

Amazon นำนวัตกรรม “Dash Button” เข้ามาใช้ในเยอรมนี



ล่าสุดผู้ให้บริการการค้าออนไลน์รายใหญ่ Amazon หนึ่งในผู้คิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ในธุรกิจออนไลน์ ได้ออกมาเผยถึงนวัตกรรมตัวใหม่ที่ Amazon ได้ใช้ระยะเวลาในการคิดค้นและพัฒนามานานพอสมควร เพื่อตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคในชีวิตประจำวันได้มากยิ่งขึ้น โดยนวัตกรรมตัวใหม่นี้เป็นเพียงปุ่มสั่งสินค้าอัตโนมัติชิ้นเล็ก ๆ มีขนาดเท่ากับปุ่มกดเครื่องหน้าบ้านที่มีสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการสั่งซื้อติดอยู่ หรือเรียกว่า “Dash Button” เพียงแค่ผู้บริโภกดปุ่มคลิก เพื่อทำการสั่งซื้อสินค้า สินค้าที่ต้องการจะส่งมาถึงหน้าบ้านภายในเวลาเพียงไม่กี่วัน

Amazon ได้แนวความคิดในการคิดค้นนวัตกรรมตัวนี้ เพียงเพื่อต้องการอำนวยความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันให้สามารถรับบริการสินค้าได้ในอาคารสถานที่ของตนเองต้องการ โดยไม่ต้องเสียเวลาไปจับจ่ายใช้สอยสินค้าในร้านค้าปลีก หรือซูเปอร์มาร์เก็ตอีกต่อไป เนื่องจากเพียงแคกดปุ่มคลิก สินค้าจะถูกส่งถึงหน้าบ้านโดยอัตโนมัติ โดยเริ่มแรก Amazon ได้ใช้ Dash Button ในการบริการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน โดยการติดปุ่ม Dash Button กับเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ภายในบ้าน อาทิ เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น หรือ เครื่องถ่ายเอกสาร เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถกดปุ่มคลิกสั่งผงซักฟอก ถังเครื่องดูดฝุ่น หรือหมึกเครื่องถ่ายเอกสาร ได้อย่างสะดวกและทันท่วงทีก่อนที่สินค้าดังกล่าวจะหมด



- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

สำหรับการใช้งานของปุ่ม Dash Botton นั้น ปุ่ม Dash Botton 1 ชิ้น สามารถใช้ได้กับสินค้าเพียง 1 ชนิดเท่านั้น ซึ่งถ้าลูกค้าต้องการเปลี่ยนเป็นไปใช้ผลิตภัณฑ์อื่น จะต้องสั่ง ปุ่ม Dash Button ชิ้นใหม่ โดยปุ่ม Dash Botton ดังกล่าวจะถูกติดตั้งผ่าน WLAN และ โดยแบตเตอรี่ของปุ่ม Dash Button สามารถใช้งานได้ 5-10 ปี มีราคาอยู่ที่ประมาณ 4.99 ยูโร ต่อชิ้น

จากการสำรวจในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า หลังจากที่ Amazon ได้นำนวัตกรรมตัวนี้ออกสู่ตลาด ในปี 2558 มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านปุ่ม Dash Botton โดยเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้งต่อนาที โดยสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อผ่านปุ่ม Dash Botton มากที่สุดในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่ สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เครื่องสำอาง และ อาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงต้องการให้ Amazon เร่งขยายการนำนวัตกรรมชิ้นดังกล่าวไปใช้ทั่วโลก เนื่องจากเป็นหนึ่งในช่องทางที่สามารถเพิ่มผลประกอบได้อย่างรวดเร็ว



ในประเทศสหรัฐอเมริกาลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านปุ่ม Dash Button โดยใช้เสียงได้ โดยหลักการการทำงานของปุ่ม Dash Button ลักษณะนี้คือลูกค้าจะได้รับข้อความแจ้งเตือนยอดสั่งซื้อสินค้าผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน เนื่องจาก ปุ่ม Dash Botton ไม่มีหน้าจอแสดงผล

อย่างไรก็ตาม ปัญหาใหญ่ที่ Amazon ประสบในขณะนี้คือมีลูกค้าบางกลุ่มได้ให้ความเห็นว่าในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งนั้น ราคาของสินค้าที่สั่งในครั้งต่อไปจะสูงขึ้นจากครั้งที่ผ่านอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งไม่ถือเป็นผลดีต่อ Amazon มากนัก เพราะทำให้ลูกค้าลดความเชื่อถือลง เนื่องจาก Amazon ได้ให้ความสำคัญในการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และไม่ได้คำนึงถึงค่าจัดส่งเป็นปัจจัยแรก

สำหรับลูกค้า Amazon Prime สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านปุ่ม Dash Button มีดังต่อไปนี้

