

ข่าวประชาสัมพันธ์

**นินจาแวน ประเทศไทย และ Geopost เผย 16% ของผู้
ช้อปออนไลน์ในประเทศไทยเป็น
นักช้อปตัวยง! ครองยอดช้อบนตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศ
สูงถึง 47%**



กรุงเทพฯ ประเทศไทย, 11 กรกฎาคม 2566 – [นินจาแวน ประเทศไทย](#) หนึ่งในผู้นำบริษัทโลจิสติกส์ที่นำเทคโนโลยีมาใช้ด้านบริการจัดส่งพัสดุ ร่วมกับ Geopost บริษัทบริการจัดส่งพัสดุระหว่างประเทศระดับโลกที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป เผยผลการสำรวจฉบับล่าสุด เกี่ยวกับ [‘อนาคตของตลาดอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้’](#) โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลจากการตอบ

แบบสอบถามของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ของนินจาแวนกว่า 9,000 ราย ใน 6 ประเทศได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ไทย และเวียดนาม เพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมของเหล่าผู้ซื้อสินค้าออนไลน์กลุ่มนี้ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็น “นักช้อปออนไลน์ตัวยง (e-shopaholics) ของ นินจาแวน ประเทศไทย



จากบรรดาผู้ที่เข้าร่วมตอบแบบสอบถามทั้งหมดในประเทศไทย มีผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่ได้จัดว่าเป็น นักช้อปออนไลน์ตัวยง (e-shopaholic) จำนวน 16% และนักช้อปออนไลน์ตัวยงกลุ่มนี้ ครองการซื้อสินค้าในตลาดอีคอมเมิร์ซสูงถึง 47% เป็นจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของการซื้อสินค้าออนไลน์ทั้งหมดในประเทศไทย นักช้อปออนไลน์ตัวยงเหล่านี้ มีความเชี่ยวชาญและยังมีการทดลองนำวิธีใหม่ๆ มาใช้การช้อปปิ้งออนไลน์อีกด้วย โดยนักช้อปออนไลน์ตัวยงราว 92% มักซื้อสินค้าโดยตรงจากโซเชียลมีเดีย ซึ่งรวมถึงการซื้อจากแบรนด์ต่าง ๆ ที่พวกเขาติดตาม และร้านค้าที่พวกเขาบังเอิญเจอในหน้าฟีด (feed) และสตอรี่ส์ (stories) บนโซเชียลมีเดีย

สำหรับในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่จัดว่าเป็น นักช้อปตัวยง (e-shopaholic) จำนวน 15% ของจำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ทั้งหมด และนักช้อปกลุ่มนี้มีการซื้อสินค้าสูงถึง 45% ของการซื้อสินค้าผ่านทางอีคอมเมิร์ซทั้งหมด



จากผลสำรวจพบว่านักช้อปปิ้งที่เป็น e-shopaholic ส่วนใหญ่ มักตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์เป็นคนกลุ่มแรกก่อนใคร เพราะพวกเขาเหล่านั้นเป็นมีความชำนาญและรู้วิธีที่จะนำระบบนิเวศอีคอมเมิร์ซมาใช้ และมีความเชี่ยวชาญสูงในการใช้ช่องทางต่างๆ ในการติดต่อเพื่อให้พวกเขาสามารถซื้อสิ่งที่พวกเขาต้องการได้อย่างสะดวก การช้อปปิ้งออนไลน์จึงกลายเป็นนิสัยที่เคยชินของนักช้อปปิ้งออนไลน์ด้วยกลุ่มนี้ พวกเขาซื้อสินค้าบ่อยครั้งและซื้อสินค้าหลากหลายประเภท ซึ่งมีการจับจ่ายโดยเฉลี่ยมากกว่านักช้อปปิ้งออนไลน์ทั่วไปถึง 2 เท่า

“เรารู้ดีว่าการช้อปปิ้งออนไลน์นั้นมีความซับซ้อน เหล่านักช้อปปิ้ง e-shopaholic นั้นมีมาตรฐานที่สูงกว่านักช้อปปิ้งออนไลน์ทั่วไปมาก ตั้งแต่การเรียกดูสินค้าครั้งแรกไปจนถึงการรับพัสดุหลังจากที่พวกเขาทำการคลิกเลือกรายการสินค้าที่ซื้อ ซึ่งในแต่ละขั้นตอนล้วนแต่เป็นตัวแปรสำคัญต่อการเป็นนักช้อปปิ้งออนไลน์ด้วย เราหวังว่า ผลการสำรวจฉบับนี้จะให้ความกระจ่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของนักช้อปปิ้งออนไลน์ เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับบรรดาผู้ขายสินค้าออนไลน์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อก้าวต่อไปของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในอนาคต”
มร. เพ็ช เอ็ง กรรมการบริหารฝ่ายปฏิบัติการ นินจาแวน ประเทศไทย กล่าว

