



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอี คอมเมิร์ซการส่งออกข้าม พรมแดนที่แพร่หลาย บทที่ 3

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

3. ข้อมูลเบื้องต้นและความเข้าใจ ผิดที่พบบ่อยเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ การส่งออกข้ามพรมแดน

หากท่านต้องการเป็นสมาชิกของอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน เราจะข้อมูลเบื้องต้นและความเข้าใจผิดที่พบบ่อยเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงและสถานการณ์เร่งด่วน!

3.1. <u>ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน</u>	3
3.2. <u>ความเข้าใจผิดที่พบบ่อยเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน</u>	7
3.3. <u>ภาคผนวก: คำอธิบายของคำศัพท์ในบทนี้</u>	10

สื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้มีเนื้อหายู่ทั้งหมด 4 บท หากคุณต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมในบทอื่น ๆ กรุณาดูที่หน้าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องประกอบ เพื่อค้นหาบทเรียนที่คุณต้องการเรียนรู้

3.1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน

ก่อนเริ่มทำอีคอมเมิร์ซส่งออกข้ามพรมแดนอย่างเป็นทางการ ท่านต้องทำตามขั้นตอนการเตรียมการขั้นพื้นฐาน เพื่อให้ธุรกิจของท่านราบรื่นยิ่งขึ้นในอนาคต

ขั้นตอนการเตรียมการขั้นพื้นฐานเหล่านี้รวมถึง:

1. กำหนดประเทศเป้าหมาย

ก่อนอื่นต้องตัดสินใจว่าจะเปิดร้านค้าในประเทศใด ไม่ใช่ว่ายังเปิดประเทศมากเท่าไรก็ยิ่งดี และจำนวนประเทศที่เปิดมากขึ้นไม่ได้หมายถึงผลกำไรที่ดี ต้องการขายดีก็ต้องเข้าใจประเทศก่อน นอกจากนี้ ภาษาและนิสัยการบริโภคของประเทศต่างๆ ก็แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ประเทศที่เปิดยิ่งมากเท่าไรความพยายามที่ต้องใช้ก็จะยิ่งมากขึ้นหลังจากเปิดร้าน ตัวอย่างเช่น หากท่านเปิดร้านค้าในอเมริกาเหนือ อาจเข้าใจภาษาอังกฤษก็ได้แล้ว แต่หากอยากเปิดร้านค้าที่ญี่ปุ่น ยังเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมของญี่ปุ่นก็ยิ่งดี ดังนั้น ทางที่ดีที่สุดก็คือ เลือกบางประเทศในตอนเริ่มต้น ไม่ใช่เปิดตัวทั้งหมดอย่างไม่มีเป้าหมาย ปัจจุบัน Amazon ได้เปิดเว็บไซต์ 17 แห่งในสหรัฐอเมริกา แคนาดา เม็กซิโก สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี สเปน เนเธอร์แลนด์ สวีเดน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อินเดีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สิงคโปร์ ซาอุดีอาระเบีย และโปแลนด์ให้ผู้ขายชาวไทยผู้ขายสามารถเลือกเว็บไซต์เริ่มต้นได้ตามความได้เปรียบของตนเอง

มีหลายวิธีในการกำหนดตลาดเป้าหมาย หนึ่งในคือ การค้นหาตลาดจากสินค้า และอีกวิธีหนึ่งคือ การกำหนดตลาดโดยอิงจากคน

การค้นหาตลาดจากสินค้าโดยปกติท่านมีทรัพยากรผลิตภัณฑ์บางประเภท ตัวอย่างเช่น สินค้าพร้อมสต็อก ทรัพยากรโรงงานที่ผลิตสินค้า หรือตนเองคุ้นเคยเป็นพิเศษกับสินค้าประเภทหนึ่ง จากนั้นท่านสามารถศึกษาได้ว่า ประเทศใดจะมีความต้องการสินค้านั้น ตัวอย่างเช่น หากท่านมีทรัพยากรในการผลิตเสื้อกันหนาวขนสัตว์ ก็สามารถศึกษาการขายเสื้อกันหนาวขนสัตว์ในตลาดอีคอมเมิร์ซของอเมริกาเหนือและยุโรปเหนือได้

