

## ตลาดการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในสหรัฐอเมริกา

### มูลค่าตลาด

บริษัท ComScore ซึ่งเป็นผู้ให้บริการวิจัยการตลาดในสหรัฐฯ ได้จัดทำรายงานวิจัย การค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของสหรัฐอเมริกาในปี 2553 สรุปได้ว่า ตลาดการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ เป็นที่เรียกกันว่า อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) หรือ Online Shopping มีมูลค่าประมาณ 226,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (7,006,000 ล้านบาท) ในปี 2553 หรือ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ร้อยละ 9 การจำหน่ายแยกออกเป็น การจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นมูลค่า 142,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 10 และ การค้าบริการด้านการเดินทาง (Travel Spending) ซึ่งได้แก่ การซื้อบัตรโดยสาร เครื่องบิน การสำรองห้องพัก รถเช่า คิดเป็นมูลค่า 85,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 6



ในขณะเดียวกัน การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ในช่วงเทศกาลคริสต์มาสขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ ในช่วง 2 เดือนสุดท้ายของปี 2553 (พฤศจิกายน – ธันวาคม) มีมูลค่าสูง 32,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ คิดเป็นร้อยละ 22.5 ของยอดจำหน่ายรวมของการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทางออนไลน์

ผู้บริโภคใช้จ่ายซื้อสินค้าทางออนไลน์สูงที่สุดในวันที่เรียกกันว่า Cyber Monday โดยในปี 2553 นี้ตรงกับวันที่ 29 พฤศจิกายน มีมูลค่าการจำหน่ายสินค้าจำนวน 1,028 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 19 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2552 ที่ผ่านมา

### วันที่มียอดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์มากที่สุด 5 อันดับแรก ในปี 2553

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

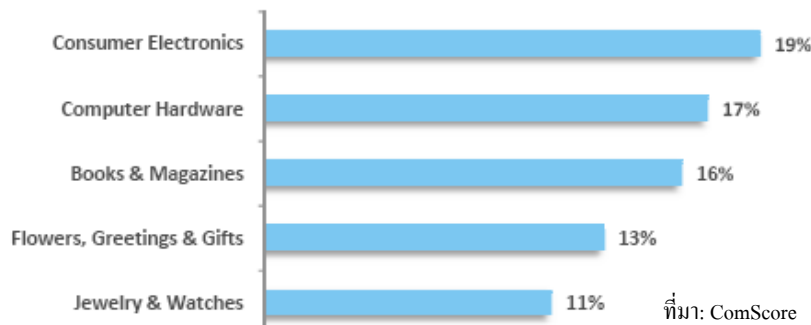
วันที่จำหน่ายสินค้า	ยอดจำหน่าย
1. วันจันทร์ที่ 29 พฤศจิกายน 2553	1,028
2. วันจันทร์ที่ 13 ธันวาคม 2553	954
3. วันจันทร์ที่ 6 ธันวาคม 2553	944
4. วันศุกร์ที่ 17 ธันวาคม 2553	942
5. วันพฤหัสบดี ที่ 16 ธันวาคม 2553	930

ที่มา: ComScore

Cyber Monday คือ วันเปิดศักราชการใช้จ่ายซื้อสินค้าในช่วงเทศกาลคริสต์มาสผ่านช่องทางออนไลน์ (On-line) จะตรงกับวันจันทร์ นับจากวัน Thanksgiving Day ซึ่งจะตรงกับวันพฤหัสบดี ในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนพฤศจิกายนของทุกปี ออกไป ซึ่งวันดังกล่าวจะเป็นวันที่ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์ จะขายสินค้า ต่างๆ และเสนอส่วนลดแก่ผู้บริโภคในสัดส่วนที่สูง หรือให้ส่วนลดมากเป็นพิเศษ

### สินค้าที่นิยมซื้อ-ขายกันทางออนไลน์ในสหรัฐฯ

สินค้าที่ได้รับความนิยมซื้อ-ขายทางออนไลน์ในสหรัฐฯ 5 อันดับแรกในปี 2553 ได้แก่ (1) เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ขยายตัวร้อยละ 19 (2) เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ขยายตัวร้อยละ 17 (3) หนังสือ และนิตยสาร ขยายตัวร้อยละ 16 (4) สินค้าที่ซื้อให้เป็นของขวัญ เช่น ดอกไม้ บัตรอวยพร และ ของขวัญ ขยายตัวร้อยละ 13 และ (5) เครื่องประดับและนาฬิกา ขยายตัวร้อยละ 11



### รูปแบบการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์

ปัจจุบัน รูปแบบการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ในสหรัฐฯ ที่นิยมมี 3 แบบ คือ

1. Retail Store Online: เป็นการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ของร้านค้าปลีก เช่น [www.walmart.com](http://www.walmart.com), [www.target.com](http://www.target.com), [www.gap.com](http://www.gap.com), [www.macys.com](http://www.macys.com), [www.apple.com](http://www.apple.com) และ [www.samsclub.com](http://www.samsclub.com), เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีการช่วยเพิ่มยอดขายไปจากการจำหน่ายในร้านค้า

2. Online Shop: เป็นการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์เพียงอย่างเดียว Website ไม่มีร้านค้าปลีก ผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะซื้อสินค้าจากผู้นำเข้า/จัดจำหน่ายไปขายทางออนไลน์ แต่มีผู้ประกอบการบางรายนำเข้าสินค้าโดยตรงจากต่างประเทศ เพื่อนำไปจำหน่ายทางออนไลน์ ผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ [www.hsn.com](http://www.hsn.com), [www.shopNBC.com](http://www.shopNBC.com), [www.zappos.com](http://www.zappos.com)

3. Internet Storefront: เป็นวิธีการขายแบบ Turnkey โดย Internet Store Front เป็นเสมือน Third Party ที่จะช่วยหาลูกค้าและขายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ให้บริการ Internet Store Front ที่สำคัญในสหรัฐฯ ได้แก่ [www.Amazon.com](http://www.Amazon.com), [www.Overstock.com](http://www.Overstock.com), [www.Netshops.com](http://www.Netshops.com), [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com), [www.CSNstores.com](http://www.CSNstores.com), [www.ebay.com](http://www.ebay.com) เป็นต้น

## แนวโน้มการค้าขายสินค้าทางออนไลน์ในสหรัฐ

ปัจจุบัน มีปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่ช่วยผลักดันให้ผู้บริโภคสหรัฐฯ หันมาใช้ช่องทางซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้นเป็นลำดับ คือ

1. การให้ส่วนลดในอัตราสินค้าที่ค่อนข้างสูง (Heavy Discount Merchandise) หรือ เรียกกันว่า Flash Sales ปัจจุบัน มีผู้การประกอบค้าทางออนไลน์ หันมาให้ส่วนลดสินค้าในอัตราค่อนข้างสูง เช่น [www.groupon.com](http://www.groupon.com) , [www.gilt.com](http://www.gilt.com) ซึ่งสามารถชักจูงให้ผู้บริโภคมาใช้จ่ายซื้อสินค้า/บริการผ่าน website ได้จำนวนมากขึ้น
2. บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเวปไซด์ (Social Media, Social Networks) เวปไซด์ Face Book และ Twitter ซึ่งเป็นสื่อทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคจำนวนมาก ในการติดต่อสื่อสาร มีบทบาทและอิทธิพลในการชักจูงให้ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นในขณะนี้ เนื่องจากห้างร้านค้าปลีกต่างๆ ได้หันมาลงโฆษณาสินค้าในราคาพิเศษ
3. เทคโนโลยีและนวัตกรรมในระบบการชำระ (Payment processing technology & Innovation ) เงินมีความปลอดภัย เป็นหลักประกันให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น และใช้จ่ายได้โดยมิต้องวิตกกังวล จึงเป็นปัจจัยช่วยผลักดันการเพิ่มการใช้จ่ายทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น

### ข้อคิดเห็นและเสนอแนะ

อนาคต ตลาดธุรกิจสินค้าทางออนไลน์ในสหรัฐฯ มีแนวโน้มการขยายตัวและได้รับความนิยมสูงในอนาคต ผู้บริโภคสหรัฐฯ มีความนิยมและความมั่นใจต่อการใช้จ่ายทางออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ Face Book, Twitter มีอิทธิพลและบทบาทต่อการเพิ่มการใช้จ่ายของผู้บริโภคทางออนไลน์

ดังนั้น การจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ จะเป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มยอดขายส่งออกได้อีกวิธีหนึ่ง จึงควรที่ผู้ผลิต/ส่งออกไทยควรพิจารณาและให้ความสนใจศึกษา รวมไปถึงการพิจารณาการใช้ Internet Storefront เข้ามาเป็นเครื่องมือช่วยเปิดประตูให้แก่สินค้าไทยเข้าสู่การค้าขายสินค้า/บริการทางออนไลน์ในสหรัฐฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครชิคาโก

2 มีนาคม 2554