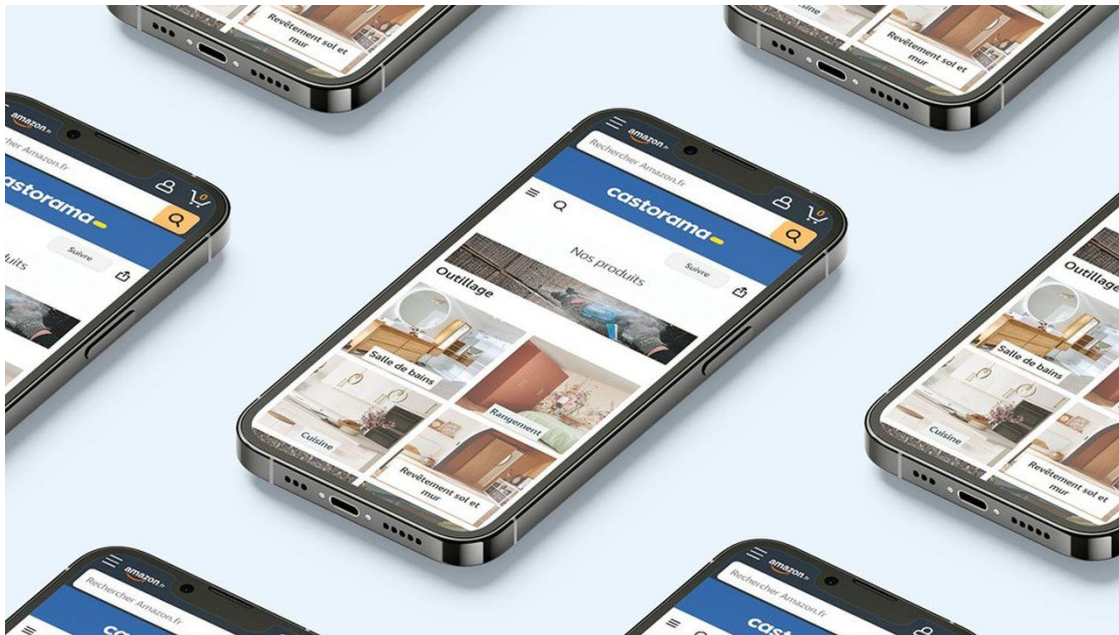




สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปารีส
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐฝรั่งเศส
วันที่ 1 – 15 กรกฎาคม 2569



ห้างค้าปลีกวัสดุก่อสร้างฝรั่งเศส Castorama เปิดช่องทางการค้าออนไลน์ผ่าน Amazon



ภาพประกอบ Castorama Amazon

ห้างค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง Castorama เปิดตัวช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ในรูปแบบ Marketplace เมื่อเดือนเมษายน 2024 และได้ทุ่มเทความพยายามในการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากตลาดอีคอมเมิร์ซของฝรั่งเศสมี Amazon ครองความเป็นผู้นำอย่างแข็งแกร่ง โดยมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 60 ในกลุ่มสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร และมีผู้ใช้งานเข้าชมเว็บไซต์ในแต่ละเดือนคิดเป็นร้อยละ 42 ของประชากรฝรั่งเศส Castorama จึงตัดสินใจขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ Amazon โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 7 กรกฎาคมที่ผ่านมา นับเป็นห้างค้าปลีกวัสดุก่อสร้างรายแรกของฝรั่งเศสที่เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์มดังกล่าว

ในเบื้องต้นประกอบด้วยสินค้าประมาณ 1,000 รายการจากสี่แบรนด์หลักที่เป็น House Brand ของห้าง Castorama :

- Erbauer : อุปกรณ์งานช่าง สว่าน แบตเตอรี่ เครื่องบด ฯลฯ
- Mac Allister : อุปกรณ์สำหรับตกแต่งจัดสวน และอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานช่างต่างๆ ฯลฯ
- Magnusson : แบรนด์อุปกรณ์งานช่าง ฯลฯ

➤ GoodHome : สินค้าเครื่องเรือนตกแต่งบ้านและสวน

โดย House Brand เหล่านี้มีราคาในระดับต่ำกว่าแบรนด์อื่นๆในท้องตลาดประมาณร้อยละ 15 - 30

นาง Marie-Laure Cassé ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดดิจิทัลของ Castorama กล่าวว่า Amazon มีฐานลูกค้าหลากหลายทั้งค้าปลีกและค้าส่ง โดย Castorama เลือกใช้บริการโลจิสติกส์ครบวงจรของ Amazon ตั้งแต่การจัดเก็บสินค้าในคลัง การบริหารคำสั่งซื้อ ไปจนถึงการจัดส่งถึงผู้บริโภค ความร่วมมือนี้ไม่เพียงช่วยขยายช่องทางการตลาด แต่ยังทำให้ Amazon เป็นอีกหนึ่งช่องทางประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จัก Castorama และ House Brand ของบริษัทมากขึ้น นอกจากนี้ Castorama ยังนำระบบที่ปรึกษาการขายด้วย AI ชื่อ Hello Casto มาใช้ร่วมกับเว็บไซต์ของห้างค้าปลีกตั้งแต่ปี 2023 เพื่อช่วยแนะนำสินค้าแก่ลูกค้า และใช้ข้อมูลการค้นหาจาก Google เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเช่นกัน

ภาวะเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้ยอดขายของห้างค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในฝรั่งเศสปี 2025 ลดลงร้อยละ 1.9 ขณะที่ช่องทางออนไลน์กลับเติบโตร้อยละ 7.7 โดย Castorama มียอดขายออนไลน์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24 อย่างไรก็ตาม Leroy Merlin คู่แข่งสำคัญและผู้นำตลาดอันดับหนึ่งในฝรั่งเศส ยังสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ Castorama จำเป็นต้องเร่งทำตลาดเชิงรุก

นาย Thierry Garnier ผู้บริหารบริษัท Kingfisher ซึ่งเป็นเจ้าของ Castorama และห้างค้าปลีกอื่นในยุโรป ได้แก่ Brico Dépôt, B&Q, Screwfix และ TradePoint และเป็นผู้สนับสนุนนโยบายนี้ ระบุว่า ยอดขายออนไลน์ของบริษัทในเครือคิดเป็นร้อยละ 22 ของยอดขายรวม ขณะที่ Castorama มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 10 โดยตั้งเป้าให้ยอดขายออนไลน์ของห้างทั้งหมดเพิ่มเป็นร้อยละ 30 ในระยะเวลาอันใกล้

ความร่วมมือในครั้งนี้ระหว่าง Castorama และ Amazon อาจพัฒนาไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาว ปัจจุบัน Castorama มีจำนวน 93 สาขาในฝรั่งเศส และมี House Brand 12 แบรนด์ที่มียอดขายร้อยละ 45 ของยอดขายทั้งหมดรวมกัน มีสินค้ามากกว่า 40,000 รายการ แต่ในระยะแรกนำไปจำหน่ายบนเว็บไซต์ Amazon เพียง 1,000 รายการ จึงยังมีโอกาสเพิ่มจำนวนสินค้าได้อีกมาก

นาย Fabien Pons ผู้อำนวยการ Amazon.fr กล่าวว่า สินค้ากลุ่มวัสดุก่อสร้างบนเว็บไซต์เป็นสิ่งที่ต้องการเป็นอย่างมาก ความร่วมมือครั้งนี้จะช่วยเพิ่มความหลากหลายของสินค้าบนเว็บไซต์ โดยจะไม่เป็นการแย่งส่วนแบ่งจากช่องทางจำหน่ายอื่นๆ ทั้งจากห้างค้าปลีก ช่องทางออนไลน์ของแต่ละห้าง หรือ pure player แต่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน เนื่องจากผู้บริโภค 1 ใน 2 ศึกษาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ก่อนตัดสินใจซื้อจากห้างค้าปลีก

ความเห็นสรุป.

ข้อมูลจากสมาพันธ์ผู้ประกอบการสินค้าออนไลน์ฝรั่งเศส (Fevad) ระบุว่า เว็บไซต์จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ทำสวนที่ได้รับความนิยมสูงสุดสามอันดับแรกในฝรั่งเศส ปี 2025 ได้แก่ Amazon ครองสัดส่วนร้อยละ 33.2 จากจุดแข็งด้านความหลากหลายของสินค้า รองลงมาคือ Leroy Merlin ร้อยละ 22.1 โดดเด่นด้านสินค้าสำหรับรีโนเวตและตกแต่ง และ Castorama ร้อยละ 11.6 เน้นกลุ่มอุปกรณ์งานช่าง ทั้งนี้ หลังปรับนโยบายและทำตลาดเชิงราคาอย่างเข้มข้น Castorama ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นสามอันดับภายในหนึ่งปี

นอกเหนือจากสินค้ากลุ่มนี้ Amazon ยังเป็นผู้นำตลาดออนไลน์ในฝรั่งเศสในหลายหมวดสินค้า เช่น แฟชั่น หนังสือดนตรี สันทนาการ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ของเล่น เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ความงาม เครื่องเรือน และของตกแต่งที่พักอาศัย สะท้อนบทบาทของ Amazon ในฐานะช่องทางจำหน่ายออนไลน์สำคัญของตลาดฝรั่งเศส ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่สนใจส่งสินค้าเข้าสู่ตลาดฝรั่งเศสอาจพิจารณาศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมถึงความต้องการสินค้าในตลาดฝรั่งเศสผ่านทางเว็บไซต์ Amazon และสามารถพิจารณาจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ โดยยังคงต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามมาตรฐานและข้อกำหนดของฝรั่งเศสสำหรับสินค้าแต่ละประเภทอย่างเคร่งครัด

ที่มาของข่าว

Julia Lemarchand

ข้อมูลจาก Les Echos

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/castorama-premiere-enseigne-de-bricolage-tricolore-a-rejoindre-la-marketplace-damazon-2241331>