การกำหนดตลาดโดยอิงจากคนโดยปกติคนในทีมจะคุ้นเคยกับสถานการณ์ของประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นพิเศษ อาจเป็นเพราะเคยเรียนที่ประเทศนี้ เข้าใจภาษาของประเทศนี้ มีญาติมิตรในประเทศนี้เป็นต้น เข้าใจความต้องการของประเทศหนึ่ง ก็จะสามารถกลับค้นหาสินค้าตามความต้องการ

เลือกประเทศตามเงื่อนไขของตนเองต้องพิจารณา:

- ขนาดตลาดอีคอมเมิร์ซ
- นิสัยการบริโภคของประเทศเป้าหมาย
- ทรัพยากรสินค้าของตนเอง
- ระดับการแข่งขันประเทศเป้าหมาย

Amazon ได้เปิดเว็บไซต์ 17 แห่งสำหรับผู้ขายชาวไทย



2. เข้าใจนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสินค้า

ในการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซเพื่อการส่งออกข้ามพรมแดน ก่อนอื่น ท่านต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าสินค้าที่ขายเป็นไปตามกฎระเบียบของประเทศและเว็บไซต์เป้าหมาย

กฎระเบียบเหล่านี้หมายถึงนโยบายและกฎหมายของประเทศเป้าหมาย ตลาดต่างประเทศมักจะมีข้อกำหนดที่เข้มงวดกว่าในเรื่องความปลอดภัย การรักษาสิ่งแวดล้อม และอื่นๆ และมีนโยบายโดยละเอียดเพิ่มเติมสำหรับสินค้าประเภทที่แตกต่างกัน

ตัวอย่างเช่น สหภาพยุโรปมีคำสั่งและข้อบังคับ 8 ประการสำหรับสินค้าของเล่น และการขายพาวเวอร์เบงค์ในสหรัฐอเมริกา กำหนดให้ส่งรายงานการทดสอบที่เป็นไปตามมาตรฐาน UL 2056/2054 หรือ IEC 60950-1 เป็นต้น

นอกจากเงื่อนไขของประเทศเป้าหมายแล้ว เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซเพื่อการส่งออกข้ามพรมแดนเองก็มีข้อบังคับเกี่ยวกับสินค้าของตนเองโดยเฉพาะเกี่ยวกับสินค้า

อันตราย

ตรวจสอบให้แน่ใจว่าสินค้าที่ขายเป็นไปตามกฎระเบียบของประเทศเป้าหมายและเว็บไซต์

สินค้าไทย ≠ สินค้าประเทศเป้าหมาย

3. เข้าใจเงื่อนไขการบรรจุภัณฑ์สินค้า

เงื่อนไขการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอีคอมเมิร์ซเพื่อการส่งออกข้ามพรมแดนก็แตกต่างกับการค้าระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม การค้าระหว่างประเทศแบบดั้งเดิมคือ บริษัทต่างๆ บรรจุภัณฑ์ตามที่ต้องการของลูกค้า สินค้าอีคอมเมิร์ซเพื่อการส่งออกข้ามพรมแดนคือ ต้องได้รับการบรรจุภัณฑ์ตามการโฆษณาแบรนด์ ด้านทุนด้านโลจิสติกส์ บริการหลังการขาย และปัจจัยอื่นๆ ตัวอย่างเช่น มีโลโก้ที่ครอบคลุมมากขึ้น และต้องมีฉลากของ Amazon ขนาดและบรรจุภัณฑ์ที่ต้องคำนึงถึงข้อกำหนดด้านคลังสินค้าและการจัดเก็บของ FBA เพื่อลดต้นทุนโดยจะสะท้อนถึงคุณภาพและเกรดของแบรนด์ได้ดีกว่า

4. กำหนดกลยุทธ์การจัดส่งและกระจายสินค้าข้ามพรมแดน

ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น โลจิสติกส์เป็นความยากของอีคอมเมิร์ซส่งออกข้ามพรมแดน ดังนั้น ผู้ขายจำเป็นต้องเข้าใจความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับโลจิสติกส์ระหว่างประเทศและโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ของประเทศเป้าหมาย จากนั้นเลือกวิธีโลจิสติกส์ที่เหมาะสมที่สุด

