



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอี คอมเมิร์ซการส่งออกข้าม พรมแดนที่แพร่หลาย บทที่ 2

ร้านค้าทั่วโลกของ Amazon ครอบคลุมเว็บไซต์ในประเทศขนาดใหญ่ 17 แห่ง รวมถึงอเมริกาเหนือ ยุโรป ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และตะวันออกกลาง โดยมีบัญชีที่ใช้งานอยู่ 3 ร้อยล้านบัญชีและผู้ซื้อธุรกิจหลายล้านราย บทนี้จะแนะนำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน และแบบกรณีตัวอย่างโดยละเอียดเพื่อให้ความได้อย่างขึ้น

2.ทำไมต้องทำอีคอมเมิร์ซ การส่งออก ข้ามพรมแดน

ทำไมต้องทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน? การแพร่ระบาดของกักกันของโรคโควิด-19 ทั่วโลกในปี 2020 เป็นการกระตุ้นให้อีคอมเมิร์ซการช้อปปิ้งทั่วโลกของการขายปลีกเติบโตเร็วขึ้น เราจะแนะนำการสนับสนุนของนโยบายระดับชาติและความชอบของผู้บริโภคต่างชาติที่แตกต่างกันในบทต่อไปนี้

2.1 ทำไมต้องทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน	3
2.2 ภาคผนวก: คำอธิบายของคำศัพท์ในบทนี้	9

สื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้มีเนื้อหาอยู่ทั้งหมด 4 บท หากคุณต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมในบทอื่น ๆ กรุณาดูที่หน้าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องประกอบเพื่อค้นหาบทเรียนที่คุณต้องการเรียนรู้

2.1 ทำไมต้องทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน

บทนำ:

การแพร่ระบาดของยักษันหันของโรคโควิด-19 ทั่วโลกในปี 2020 เป็นการกระตุ้นให้อีคอมเมิร์ซการช้อปบั้งทั่วโลกของการขายปลีกเติบโตเร็วขึ้น

การช้อปบั้งออนไลน์จะกลายเป็นเรื่องปกติและใหม่ของการบริโภคในต่างประเทศ และจะทำให้อุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซส่งออกข้ามพรมแดนมีพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก ตัวอย่างเช่นอเมริกาเหนือ จนถึงวันที่ 21 เมษายน 2020 อเมริกาเหนือมีคำสั่งช้อปอีคอมเมิร์ซเพิ่มขึ้น 129% เมื่อเทียบปีที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่ง (43.2%) กล่าวว่าจะช้อปสินค้าออนไลน์มากขึ้น จากมุมมองของกลุ่มอายุ คนรุ่นเจนวาย 48.4% กล่าวว่าจะช้อปสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่องมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มอายุ 55-74 ปี "ดั้งเดิม" มากกว่า 35.8% กล่าวว่าจะเข้าร่วมการช้อปออนไลน์มากขึ้น¹

โรคระบาดเร่งพฤติกรรมผู้บริโภคจากการช้อปบั้งออฟไลน์มาเป็นการช้อปบั้งออนไลน์



ในช่วงที่มีโรคระบาด

ผู้บริโภคทั่วโลก 32% กล่าวว่าจะเปลี่ยนจากการช้อปบั้งออฟไลน์มาเป็นการช้อปบั้งออนไลน์



หากโรคระบาดอย่างต่อเนื่อง

ผู้บริโภคทั่วโลก 43% กล่าวว่าจะช้อปสินค้าออนไลน์มากขึ้น

แหล่งที่มา:

1. Yotpo <https://www.yotpo.com/blog/survey-how-is-covid-19-changing-consumer-ecommerce-trends>

นอกจากนี้แล้ว ตามสถานการณ์การแข่งขันในตลาดของประเทศไทยทำให้องค์กรต้องหาพื้นที่ใหม่เพิ่มอย่างเร่งด่วน อีคอมเมิร์ซ การส่งออกข้ามพรมแดนในรูปแบบการค้ากระแสหลักในยุคต่อไป สามารถช่วยให้ธุรกิจต่างๆ เข้าสู่ตลาดอีคอมเมิร์ซทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งรวมไปถึงตัวอย่างเช่น ประเทศที่พัฒนาแล้วมีตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ และประเทศกำลังพัฒนามีผลกำไรทางการตลาดที่ค่อนข้างสูง เป็นตลาดบลูโอเชียนทั่วไป