- Ariel
- Diadermine
- Kleenex
- Wilkinso
- Veet
- Cesar
- HERMA
- Powerpoint Energy Drink
- Persil
- Play- Doh

นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

- Pedigree
- Sheba
- Dreamies
- Durex
- Whiskas
- Rexel
- Gillette
- Oral-B
- Somat
- Schwarzkopf

ที่มา Heise online

บทวิเคราะห์ (ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย)

สมาคมการค้าออนไลน์ เอโมต้า (EMOTA) คาดการณ์ว่าภายในปี 2561 จะมีผลยอดประกอบการผ่านธุรกิจออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 20 โดยมีระบบการค้าแบบไร้พรหมแดนในยุโรปเป็นตัวช่วยส่งเสริม ซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้ประกอบการไทยที่จะขยายตลาดมายังประเทศเยอรมนีหรือทวีปยุโรป เพราะการขายสินค้าแบบออนไลน์หรือ eCommerce จะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และต้นทุนการลงทุนต่ำกว่าธุรกิจทั่วไป โดยผู้ประกอบการไทยอาจจะเลือกใช้แพลตฟอร์มของ Amazon รวมทั้งนวัตกรรมใหม่ ๆ ของ Amazon เช่น Amazon Dash Button เป็นช่องทางในการขาย ซึ่งเป็นวิธีที่จะช่วยลดความยุ่งยากให้แก่ผู้ส่งออกไทยโดยเฉพาะความยุ่งยากในการหาผู้นำเข้าจากเยอรมนี

นอกจากนี้จากรายงานของสถาบัน Marketinggoops พบว่าปัจจุบันประชากรไทยใช้อินเทอร์เน็ตกว่า 38 ล้านคน คิดเป็น 56% ของจำนวนประชากรทั้งหมด มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 21 รวมทั้งมีการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ถึงร้อยละ 44 ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นตัวชี้วัดได้ดีว่าแนวโน้มพฤติกรรมของคนไทยจะซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสศค.

การทำธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหนึ่งในช่องทางการทำธุรกิจที่มีศักยภาพเนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นจำนวนมากและรวดเร็ว ดังนั้นการสร้างยี่ห้อ(แบรนด์) หรือการจดจำอย่างเดียวยังคงไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการไทยควรนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การนำนวัตกรรม Dash Button ไปใช้พัฒนาและปรับปรุงให้เข้ากับสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้สอยแก่ผู้บริโภค ดังจะเห็นได้ว่าในขณะนี้ผู้บริโภคชาวเยอรมนีกำลังให้ความนิยมและจับจ่ายใช้สอยโดยใช้ปุ่ม Dash Button ดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ผู้บริโภคควรพิจารณาถึงกลุ่มของผู้บริโภคที่ต้องการเข้าถึง เช่น การนำนวัตกรรมดังกล่าวไปพัฒนาร่วมกับการคิดค้นและพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ควรทำกิจกรรมสำหรับการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์โดยเฉพาะควบคู่กันไปเพื่อเพิ่มยอดผลประกอบการของบริษัท

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

จุดเปลี่ยนของธนาคาร Commerzbank และ Deutsche Bank แห่งเยอรมนี



หลังจากที่สองธนาคารยักษ์ใหญ่แห่งสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี Commerzbank และ Deutsche Bank ได้ประสบปัญหาทางด้านธุรกิจการเงินและการธนาคารอย่างหนักในช่วงนี้ ดังจะเห็นได้จากการที่ธนาคาร Deutsche Bank ต้องจ่ายเงินค่าปรับให้แก่สหรัฐอเมริกาถึง 14 พันล้านยูโร ส่งผลให้ราคาหุ้นของธนาคาร Deutsche Bank ตกลงอย่างรวดเร็วมีราคาเพียงแค่ 9.93 ยูโร ในขณะที่ ล่าสุดทั้งสองธนาคารร่วมมือวางแผนปรับเปลี่ยนรูปองค์กรของธนาคารใหม่ภายในปี 2020 โดยเริ่มแรกในขณะนี้ธนาคาร Commerzbank มีแผนการปลดพนักงานประมาณ 10,000 ตำแหน่ง และธนาคาร Deutsche Bank ได้ทำการปิดสาขาไปแล้วหลายสาขา ซึ่งหลังจากการแก้ปัญหาและปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กรในส่วนต่าง ๆ แล้วจะทำให้ทั้งสองธนาคารเริ่มมีความคล้อยคลึงในด้านต่างๆมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้การดำเนินกิจการด้านการเงินและการธนาคารแบบรวมกิจการ (Fusion) ของทั้งสองธนาคารมีความง่ายขึ้นในอนาคต

