



# สร้างแบรนด์ระดับโลก สร้างความสำเร็จ ไปกับอเมซอน โกลบอล เซลลิง

คุณเชียร อนุจรพันธ์ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและความร่วมมือ  
อเมซอน โกลบอล เซลลิง ประเทศไทย

**Important notice:**

The information we're sharing with you is confidential and proprietary to Amazon. These materials are subject to the confidentiality obligations in your agreement with Amazon or in a nondisclosure agreement between us. Any unauthorized disclosure, dissemination, distribution, copying, or the talking of any action in reliance on the information herein is strictly prohibited. This presentation and its contents may only be shared with persons inside your company that have a need to know and who understand the need to keep the information confidential. The information contained in this presentation does not constitute legal, tax or financial advice. If you are in doubt as to the action you should take, please consult your legal, financial, tax, or other professional adviser.

**01**

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ  
อีคอมเมิร์ซ

**02**

อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน  
คืออะไร

**03**

ทำไมคุณควรเริ่มขาย  
บน Amazon

# 01 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ



**1. การเติบโต และความรวดเร็ว**



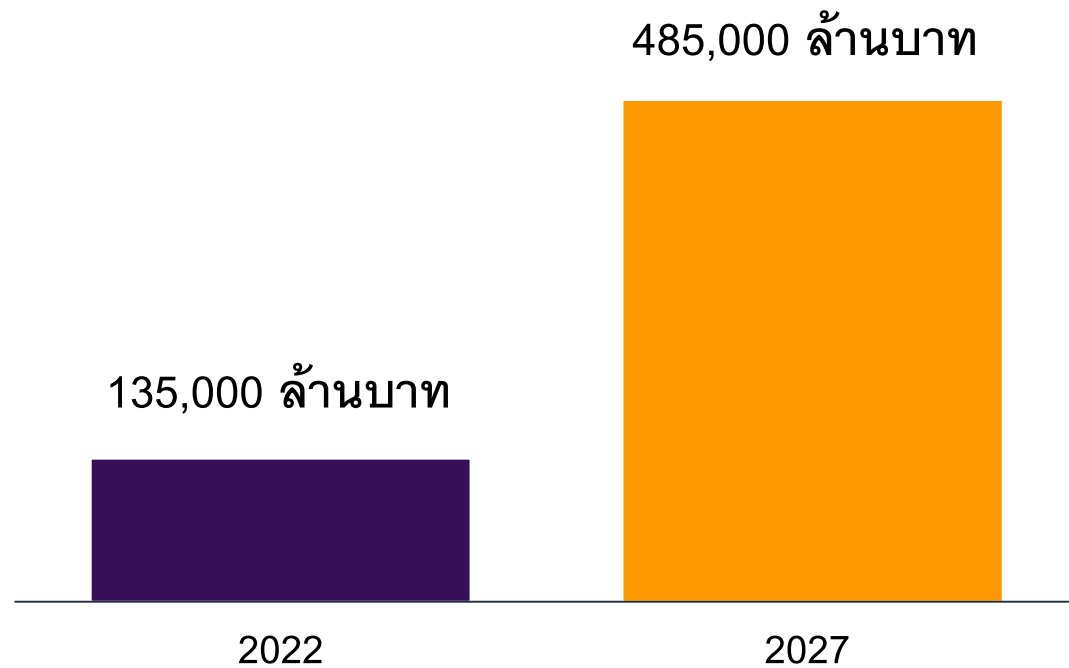
**2. เข้าถึงลูกค้าปลายทาง**



**3. อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน**

# 01 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ

รายได้รวมต่อปีจากการ  
ส่งออกอีคอมเมิร์ซแบบ  
B2C จากประเทศไทย



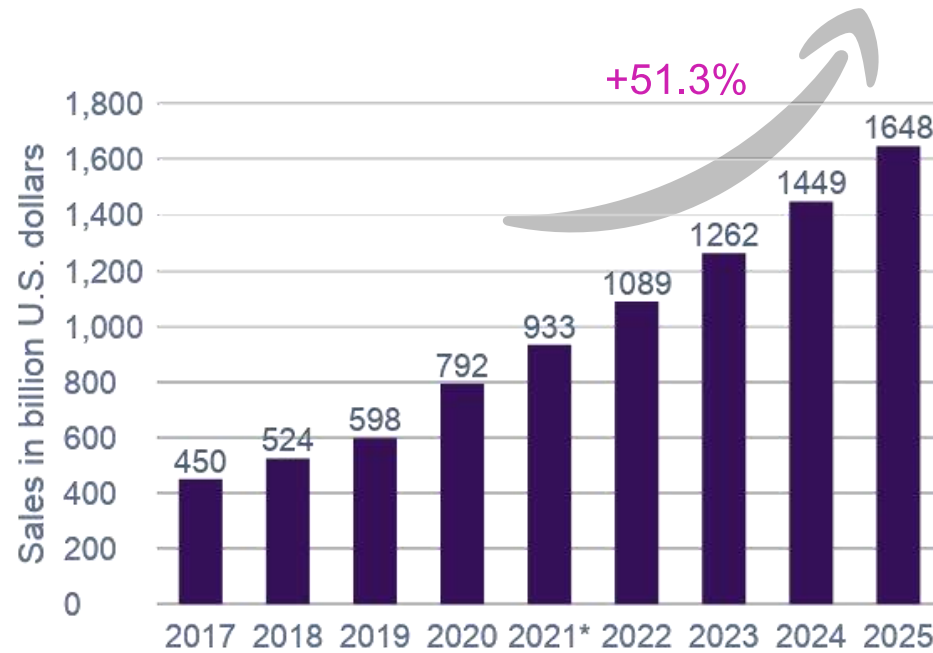
รายได้จากการส่งออกอีคอมเมิร์ซ B2C โดยผู้ขายในประเทศไทยเกิน 135,000 ล้านบาทในปี 2022 และอาจแตะ 664,000 ล้านบาทภายในปี 2027 หากสามารถเพิ่มความสามารถและสนับสนุน MSME ได้อย่างเต็มที่

ที่มา: รายงานที่จัดทำโดย Alpha  
Beta (2022)

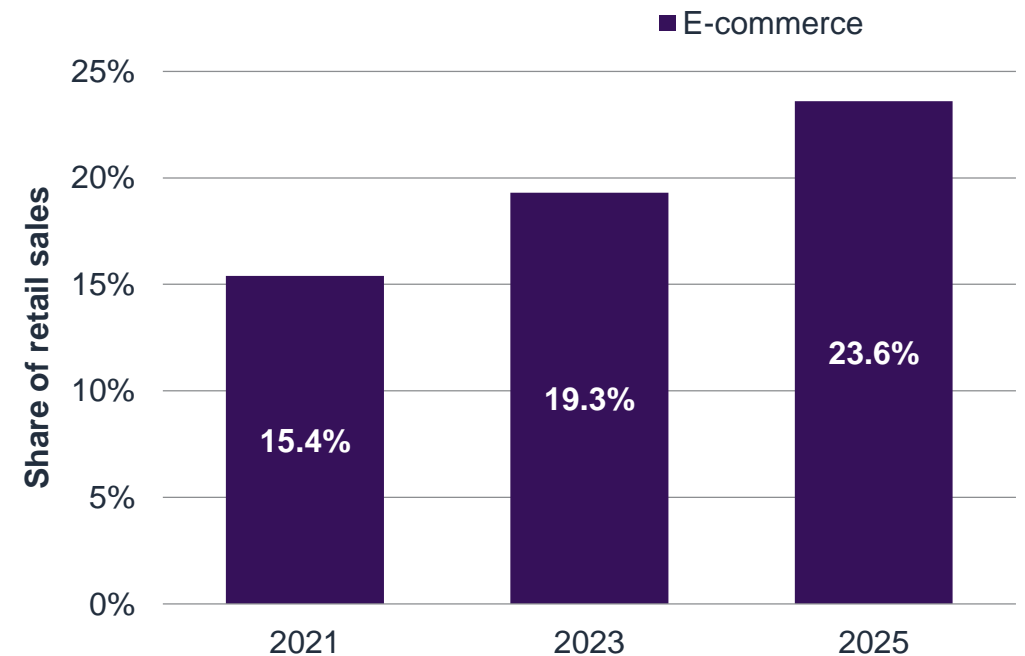
# 01 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ

อีคอมเมิร์ซสหรัฐฯ มีมูลค่ากว่า 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2022<sup>1</sup>

ยอดขายอีคอมเมิร์ซในสหรัฐฯ คาดว่าจะเติบโตกว่า 51.3% จนถึงปี 2025<sup>2</sup>



อีคอมเมิร์ซในสหรัฐฯ คาดว่าจะมียอดขายปลีก 23.6% ของปริมาณยอดขายทั้งหมดในปี 2025<sup>2</sup>