รายงานการสำรวจพฤติกรรมการช้อปปิ้งของกลุ่มนักช้อปปิ้งออนไลน์ด้วยฉบับนี้ ยังมีคำแนะนำเกี่ยวกับโซลูชันต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ผู้ขายสินค้าอีคอมเมิร์ซสามารถมีส่วนร่วมในขั้นตอนสำคัญต่าง ๆ ตลอดเส้นทางการช้อปปิ้งของพวกเขา

รายงานการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักช้อปปิ้งออนไลน์ครั้งล่าสุด ที่จัดทำขึ้นโดยนินจาแวน กรุ๊ป นี้ จึงเป็นเครื่องยืนยันว่า นินจาแวน มีความมุ่งมั่นและ

ทำความเข้าใจกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อที่จะมอบโซลูชันด้านบริการจัดส่งที่ขจัดความยุ่งยากให้กับผู้ขายสินค้าในตลาดอีคอมเมิร์ซ และช่วยสร้างพลังใจในการทำธุรกิจของพวกเขาได้

ด้วยธุรกิจด้านโลจิสติกส์อีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงมีความโดดเด่น นินจาแวน กรุ๊ป จึงยังคงรักษาระบบนิเวศในการดำเนินธุรกิจของเราต่อไป เพื่อนำเสนอคุณค่าของการบริการและเครื่องมือที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าของเราจะได้รับประสบการณ์ที่ราบรื่นทั้งต่อผู้ส่งสินค้าและผู้ซื้อสินค้า

ดูข้อมูลสรุปผลการสำรวจฉบับสมบูรณ์ [ที่นี่](#) หรืออ่านบทสรุปฉบับย่อบนบล็อก [ได้ที่นี่](#)

###

เกี่ยวกับนินจาแวน

นินจาแวน คือ หนึ่งในผู้นำบริษัทโลจิสติกส์ที่ใช้เทคโนโลยีในการขับเคลื่อนโซลูชันซัพพลายเชน ในการบริการจัดส่งพัสดุสำหรับธุรกิจทุกขนาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ครอบคลุมทั่วทั้งหมด 6 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม และไทย สำหรับนินจาแวน ประเทศไทย เรามุ่งมั่นทุ่มเทเพื่อให้ความช่วยเหลือและสรรหาวิธีการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะและความต้องการเฉพาะของผู้ขนส่งทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่อย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจ SME เพื่อขจัดความยุ่งยากในการพัสดุ เพื่อตอบสนองความต้องการและช่วยให้ผู้จัดส่งสามารถมุ่งเน้นที่การเติบโตทางธุรกิจของพวกเขาของธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.ninjavan.co/th-th>



เกี่ยวกับจีโอโพสต์

Geopost ผู้นำด้านการจัดส่งพัสดุและโซลูชันอีคอมเมิร์ซของยุโรป เปิดดำเนินธุรกิจใน 49 ประเทศทั่วโลก ผ่านเครือข่ายแบรนด์ชั้นนำที่มีความชำนาญด้านการจัดส่ง ได้แก่ DPD, Chronopost, SEUR, BRT, Speedy และ Jadlog ด้วยความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในอุตสาหกรรมด้านบริการจัดส่งของแบรนด์ต่างๆ นี้ ส่งผลให้ Geopost สามารถขยายการเติบโตและพัฒนาบริการจัดส่งนอกบ้านภายใต้แบรนด์ Pickup ซึ่งเป็นเครือข่ายร้านพัสดุและล็อกเกอร์ที่มีผู้ใช้บริการหนาแน่นที่สุดในยุโรป และกำลังขยายโซลูชันเกี่ยวกับการควบคุมอุณหภูมิสำหรับธุรกิจอาหารและการดูแลสุขภาพ ในโลกแห่งความเร่งรีบและการเปลี่ยนแปลงนี้ Geopost ยังมีส่วนร่วมและครอบคลุมพื้นที่ตลาดอีคอมเมิร์ซใหม่ด้วยบริการกับ ESW ผ่านทางแบรนด์ Asendia, epicery และ Pourdebon.com

ด้วยจำนวนพนักงานและพันธมิตรกว่า 122,000 คน Geopost จึงพยายามเพื่อทำให้ธุรกิจการค้าสะดวกขึ้น สร้างผลกำไร และมีความยั่งยืนสำหรับต่อลูกค้าและชุมชนของตน Geopost มุ่งมั่นที่จะกลายเป็นแหล่งอ้างอิงระดับสากลในการบริการจัดส่งอย่างยั่งยืน Geopost เป็นบริษัทจัดส่งระดับโลกแห่งแรกที่มีแผนงานสู่ Net Zero ภายในปี 2040 ซึ่งได้รับการอนุมัติโดย Science Based Targets Initiative (SBTi)

Geopost ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ [La Poste Groupe](#), สร้างรายได้ถึง 1.56 หมื่นล้านยูโร และจัดส่งพัสดุมากถึง 2.1 พันล้านชิ้นทั่วโลกในปี 2565

สื่อมวลชนสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อทีมประชาสัมพันธ์

กมลลักษณ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา

ผู้จัดการฝ่ายการสื่อสาร

บริษัท นินจาแวน ประเทศไทย

โทร 082 032 5769