้อมูล (ภาษาจีนเท่านั้น)

1. [Economic Commission for Latin America and the Caribbean of UN, Sohu.com](#)
2. [Mexico Economy Secreariat, Cifnews.com](#)

เนื่องจากในละตินอเมริกาอุตสาหกรรมเบายังด้อยพัฒนา และตัวเลือกสินค้าที่มีน้อย ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ ดังนั้นด้วยการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่รวดเร็ว ขนาดของอีคอมเมิร์ซในเม็กซิโกก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน คาดว่ารายได้จากอีคอมเมิร์ซจะในปี 2017 ถึง 2021จะเพิ่มขึ้นถึง 75% ซึ่งมีมูลค่ากว่า 1.48 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ถึงกระนั้น ยอดค้าปลีกอีคอมเมิร์ซในปัจจุบันคิดเป็นเพียง 3.1% ของยอดขายปลีกทั้งหมดในเม็กซิโก ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าอัตราการเติบโตต่อปีของยอดขายปลีกอีคอมเมิร์ซในเม็กซิโกคาดว่าจะยังคงอยู่ที่ประมาณ 25% และยังมีช่องว่างสำหรับการพัฒนาอีกมาก <sup>1</sup>



Amazon เข้าสู่เม็กซิโกในปี 2015 ในเวลาเพียงไม่กี่ปี Amazon ได้กลายเป็นหนึ่งในบริษัทอีคอมเมิร์ซที่ใหญ่ที่สุดและเติบโตเร็วที่สุดในเม็กซิโก ปัจจุบัน Amazon เป็นช่องทางเลือกแรกสำหรับการขายออนไลน์ในเม็กซิโกและเป็นไซต์อีคอมเมิร์ซที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด <sup>2</sup> โดยมีผู้เข้าชมที่ไม่ซ้ำกันมากกว่า 11.50 ล้านคนต่อเดือน <sup>3</sup> เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่ Amazon ได้เข้าไปเปิดตลาดแล้ว Amazon ในเม็กซิโก ยังใหม่อยู่มากและกำลังเติบโตอย่างยั่งยืน

### Amazon ในเม็กซิโก



เนื่องจาก Amazon ในเม็กซิโกมีการแข่งขันค่อนข้างต่ำ ผู้ขายชาวไทยจึงมีโอกาสเติบโตสูงมาก เครื่องมือที่สามารถใช้บนไซต์อเมริกาทั้งหมดสามารถใช้บนไซต์ของเม็กซิโกได้ และยังสินค้าขายดี การดำเนินการ และการขนส่ง รวมถึงแนวโน้มการซื้อที่คล้ายกับ Amazon.com มาก ผู้ขายชาวไทยจำนวนมาก โดยเฉพาะเจ้าของแบรนด์เติบโตได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากความสามารถในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์

แหล่งที่มาข้อมูล

1. <http://asociaciondeinternet.org.mx>
2. ComScore MyMetrix Feb., 2019, Multiplatform
3. ComScore MyMetrix Feb., 2019, Multiplatform

## ผู้บริโภคมกของเม็กซิโก

เม็กซิโกมีประชากรทั้งหมด 130 ล้านคนซึ่งจัดเป็นอันดับที่ 11 ของโลก เป็นประเทศที่ใช้ภาษาสเปนมากที่สุด และเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับสองในละตินอเมริกา โดยมีมากกว่าประชากรของออสเตรเลีย สเปน และอิตาลีรวมกัน แม้ว่าอัตราการเพิ่มของประชากรจะลดลง แต่จำนวนประชากรทั้งหมดยังคงเพิ่มขึ้นและมีอายุเฉลี่ยเพียง 30 ปี จัดเป็นประเทศที่ยาววัยมาก

### ประชากรในเม็กซิโก



1.3 ร้อยล้าน



ออสเตรเลีย



สเปน



อิตาลี

มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 79 ล้านคนในเม็กซิโกซึ่งคิดเป็น 61.7% ของประชากรทั้งหมด ซึ่งต่ำกว่าอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกาและแคนาดาซึ่งเป็นไซโตในอเมริกาเหนือด้วยเช่นกัน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 50% ซื้อสินค้าทางออนไลน์และอัตราการช้อปปิ้งของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือก็นั้นมากกว่าการช้อปปิ้งบนพีซีถึง 3 เท่า <sup>1</sup> และจากการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่กระตือรือร้นในการซื้อของออนไลน์คือคนหนุ่มสาวอายุระหว่าง 18-34 ปี <sup>2</sup> ด้วยการพัฒนาของเศรษฐกิจ ปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเม็กซิโกจะเพิ่มขึ้นไปอีก ทำให้เกิดกระแสใหม่สำหรับผู้ใช้อีคอมเมิร์ซต่อไปเรื่อย ๆ