<sup>1</sup>ที่มา: Emarketer, 14 มิถุนายน 2022

<sup>2</sup>ที่มา: แบบสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคทั่วโลกของ Statista; ID 997249

## 02 อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนคืออะไร

รูปแบบการขาย

ขั้นตอนการขาย

แบบดั้งเดิม



ผู้ผลิต

ผู้ส่งออก

ผู้นำเข้า

ผู้ค้าส่ง

ผู้ค้าปลีก

ผู้บริโภค

แบบ Cross-Border  
E-commerce



ผู้ผลิตและ  
เจ้าของแบรนด์



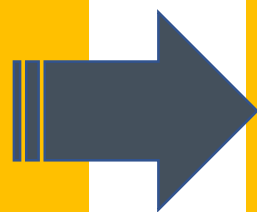
ผู้บริโภค

# โมเดลการส่งออก B2B แบบดั้งเดิมเทียบกับแบบอีคอมเมิร์ซ



ดั้งเดิม

- ดูแลและจัดการแบบออฟไลน์
- ความยากลำบากในการควบคุมราคา
- ไม่มีการโต้ตอบกับผู้บริโภคปลายทาง



E-Commerce

- ดูแลร้านและจัดการแบบออนไลน์
- สามารถควบคุมราคาขายปลายทางได้
- เข้าถึงความคิดเห็นและแนวโน้มของลูกค้าโดยตรง
- โอกาสในการสร้างแบรนด์

# ข้อควรพิจารณาที่สำคัญในอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน



1. ความน่าเชื่อถือและการเข้าถึงในช่องทางที่ใช้ในการเริ่มต้น



2. ต้องใช้โลจิสติกส์ข้ามพรมแดนที่มีมาตรฐานเพื่อทำธุรกรรมให้เสร็จสิ้น



3. จำเป็นต้องดำเนินการชำระเงินในสกุลเงินที่แตกต่าง



# 03 ทำไมคุณควรเริ่มขายบน Amazon



1. การสร้างฐานลูกค้า
2. การเตรียมความพร้อมสำหรับอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน
  - การวิจัยผลิตภัณฑ์
  - การจัดทำเครื่องหมายการค้า
  - การจัดการการปฏิบัติตามข้อบังคับในต่างประเทศ
  - การลงรายการสินค้าและการติดฉลาก
  - การจัดส่งไปยังสหรัฐฯ
3. การดำเนินงานในแต่ละวัน
4. การเติบโตของแบรนด์และยอดขาย

# ใช้ประโยชน์จากฐานลูกค้า Amazon ที่ครอบคลุมทั่วโลก

## Americas

[Amazon.com](https://www.amazon.com)  
[Amazon.ca](https://www.amazon.ca)  
[Amazon.com.mx](https://www.amazon.com.mx)  
[Amazon.com.br](https://www.amazon.com.br)

## Europe

[Amazon.co.uk](https://www.amazon.co.uk)  
[Amazon.de](https://www.amazon.de)  
[Amazon.fr](https://www.amazon.fr)  
[Amazon.it](https://www.amazon.it)  
[Amazon.es](https://www.amazon.es)  
[Amazon.nl](https://www.amazon.nl)  
[Amazon.pl](https://www.amazon.pl)  
[Amazon.se](https://www.amazon.se)  
[Amazon.be](https://www.amazon.be)

## Middle East

[Amazon.ae](https://www.amazon.ae)  
[Amazon.sa](https://www.amazon.sa)  
[Amazon.com.tr](https://www.amazon.com.tr)

## Africa

[Amazon.eg](https://www.amazon.eg)

## Asia-Pacific

[Amazon.co.jp](https://www.amazon.co.jp)  
[Amazon.in](https://www.amazon.in)  
[Amazon.com.au](https://www.amazon.com.au)  
[Amazon.sg](https://www.amazon.sg)



