เบลเยียมจับมือ Amazon ผลักดัน SMEs ขยายตลาดส่งออกผ่านออนไลน์

รัฐบาลกลางเบลเยียม บริษัท Amazon และสมาคมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งเบลเยียม (Becom) ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจภายใต้โครงการ Amazon Export Pledge เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2569 เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของเบลเยียมในการขยายตลาดส่งออกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยตั้งเป้าหมายให้ผู้ประกอบการมียอดขายส่งออกสะสมผ่าน Amazon มากกว่า 2,000 ล้านยูโรภายในสิ้นปี 2573 ความร่วมมือดังกล่าวสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ Federal E-commerce PLUS ของรัฐบาลเบลเยียม

ความร่วมมือ Amazon Export Pledge เกิดขึ้นในช่วงที่ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของเบลเยียมยังคงขยายตัว แต่ผู้ประกอบการภายในประเทศเผชิญการแข่งขันจากแพลตฟอร์มต่างชาติมากขึ้น โดยรัฐบาลเบลเยียมได้ให้ความเห็นชอบแผนปฏิบัติการ Federal E-commerce PLUS เมื่อเดือนพฤษภาคม 2569 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเบลเยียม ควบคู่กับการคุ้มครองผู้บริโภคและสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรม แผนดังกล่าวครอบคลุมการดำเนินงาน 8 ด้านสำคัญ เช่น การสนับสนุน SMEs การสร้างความร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานร่วมกันระหว่างศุลกากรและหน่วยงานกำกับดูแล ตลอดจนการผลักดันกฎระเบียบด้านการค้าออนไลน์ในระดับสหภาพยุโรป โดยเฉพาะการควบคุมสินค้านำเข้าจากประเทศนอกสหภาพยุโรปที่อาจไม่เป็นไปตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยและคุณภาพสินค้า

ข้อมูลของ Amazon ระบุว่า ในปี 2568 ผู้ประกอบการ SMEs เบลเยียมที่จำหน่ายสินค้าผ่าน Amazon มากกว่าร้อยละ 90 มีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่ารวมกว่า 400 ล้านยูโร โดยมากกว่าร้อยละ 75 ของผู้ประกอบการดังกล่าวส่งออกไปยังประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป มูลค่ากว่า 190 ล้านยูโร รวมจำนวนสินค้าที่จำหน่ายกว่า 10 ล้านชิ้น และมีการจ้างงานในเบลเยียมเพื่อสนับสนุนธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการเหล่านี้กว่า 3,000 ตำแหน่ง

ภายใต้ความร่วมมือดังกล่าว Amazon จะสนับสนุนเครื่องมือและโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ SMEs ในการขยายตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อปรับปรุงข้อมูลสินค้าและจัดทำสื่อโฆษณา การใช้บริการ Fulfillment by Amazon (FBA) สำหรับการจัดเก็บ บรรจุ จัดส่งสินค้า และบริหารจัดการการคืนสินค้า รวมถึงบริการ Amazon Global Selling ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศผ่านระบบแปลภาษาและแปลงสกุลเงิน ขณะที่ Becom จะสนับสนุนการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะด้านการส่งออกออนไลน์ ส่วนรัฐบาลกลางเบลเยียมจะจัดให้มีการหารือกับภาคธุรกิจเพื่อแก้ไขอุปสรรคด้านกฎระเบียบและการค้าข้ามพรมแดน ทั้งนี้ ความร่วมมือดังกล่าวเชื่อมโยงกับแผนการลงทุนของ Amazon ในเบลเยียมมูลค่ากว่า 1,000 ล้านยูโรในช่วงปี 2568–2570

รายงานของ Becom ระบุว่า ในปี 2568 ผู้บริโภคเบลเยียมใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการออนไลน์รวม 18,300 ล้านยูโร เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 จากปีก่อนหน้า ขณะที่ยอดขายออนไลน์ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบลเยียมเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.43 สะท้อนว่าการขยายตัวของการใช้จ่ายออนไลน์ส่วนหนึ่งเป็นผล

มาจากการเติบโตของผู้ประกอบการและแพลตฟอร์มต่างประเทศ นอกจากนี้ รายงาน European E-commerce Report 2026 คาดว่ามูลค่าตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของเบลเยียมจะขยายตัวอีกร้อยละ 5 ในปี 2569 หรือมีมูลค่าประมาณ 19,200 ล้านยูโร

ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผลสำรวจของ Becom พบว่า ประชากรเบลเยียมอายุ 18 ปีขึ้นไปประมาณร้อยละ 90 มีการซื้อสินค้าออนไลน์อย่างน้อยหนึ่งครั้งในปี 2568 โดยหมวดสินค้าที่มีมูลค่าการใช้จ่ายออนไลน์สูง ได้แก่ เสื้อผ้าและรองเท้า 2,700 ล้านยูโร สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ 1,700 ล้านยูโร และสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น อาหารและผลิตภัณฑ์ความงาม 1,260 ล้านยูโร ทั้งนี้ ผู้บริโภคนิยมซื้อบริการท่องเที่ยว กิจกรรมพักผ่อน และบริการโทรคมนาคมผ่านช่องทางออนไลน์ ขณะที่อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าเพื่อการทำสวน และสินค้าเพื่อสุขภาพยังคงนิยมซื้อจากร้านค้าจริงมากกว่า อย่างไรก็ดี พฤติกรรมการซื้อสินค้ามีแนวโน้มผสมผสานระหว่างช่องทางออนไลน์และหน้าร้านมากขึ้น โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคา ความปลอดภัยในการซื้อสินค้า ช่องทางชำระเงิน ตลอดจนความคิดเห็นและการประเมินสินค้าจากผู้ซื้อรายอื่น

นอกจากนี้ แพลตฟอร์มจำหน่ายสินค้าออนไลน์ยังมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเบลเยียม โดย Bol เป็นแพลตฟอร์มที่เป็นที่รู้จักและได้รับการประเมินจากผู้บริโภคสูงสุดในเขตแฟลนเดอร์ส ขณะที่ Amazon มีสถานะดังกล่าวในเขตวัลโลเนีย ส่วนเว็บไซต์และแพลตฟอร์มจำหน่ายสินค้าออนไลน์จากจีน เช่น Temu, AliExpress และ SHEIN ยังคงได้รับความนิยม โดยผลสำรวจของ Becom ในปี 2569 พบว่า ผู้บริโภคเบลเยียมร้อยละ 62 เคยซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มจากจีน แม้ว่าร้อยละ 62 ของผู้ที่เคยใช้บริการจะประสบปัญหาในการซื้อสินค้า แต่ร้อยละ 73 ยังคงพิจารณาที่จะกลับมาซื้ออีก โดยปัจจัยที่ดึงดูดผู้บริโภค ได้แก่ ราคาสินค้า ความรวดเร็วในการจัดส่ง การคืนสินค้าฟรี และส่วนลดต่าง ๆ ทั้งนี้ Becom ระบุว่า แม้สัดส่วนผู้บริโภคที่เคยใช้แพลตฟอร์มจีนจะไม่ได้เพิ่มขึ้นในช่วงล่าสุด แต่ปริมาณสินค้าจากจีนที่นำเข้าสู่ยุโรปยังคงขยายตัว สะท้อนว่าผู้บริโภคบางกลุ่มมีการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้บ่อยครั้งขึ้น

<u>บทวิเคราะห์และความเห็น สคต.</u>

ความร่วมมือ Amazon Export Pledge สะท้อนแนวทางของรัฐบาลเบลเยียมในการส่งเสริมการส่งออกผ่านช่องทางดิจิทัล โดยอาศัยความร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์รายใหญ่ที่มีเครือข่ายลูกค้า ระบบโลจิสติกส์ และเทคโนโลยีสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ เพื่อช่วยลดข้อจำกัดของผู้ประกอบการ SMEs ที่อาจขาดทรัพยากรและประสบการณ์ในการทำตลาดระหว่างประเทศ อย่างไรก็ดี การเข้าถึงแพลตฟอร์มไม่ได้หมายความว่าผู้ประกอบการจะสามารถเพิ่มยอดขายส่งออกได้ทันที เนื่องจากยังต้องเผชิญการแข่งขันด้านราคา ต้นทุนค่าธรรมเนียม การจัดส่งสินค้า การโฆษณา ตลอดจนข้อกำหนดด้านมาตรฐานสินค้าและภาษีของแต่ละตลาด ความสำเร็จจึงขึ้นอยู่กับความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละรายด้วย

ขณะเดียวกัน การที่ยอดใช้จ่ายออนไลน์ของผู้บริโภคเบลเยียมเติบโตเร็วกว่ายอดขายออนไลน์ของผู้ประกอบการในประเทศ สะท้อนให้เห็นว่าการขยายตัวของตลาดไม่ได้ส่งผลดีต่อธุรกิจท้องถิ่นในสัดส่วนเดียวกัน โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาและสั่งซื้อสินค้าจากแพลตฟอร์มต่างประเทศได้สะดวกมากขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ให้ความสำคัญกับราคา ความรวดเร็วในการจัดส่ง และความสะดวกในการคืนสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการต้องแข่งขันทั้งด้านสินค้าและคุณภาพการให้บริการ รัฐบาลเบลเยียมจึงดำเนินนโยบายสองด้านควบคู่กัน ได้แก่ การสนับสนุนผู้ประกอบการให้ขยายตลาดส่งออกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และการยกระดับการกำกับดูแลสินค้านำเข้าจากต่างประเทศเพื่อสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมภายใต้แผน Federal E-commerce PLUS

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเฮก
พฤศจิกายน 2569

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
The Hague, The Netherlands

Parkstraat 83, 2514 JG, The Hague
T: +31 70 701 4613
E: info@thaitradehague.com