เนื่องจากความใกล้เคียงกันทางภูมิศาสตร์ ความต้องการของผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาลในเม็กซิโกจึงมีความใกล้เคียงกับสหรัฐอเมริกา เนื่องจากอิทธิพลของสหรัฐอเมริกาที่อยู่ในอเมริกาเหนือ ความต้องการสินค้าอดนิยมนในเม็กซิโกจึงใกล้เคียงกับผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาอย่างมาก อย่างไรก็ตามผู้บริโภคชอบคำอธิบายผลิตภัณฑ์ที่เป็นภาษาสเปนมากกว่า

สินค้าอุปโภคบริโภคระดับล่างของเม็กซิโกมีราคาค่อนข้างแพง ดังนั้นผลิตภัณฑ์ระดับล่างก็สามารถทำกำไรได้เช่นกัน เช่นนั้นการเข้าใจความต้องการในท้องถิ่นของเม็กซิโกอย่างถูกต้องจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก

เนื่องจากเศรษฐกิจยังไม่พัฒนา สินค้าคุณภาพดีที่มีราคาถูกยังเป็นอีกหนึ่งในคุณสมบัติที่ผู้บริโภคในเม็กซิโกค่อนข้างให้ความสำคัญ นอกจากนี้เม็กซิโกยังมีแนวคิดที่ชัดเจนในเรื่องการบริโภคเกินกำลังซื้อ/การผ่อนชำระ เมื่อซื้อของในราคาเล็กน้อยจากห้างสรรพสินค้า ก็มักจะมีแนวโน้มที่จะผ่อนชำระมากกว่า

แหล่งที่มาข้อมูล

1/2. [Research on Internet users' habits in Mexico](#)

## นโยบายผลิตภัณฑ์ของ Amazon ในเม็กซิโก

รายการสินค้าที่สามารถจำหน่ายได้ : [คลิกที่นี่](#)เพื่อดู



### บทสรุปของเม็กซิโก

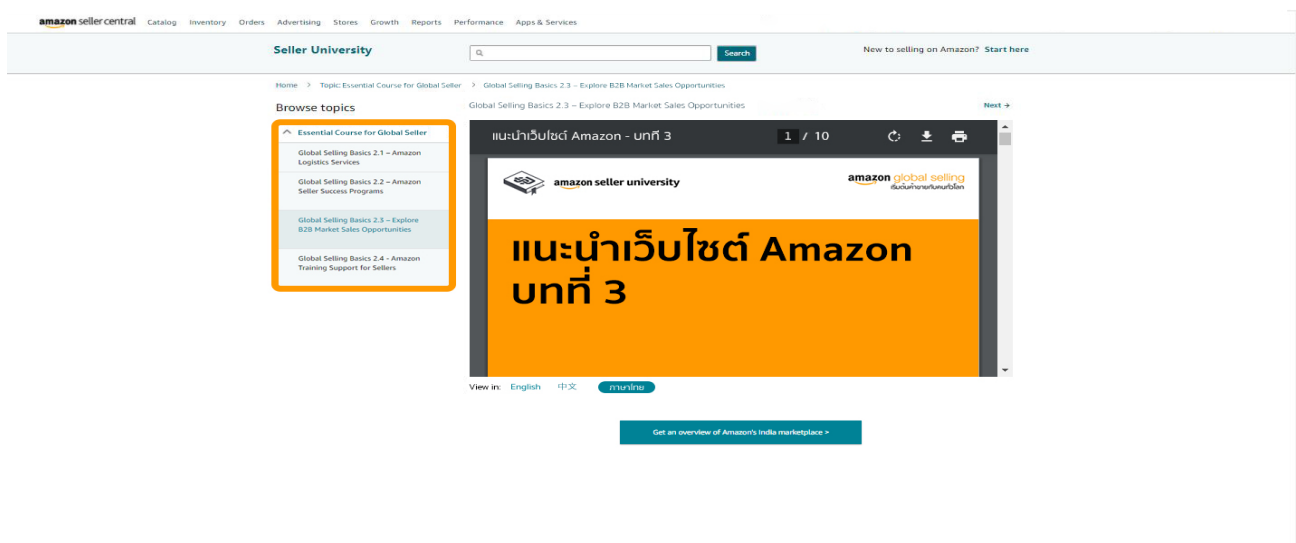
1. ขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่เท่าของสหรัฐอเมริกาและแคนาดา แต่ความเร็วในการพัฒนาเศรษฐกิจค่อนข้างสูง และมีศักยภาพด้านอีคอมเมิร์ซสูงมาก
2. สินค้าตามฤดูกาลและสินค้าที่เป็นที่นิยมใกล้เคียงกับสหรัฐอเมริกา
3. ประชากรมีจำนวนมากและอายุน้อย ชอบลองสิ่งใหม่ ๆ และแสวงหาความคุ้มค่ามากกว่า

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



ทำความเข้าใจบทเรียนอื่นที่เกี่ยวข้อง :

- หากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับโปรแกรมและแหล่งข้อมูลของทาง Amazon โปรดค้นหา “โปรแกรม Amazon”