ด้วยการเติบโตที่ค่อยเป็นค่อยไปของห่วงโซ่อุปทานอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน ความยากและเกณฑ์ของการทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนจึงค่อยๆ ลดลง

- การเติบโตของห่วงโซ่อุปทานสะท้อนให้เห็นถึงด้านการบริการสนับสนุนที่ชาญฉลาดและอุดมสมบูรณ์มากขึ้นของเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน ปัจจุบันบริการการจัดเก็บและกระจายสินค้าข้ามพรมแดนของอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนได้ขยายไปทั่วโลก คลังสินค้าต่างประเทศและการจัดส่งในพื้นที่ที่มีผู้ให้บริการที่มีมืออาชีพ
- อีกด้านหนึ่ง ทางกลับกันการทำงานอย่างมืออาชีพของระบบอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนกำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆ หลายขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานการค้าต่างประเทศล้วนมีบริการมืออาชีพ

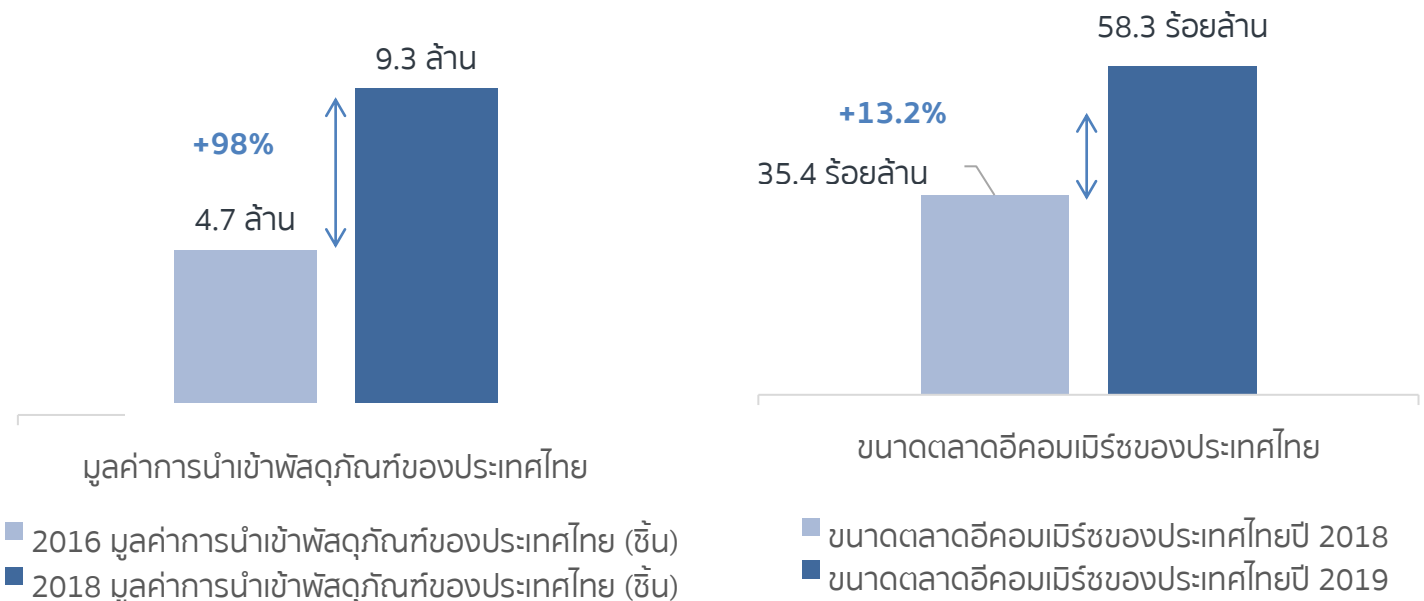
ดังนั้น:

1. อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนเป็นช่องทางการตลาดใหม่

หัวหน้าด้านบุคลากรทำอากาศยานสุวรรณภูมิของประเทศไทยระบุว่า ปัจจุบันอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของประเทศไทย นำเข้าจากประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่

ตั้งแต่ปี 2016 ถึง 2018 มูลค่าการนำเข้าพัสดุภัณฑ์ของด้านบุคลากรในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจาก 4.7 ล้านเป็น 9.3 ล้าน

ในปี 2018 คาดว่าขนาดตลาดอีคอมเมิร์ซของประเทศไทยจะสูงถึง 35.4 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าอัตราการเติบโตต่อปีระหว่างปี 2018-2022 จะอยู่ที่ 13.2% และจะสูงถึง 58.3 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2022 ¹