ในเวลานี้ผู้ขายจำเป็นต้องทำการตัดสินใจเป็นชุดๆ ตัวอย่างเช่น การเลือกบริการจากเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซส่งออกข้ามพรมแดน หรือส่งสินค้าจากภายในประเทศไปยังผู้ซื้อในต่างประเทศด้วยพัสดุไปรษณีย์ด้วยตนเองโดยตรง หรือจัดส่งสินค้าจำนวนมากไปต่างประเทศด้วยวิธีการขนส่งทางทะเล และชนิดของคลังสินค้าที่จะให้เช่าหลังจากจัดส่งไปต่างประเทศ ประเภทบริษัทโลจิสติกส์ท้องถิ่นที่จะจัดส่งให้กับผู้ซื้อ

หลังจากที่ผู้ขายได้กำหนดวิธีการโลจิสติกส์แล้ว ยังต้องเลือกคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง

โดยทั่วไปแล้ว แนะนำให้เลือกบริการด้านโลจิสติกส์ที่ให้บริการเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน ทั้งไม่ต้องกังวล และการบริการด้านโลจิสติกส์ของเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนจะรวมเข้ากับระบบของพวกเขาได้ค่อนข้างดี ใช้สะดวกสบาย



5. เตรียมพร้อมสำหรับการรับชำระเงิน

ผู้ขายจำเป็นต้องเข้าใจความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเรียกเก็บเงินข้ามพรมแดน ตัวอย่างเช่น เมื่อการรับชำระเงินระหว่างประเทศจะประสบปัญหาอัตราแลกเปลี่ยนในการแปลงสกุลเงินต่างประเทศเป็นบาทและปัญหาการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางการเงินข้ามพรมแดน หลังจากเข้าใจความรู้พื้นฐานเหล่านี้แล้ว ให้เลือกวิธีการรับชำระเงินที่เหมาะสมตามสถานการณ์ของตนเอง วิธีการชำระเงินที่สามารถเลือกได้มีหลายวิธี: การบริการอย่างเป็นทางการของ Amazon - การรับชำระเงินทั่วโลกของ Amazon บัญชีธนาคารที่ถูกต้องในเว็บไซต์ต่างประเทศ และบัญชีเงินฝากบุคคลที่สามที่ Amazon ยอมรับ

นอกจากความรู้พื้นฐานเหล่านี้แล้ว ในการทำอีคอมเมิร์ซส่งออกข้ามพรมแดนยังต้องเรียนรู้สิ่งต่างๆ มากมาย เช่น แนวโน้มการบริโภคของประเทศเป้าหมาย นโยบายภาษีเรียกเก็บภาษี และยังคงเรียนรู้การโปรโมทตลาดและอื่นๆ ดังนั้น Amazon จึงเปิดตัว Seller University โดยเฉพาะ เพื่อนำผู้ขายตั้งแต่เริ่มต้นสู่ระดับมืออาชีพในรูปแบบต่างๆ ในขณะที่เดียวกับ Amazon ก็ใช้เครื่องมือข้อมูลต่างๆ และการบริการสนับสนุนอย่างมืออาชีพ (ตัวอย่างเช่น โลจิสติกส์ การโปรโมทการขาย และอื่นๆ) เพื่อส่งเสริมผู้ขายในทุกขั้นตอนของการพัฒนา ปลดปล่อยพวกเขาจากการทำธุรกรรมที่น่าเบื่อหน่าย และมุ่งเน้นที่ธุรกิจหลักของตนได้ดียิ่งขึ้น มีความรวดเร็วตามหลักความเป็นจริง

การเติบโต

ปัญหาหลักของการรับชำระเงินข้ามพรมแดน:



ต้องเปิดบัญชีรับชำระเงินตราต่างประเทศหรือไม่



ปัญหาด้านปฏิบัติตามข้อกำหนดทางการเงินข้ามพรมแดน



ปัญหาด้านความปลอดภัยของการรับชำระเงิน



ความเร็วในการคืนทุน

วิธีการแก้ปัญหาการรับชำระเงินที่พบบ่อย:

- การรับชำระเงิน Amazon Global Selling
- บัญชีธนาคารที่ถูกต้องในท้องถิ่นของเว็บไซต์ต่างประเทศ
- บัญชีเงินฝากบุคคลที่สามที่ Amazon ยอมรับ

3.2. ความเข้าใจผิดที่พบบ่อยเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดน

อีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนถือเป็นอุตสาหกรรมใหม่ประเภทหนึ่งที่หลายคนมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับเรื่องนี้

ความเข้าใจผิดที่ 1: ไม่มีคลังสินค้าในต่างประเทศก็ไม่สามารถทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนได้

คำตอบที่ถูกต้อง:

ไม่มีคลังสินค้าของตนเองในต่างประเทศก็สามารถทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนได้

ข้อดีของการมีคลังสินค้าในต่างประเทศคือ หลังจากที่คุณสั่งซื้อสินค้าแล้ว สามารถส่งสินค้าจากคลังสินค้าในพื้นที่และไม่มีการส่งต่อจากไทย ซึ่งช่วยลดระยะเวลาการรอคอยของลูกค้าและประหยัดค่าขนส่ง แต่คลังสินค้าที่สร้างขึ้นเองในต่างประเทศนั้น มีต้นทุนที่สูงสำหรับผู้ขายขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนใหญ่ และตัวเลือกที่สะดวกกว่าคือการใช้บริการคลังสินค้าในต่างประเทศของ Amazon ด้วยวิธีนี้เมื่อสินค้าถูกจัดส่งไปยังต่างประเทศ ก็จะไม่เก็บไว้ในคลังสินค้าในต่างประเทศที่ Amazon จัดหาให้ก่อน เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าแล้ว คลังสินค้าของ Amazon จะเลือกสินค้าและจัดส่งสินค้าให้กับบริษัทจัดส่ง ผู้ขายสามารถใช้ระบบตรวจสอบสถานะการจัดส่งสินค้าของ Amazon เพื่อให้ทราบถึงการติดตามกระบวนการของพัสดุที่แท้จริง เมื่อมีสถานการณ์การคืนหรือเปลี่ยนสินค้า สามารถส่งคืนสินค้าไปยังคลังสินค้าต่างประเทศได้ และเจ้าหน้าที่คลังสินค้าต่างประเทศจะตรวจสอบสภาพสินค้า ว่าสินค้ายังสามารถขายต่อได้หรือเปล่า สำหรับสินค้าที่ไม่สามารถขายต่อได้ ก็ยังสามารถส่งกลับให้ผู้ขายได้อีก

นอกจากมีการให้บริการคลังสินค้าในต่างประเทศแล้ว Amazon ยังให้บริการจัดส่งต่างประเทศ (FBA) แก่ผู้ขาย ซึ่ง Amazon เป็นผู้ส่งสินค้าถึงลูกค้าโดยตรง ด้วยวิธีนี้ ผู้ขายก็ไม่จำเป็นต้องไปค้นหาและประสานงานกับบริษัทจัดส่งในพื้นที่ประเทศเป้าหมายด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถลดภาระงานของผู้ขายได้อีก

ความเข้าใจผิดที่ 2: ไม่มีประสบการณ์ด้านโลจิสติกส์ในต่างประเทศก็ไม่สามารถทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนได้

คำตอบที่ถูกต้อง:

ในรูปแบบการค้าระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม การขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศอย่างปลอดภัยและรวดเร็วนั้นก็เป็นเรื่องท้าทาย เพื่อแก้ไขปัญหานี้ Amazon ได้จัดสรรบริการด้านโลจิสติกส์ทั่วโลก (AGL) ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้ขายทำงานเล็กๆ น้อยๆ ตัวอย่างเช่น ด้านศุลกากรขาออก พิธีการทางศุลกากร โลจิสติกส์ และการขนส่ง และอื่นๆ โดยช่วยลดภาระงานและต้นทุนของผู้ขายได้อย่างมาก

ความเข้าใจผิดที่ 3: ไม่สามารถทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนหากไม่มีแบรนด์เป็นของตนเอง

คำตอบที่ถูกต้อง:

ก่อนอื่น ไม่มีแบรนด์ของตนเองก็สามารถทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนได้ ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างหน้า อีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชี่ยวชาญระดับสูง แม้ว่าไม่มีโรงงานหรือแบรนด์ของตนเอง แต่ท่านมีความสามารถในการเลือกสินค้าที่ดี คุณเคยกับผู้บริโภคในประเทศเป้าหมาย เข้าใจความต้องการของพวกเขา และทำความเข้าใจกับห่วงโซ่อุปทานในประเทศไทย สิ่งเหล่านี้ก็สามารถทำให้ท่านเป็น “ผู้ซื้อ” ที่ดี และสามารถทำผลงานออกมาได้ดีเช่นกัน

“แน่นอน หากท่านต้องการสร้างแบรนด์ของตนเอง Amazon ก็มีบริการพิเศษหลายอย่าง ตัวอย่างเช่น การลงทะเบียนแบรนด์ แผนความโปร่งใส และอื่นๆ ”

การช่วยเหลือผู้ขายประเภทต่างๆ สร้างแบรนด์ของตนเอง ให้การคุ้มครองแบรนด์ของผู้ขาย และจัดเตรียมชุดเครื่องมือสำหรับการดึงดูด การแสดงผล การติดตามผลให้กับแบรนด์

ความเข้าใจผิดที่ 4: เฉพาะผู้เชี่ยวชาญด้านอีคอมเมิร์ซเท่านั้นถึงสามารถทำอีคอมเมิร์ซส่งออกข้ามพรมแดนได้

คำตอบที่ถูกต้อง:

ไม่จำเป็นต้องเป็นมืออาชีพด้านอีคอมเมิร์ซหรือต้องมีพื้นฐานด้านอีคอมเมิร์ซ Amazon มีหลักสูตรการฝึกอบรมที่ครบถ้วนและเป็นระบบ ซึ่งมีความรู้และวิธีดำเนินการทั้งหมดที่จำเป็นสำหรับการส่งออกอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน ตั้งแต่การเลือกประเทศเป้าหมาย การเลือกสินค้า ไปจนถึงวิธีการเปิดร้านและดำเนินการทีละขั้นตอน ท่านสามารถเรียนรู้สิ่งที่ท่านต้องการเรียนรู้ และสามารถเริ่มต้นได้อย่างรวดเร็ว

ความเข้าใจผิดที่ 5: เฉพาะผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งเท่านั้นที่สามารถเป็นผู้ขายผ่านอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนได้

คำตอบที่ถูกต้อง:

ไม่ใช่ ตัวแทนจำหน่ายก็สามารถทำได้ เพียงมีสินค้าที่สามารถขายได้ก็สามารถเป็นผู้ขายได้ และตัวแทนจำหน่ายสามารถเรียนรู้วิธีการเลือกสินค้า ค้นหาสินค้ายอดนิยม สร้างแบรนด์ และเข้าถึงสินค้ายอดนิยมได้ผ่านหลักสูตรการเรียนรู้ผู้ขายของ Amazon ผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีอุตสาหกรรมระดับเชี่ยวชาญ การเป็น“ผู้ซื้อ”ที่ดีก็จะเป็นทางออกที่ดีเช่นกัน Amazon มีตัวแทนจำหน่ายแบบใหม่ที่ประสบความสำเร็จมากมายเช่นนี้

ความเข้าใจผิดที่ 6: ไม่มีบัญชีการรับชำระเงินก็ในต่างประเทศ ก็ไม่สามารถทำอีคอมเมิร์ซการส่งออกข้ามพรมแดนโดย

คำตอบที่ถูกต้อง:

ไม่จำเป็น ผู้ขายเพียงต้องเลือกบริการรับชำระเงินข้ามพรมแดนที่เป็นไปตามข้อกำหนดและอนุมัติโดย Amazon และตั้งค่าบัญชีเงินฝากในแพลตฟอร์มผู้ขายของ Amazon หลังจากตั้งค่าแล้ว Amazon จะสรุปผลการชำระเงินไปยังบัญชีเงินฝากของผู้ขายในแต่ละช่วงเวลาการชำระเงินโดยอัตโนมัติ

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"