**300MM+**

ลูกค้าที่ใช้งานอยู่ทั่วโลก

**200MM+**

สมาชิก Prime

**22**

เว็บร้านค้า

# การเตรียมความพร้อมสำหรับอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน



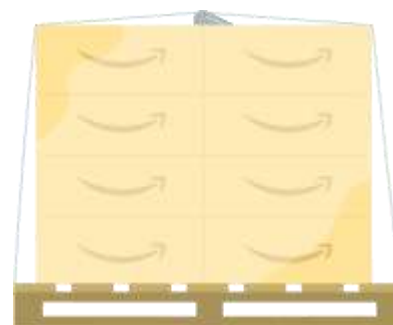
การวิจัยผลิตภัณฑ์



การปฏิบัติตาม  
ข้อบังคับ



การจัดทำ  
เครื่องหมายค้า



การลงรายการ  
สินค้า  
และการติดตาม



การจัดส่งไปยัง  
สหรัฐฯ

# เครือข่ายผู้ให้บริการ (SPN)



1000+  
ผู้ให้บริการ



18  
บริการ



4.85 / 5 คะแนน  
จาก 37,000 รีวิวผู้ขาย

# การดำเนินงานในแต่ละวัน

## โครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ชั้นนำ

400+

FC (Fulfillment center) ทั่วโลก

200+

ประเทศที่ Amazon จัดส่งสินค้า

## Fulfillment by Amazon

(บริการรับฝากและจัดส่งโดย Amazon)

- คุณขาย เราได้รับสินค้า บรรจุหีบห่อ และจัดส่งให้คุณ
- ดูแลเรื่องการส่งคืนสินค้าและการคืนเงินทั้งหมด
- บริการลูกค้าตลอด 24 ชม. ทุกวันในภาษาท้องถิ่น



# การเติบโตของแบรนด์และยอดขาย

## Amazon Brand Registry

- การคุ้มครองแบรนด์
- เครื่องมือทำการตลาดสำหรับแบรนด์

1.5x

เจ้าของแบรนด์เพิ่มยอดขายได้เร็วกว่าผู้ขายรายอื่นโดยเฉลี่ย 1.5 เท่า

## Amazon Advertising

- เพิ่มความสามารถในการค้นพบแบรนด์และสินค้า
- โอกาสในการเข้าถึงลูกค้าที่มีความตั้งใจซื้อสูง

96%

Amazon Advertising เข้าถึง 96% ของผู้ใหญ่ชาวสหรัฐฯ ทั้งหมดที่มีอายุระหว่าง 25-54 ปีทุกเดือน

## Shopping events

- Prime Day
- Black Friday
- Cyber Monday

3 พันล้านเหรียญ

ในปี 2022 ผู้บริโภคทั่วโลกทำลายสถิติการใช้จ่ายในงาน Amazon Prime Day



“

การเจาะกลุ่ม **Mass Market** ในตลาดออนไลน์ที่อเมริกา แหน่หนว่าที่แรกที่ผมนึกถึงก็คือ **Amazon** เนื่องจากผมมองว่า **Amazon** คืออีคอมเมิร์ซเบอร์ต้นของโลก การขายบน **Amazon** ทำให้เราสามารถปลดล็อคการขายในตลาดอเมริกาได้โดยที่เราไม่ต้องใช้ **Business model** แบบเดิม ๆ



คุณวีกิจ บำรุงกิจ  
Deputy Managing Director - FITNE



“

การขายบน **Amazon** มีประโยชน์มากในการขายในช่องทางอื่นที่อเมริกาเพราะนอกจากเขาจะกดซื้อสินค้าไปทดลองได้ง่ายแล้ว แบนด์ของเรายังดูน่าเชื่อถือมากขึ้นจากการลงขายบนนี้ เราจะยึดตลาดอเมริกาเป็นตลาดที่เราใช้ศึกษา เพราะตลาดที่นั่นเขาไปไกลกว่าที่อื่นค่ะ ถ้าเราตามเขาคือเราจะไปไกลกว่าคนอื่นแน่นอน



ริสรา ละองศรี  
ผู้ก่อตั้ง MarkRin





“

ในฐานะผู้ผลิต **Brand Sea of Ice** เราต้องการให้สินค้าของเราเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง การเข้ามาขายบน **Amazon** เป็นการเปิดตลาดเข้าถึงฐานลูกค้าขนาดใหญ่ และแน่นอนว่า การขายบนอเมซอน คืออีกหนึ่งช่องทางที่ให้ธุรกิจของเราได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และสามารถประสบความสำเร็จในการขายให้กลุ่มลูกค้าในต่างประเทศได้



คุณไมเคิล โฮเรีย

COO - Silver Ice Ltd.



Preparation guide to become a seller



ติดตาม Facebook Amazon Global Selling  
Thailand เพื่อไม่พลาดทุกกิจกรรมจากเรา

**Amazon Global Selling  
Thailand**



เริ่มต้นขายบน  
Amazon ได้ที่นี่!

**Sell.amazon.co.th**