ผลกระทบที่ได้รับจากการระบาดของ COVID-19 ทำให้การส่งออกการค้าระหว่างประเทศของไทยในปี 2020 อยู่ที่ 2314.68 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 6.01% เมื่อเทียบเป็นรายปี มูลค่าการนำเข้ารวม 2069.92 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 12.39% เมื่อเทียบเป็นรายปี และดุลการค้าประจำปีอยู่ที่ 244.76 ร้อยล้านดอลลาร์ ²

ในเดือนธันวาคม ปี 2020 การส่งออกการค้าระหว่างประเทศของไทยเพิ่มขึ้น 4.71% แม้จะมีการระบาดของ COVID-19 รอบใหม่ ซึ่งเป็นการเติบโตเชิงบวกครั้งแรกในรอบ 8 เดือน และเพิ่มขึ้นสูงสุดรายเดือนในรอบ 22 เดือนที่ผ่านมา โดยคาดว่าในปี 2021 การส่งออกการค้าระหว่างประเทศของไทย จะเติบโตมากกว่า 4% เมื่อเทียบเป็นรายปี จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนได้กลายเป็นช่องทางใหม่ในยุคหลังการแพร่ระบาด

แหล่งที่มา:

- 1.แหล่งที่มาข้อมูล: Statista
- 2.แหล่งที่มาของข้อมูล: กระทรวงพาณิชย์ของประเทศไทย

2. อาหารและเครื่องดื่มอาจเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคในต่างประเทศ และการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมก็ยังมีข้อดี

ตลอดเวลาที่ผ่านมามีสินค้าส่งออกหลักของไทยคือผลิตภัณฑ์เครื่องกลและไฟฟ้า อุปกรณ์การขนส่ง พลาสติกและยางพารา แต่จากข้อมูลในปี 2018-2020 การส่งออกสินค้าทั้ง 3 ประเภทมีแนวโน้มลดลง ขณะที่การส่งออกอาหารและเครื่องดื่มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกรวมของไทยก็ยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จะเห็นได้ว่าอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนส่วนใหญ่ที่กำลังเติบโตอย่างแข็งแกร่งจะเป็นการค้าปลีกเพื่อการบริโภค

- มูลค่าการส่งออกในปี 2018:

ผลิตภัณฑ์เครื่องกลและไฟฟ้า 779.4 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น 4.9%) อุปกรณ์การขนส่ง 328 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น 4%) และพลาสติกและยางพารา 300.3 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น 4.1%) สินค้าทั้งสามประเภทคิดรวมกันเป็น 56.3% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย การส่งออกอาหารและเครื่องดื่ม 191.5 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น 4.1%) คิดเป็น 7.7% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ¹

- มูลค่าการส่งออกในปี 2019:

สินค้าเครื่องกลและไฟฟ้า 313.6 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ อุปกรณ์การขนส่ง 286.9 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลง 4.4%) พลาสติกและยางพารา 204.1 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลง 4.4%) การส่งออกอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้น 3.8% การส่งออกสินค้าโลหะมีค่า 156.9 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้น 31.9%) สินค้าทั้ง 4 ประเภทคิดรวมกันเป็น 39.2% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ²

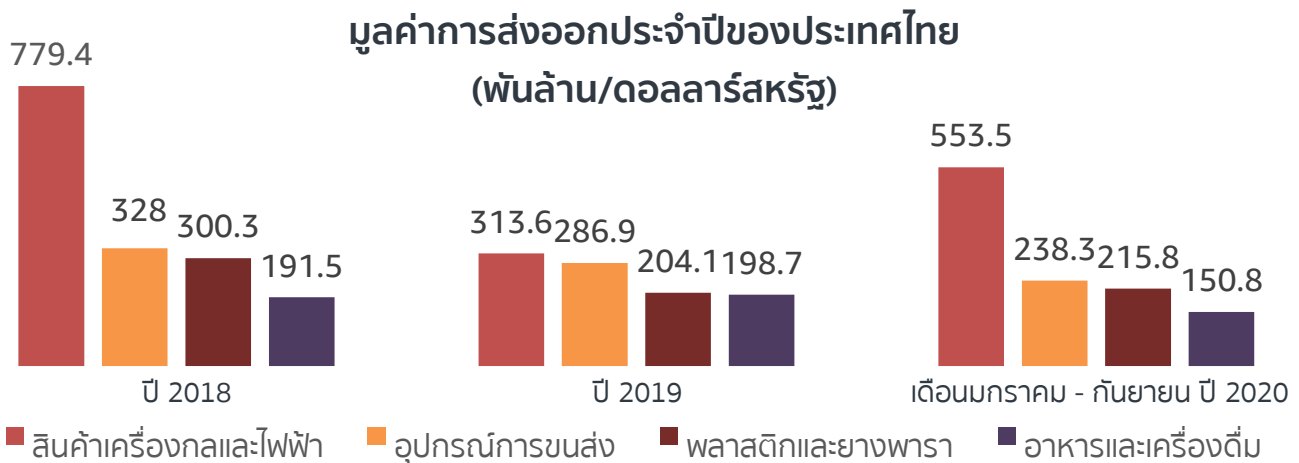
- มูลค่าการส่งออกเดือนมกราคม - กันยายน ในปี 2020:

สินค้าเครื่องกลและไฟฟ้า 553.5 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลง 6.5%) อุปกรณ์การขนส่ง 238.3 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลง 4.2%) และพลาสติกและยางพารา 215.8 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลดลง 4.3%) สินค้าทั้ง 3 ประเภทรวมกันคิดรวมกันเป็น 54.1% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย นอกจากนี้ การส่งออกอาหารและเครื่องดื่ม 15.08 พันล้านดอลลาร์ (เพิ่มขึ้น 2%) คิดเป็น 8.1% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ³

แหล่งที่มา:

1/2/3 แหล่งที่มาข้อมูล: องค์การการค้าโลก “แนวโน้มและข้อมูลการค้าโลก”





นอกจากนี้ปัจจุบันประชากรของประเทศไทยมีประมาณ 80% ประกอบอาชีพเกษตรกรรม การผลิตพืชผล เช่น ข้าว ยางพารา ข้าวโพด มันสำปะหลัง และยังเป็น “ศูนย์กลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้” อีกทั้งยังได้เปรียบในด้านการส่งออก สินค้าเกษตรอย่างแน่นอน ผลผลิตทางการเกษตรของไทยอยู่ในอันดับต้น ๆ ของโลก และเป็นผู้ส่งออกอาหารรายเดียว ในเอเชียและยังเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ของโลก

แหล่งที่มา:

1/2/3 แหล่งที่มาข้อมูล: องค์การการค้าโลก “แนวโน้มและข้อมูลการค้าโลก”

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนที่แพร่หลาย – ทำไมต้องทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน
Copyright © 2021 Amazon. All rights Reserved.



3.การวิเคราะห์สินค้าส่งออกหลัก 5 ประเภท

จากมุมมองขององค์ประกอบประเทศ/ภูมิภาคของสินค้าส่งออกหลัก 5 ประเภทของไทย มีการครอบคลุมประเทศและภูมิภาค 5 อันดับแรกเฉพาะญี่ปุ่นเท่านั้น สินค้าเครื่องกลและไฟฟ้าขั้นต้นเป็นสินค้าที่สำคัญที่สุดของไทยที่ส่งออกไปยังญี่ปุ่น โดยมีมูลค่าการค้าส่งออก 8.947 ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ¹

รูปที่ 10: องค์ประกอบประเทศ/ภูมิภาคของสินค้าส่งออกหลัก 5 ประเภทของประเทศไทยในปี 2018 (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ,%)

HS84-85: สินค้าเครื่องกลและไฟฟ้า			HS86-89: อุปกรณ์การขนส่ง		
ประเทศ/ภูมิภาค	จำนวนเงิน	สัดส่วนคิดเป็น%	ประเทศ/ภูมิภาค	จำนวนเงิน	สัดส่วนคิดเป็น%
สหรัฐอเมริกา	12545	16.1	ออสเตรเลีย	6140	18.7
ญี่ปุ่น	8947	11.5	ฟิลิปปินส์	2774	8.5
ฮ่องกง	7780	10	ญี่ปุ่น	1897	5.8
จีน	6678	8.6	เวียดนาม	1646	5
มาเลเซีย	4004	5.1	อินโดเนเซีย	1635	5
HS39-40: พลาสติก ยางพารา			HS16-24: อาหาร เครื่องดื่ม ยาสูบ		
ประเทศ/ภูมิภาค	จำนวนเงิน	สัดส่วนคิดเป็น%	ประเทศ/ภูมิภาค	จำนวนเงิน	สัดส่วนคิดเป็น%
จีน	8132	27.1	ญี่ปุ่น	3136	16.4
สหรัฐอเมริกา	4004	13.3	สหรัฐอเมริกา	2477	12.9
ญี่ปุ่น	2731	9.1	พม่า	1054	5.5
มาเลเซีย	1666	5.6	อินโดเนเซีย	999	5.2
เวียดนาม	1624	5.4	กัมพูชา	981	5.1
HS28-38: ผลิตภัณฑ์เคมี			ประเทศ/ภูมิภาคที่ส่งออกรายหลัก 5 ประเภท 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น		
ประเทศ/ภูมิภาค	จำนวนเงิน	สัดส่วนคิดเป็น%			
จีน	3092	23.2			
ญี่ปุ่น	1194	9			
อินเดีย	1009	7.6			
อินโดเนเซีย	992	7.4			
เวียดนาม	970	7.3			

แหล่งที่มาข้อมูล: ด้านศุลกากรของประเทศไทย

แหล่งที่มา:

1.แหล่งที่มาของข้อมูล: ด้านศุลกากรของประเทศไทย

ภาคผนวก: คำอธิบายของ คำศัพท์ในบทนี้

ศุลกากร:

ศุลกากรเป็นชื่อย่อของ “พรมแดนศุลกากร” ซึ่งเป็นอาณาเขตที่มีการใช้พระราชกฤษฎีกาศุลกากรแบบครบวงจร โดยปกติ พรมแดนศุลกากรกับดินแดนประเทศคือสิ่งเดียวกัน แต่พรมแดนศุลกากรกับดินแดนประเทศของบางประเทศหรือภูมิภาคไม่เหมือนกัน ตัวอย่างเช่น หากประเทศใดมีท่าเรือปลอดอากรหรือเขตปลอดอากร ก็ไม่ได้อยู่ในพรมแดนศุลกากรของประเทศนั้น ดังนั้นพรมแดนศุลกากรจะมีขนาดเล็กกว่าพรมแดนของประเทศ แต่หากในประเทศที่เข้าสู่สหภาพศุลกากร ดินแดนของพวกเขาจะกลายเป็นศุลกากรที่เป็นหนึ่งเดียวกัน

ภาษีศุลกากร:

ภาษีศุลกากรคือภาษีที่เรียกเก็บจากผู้นำเข้าและผู้ส่งออกโดยศุลกากรที่กำหนดโดยรัฐบาล เมื่อนำเข้าและส่งออกสินค้าผ่านพรมแดนศุลกากรของประเทศ

ด่านศุลกากร:

ด่านศุลกากรหมายถึงขั้นตอนสำหรับการยื่นภาษีศุลกากร ก่อนส่งสินค้านำเข้าและส่งออก

ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT):

VAT เป็นชื่อย่อของภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax) ซึ่งเป็นภาษีมูลค่าเพิ่มหลังการขายที่ใช้กันทั่วไปในประเทศในสหภาพยุโรป หรือเรียกอีกอย่างว่าภาษีกำไรจากราคาสินค้า ตัวอย่างเช่น เมื่อสินค้าเข้าสู่สหราชอาณาจักร (ตามกฎหมายของสหภาพยุโรป) สินค้าจะต้องเสียภาษีนำเข้า เมื่อสินค้าถูกขาย ผู้ค้าสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มนำเข้า (IMPORT VAT) แล้วจึงชำระภาษีการขายที่เกี่ยวข้อง (SALES VAT) ตามยอดขาย

ASIN (หมายเลขสินค้าของ Amazon):

ASIN (Amazon Standard Identification Number) เป็นหมายเลขเฉพาะที่ Amazon ทำขึ้นเพื่อสินค้าของตนเอง และสร้างขึ้นโดยอัตโนมัติโดยที่ผู้ขายไม่จำเป็นต้องเพิ่มด้วยตนเอง หากเป็นรหัส ASIN ของประเทศตำราหนังสือจะเทียบเท่ากับหมายเลข ISBN สากล ปกติอยู่ข้างล่าง “Product Details” หรือ “Product Information”

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนที่แพร่หลาย

- อีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนคืออะไร?
- ทำไมต้องทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน?
- ข้อมูลเบื้องต้นและความเข้าใจผิดที่พบบ่อยเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน
- ตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน

สำหรับหลักสูตรเชิงปฏิบัติเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินการของผู้ขายอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน โปรดดูที่ "Seller University"

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

เรียนรู้ข้อมูลเพิ่มเติม:

- หากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการและแหล่งข้อมูลของทาง Amazon โปรดค้นหา "โครงการ Amazon"