สรุปลักษณะภาพรวมปัจจุบันของทั้งสองธนาคารได้โดยย่อ ดังนี้

- **ลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)**

Commerzbank และ Deutsche Bank ต่างมีลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นหัวใจหลักในการดำเนินกิจการ โดย Deutsche Bank มีทั้งลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งในประเทศและในยุโรป จำนวน 13 ล้านราย ไม่รวมกับในบริษัทลูก ส่วน Commerzbank มีลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตั้งเดิม จำนวนเกือบ 12 ล้านราย ภายใต้กลยุทธ์ใหม่จาก Deutsche Bank ทำให้ Commerzbank มีรายได้จากลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพิ่มมากขึ้น

Commerzbank และ Deutsche Bank ใช้บริการทางด้านสถาบันการเงินแหล่งเดียวกันไม่ว่าจะเป็น สินเชื่อ กองทุน และผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยลูกค้าที่มีศักยภาพต่ำจะถูกคัดออกจากการเป็นสมาชิกของธนาคาร ด้วยสาเหตุนี้ทำให้ Deutsche Bank ต้องการแยกจาก Postbank

นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center Frankfurt
Bethmannstr. 58 / 3. FL., 60311
Frankfurt am Main, Germany

Phone : +49 69 2549464 0
Fax : +49 69 2549464 20
e-Mail : info@thaitradefrankfurt.de

● **พาณิชย์ธนกิจ (Investment Banking)**

เนื่องจาก Commerzbank ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในตลาดลงทุนเหมือนกับ Deutsche Bank ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา Deutsche Bank สามารถเพิ่มผลกำไรในธุรกิจตลาดลงทุนได้ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตามทั้งสองธนาคารได้ตระหนักว่าการเพิ่มผลกำไรให้ได้ผลประกอบการและกำไรแบบที่แล่วมาไม่ได้เป็นไปได้อย่างง่ายดายนัก เนื่องจากกฎระเบียบและข้อบังคับที่เข้มงวดมากขึ้น ทำให้ทั้งสองธนาคารมีมาตรการที่จะปรับการดำเนินงานพาณิชย์ธนกิจลดลง

Deutsche Bank ยังคงดำเนินพาณิชย์ธนกิจโดยเป็นธุรกิจหลักต่อ แต่ต้องปรับปรุงด้านความโปร่งใสเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การซื้อขายหุ้น หุ้นกู้ยืม หรือการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และทางด้านการให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับลูกค้ารายใหญ่ที่ดำเนินกิจการระหว่างประเทศ มีความต้องการความซับซ้อนทางด้านความปลอดภัยสูงหรือการช่วยเหลือการควบรวมกิจการ การซื้อกิจการ การเข้าร่วมตลาดหุ้น การหาเงินทุน และตราสารหนี้ แต่ในขณะเดียว Commerzbank กลับเล็งเห็นว่าการดำเนินการรูปแบบดังกล่าวไม่คุ้มค่า

● **การบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ทรัพย์**

Deutsche Bank ได้มีการบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ด้วยตัวเอง ซึ่งได้ก่อตั้งและปรับเปลี่ยนมาหลายครั้งในช่วงปีที่ผ่านมา เมื่อไม่นานมานี้ Deutsche Bank ได้ทำกำไรจากการให้บริการลูกค้าบุคคลมากกว่า 700 ล้านยูโร ซึ่งถึงแม้ว่า Deutsche Bank จะไม่ได้อยู่ในลำดับต้น ๆ ของโลกในธุรกิจนี้แต่รายได้ที่มั่นคงและต้นทุนต่ำทำให้ Deutsche Bank สามารถลบค่าสปรมาทไปได้

บทวิเคราะห์ (ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย)

นอกจากการได้รับดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายให้ลูกค้าส่วนบุคคลและลูกค้าธุรกิจจากธนาคารแห่งยุโรป (European Central Bank) จนทำให้เกิดการขาดทุนเป็นจำนวนเงินที่ค่อนข้างสูงแล้วรวมทั้งรูปแบบธุรกิจ Investment Banking ที่สร้างกำไรได้ไม่มากนักในช่วงที่ผ่านมา แต่หนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้ทั้งสองธนาคารยักษ์ใหญ่ต้องประสบปัญหาคือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการจากการเปิดสาขาธนาคารสำหรับให้คำปรึกษาทางการเงินแก่ลูกค้า มาเป็นการให้บริการโดยผ่านระบบ Online Banking ซึ่งส่งผลให้ในปัจจุบันนี้ธนาคารดังกล่าวต้องปิดสาขาและปลดพนักงานออก ซึ่งเหตุผลดังกล่าวเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจการเงินและการธนาคาร ทำให้มีความเป็นไปได้ว่าประเทศไทย ธนาคาร หรือระบบการเงินในประเทศไทยอาจจะประสบปัญหาเดียวกัน ถ้าหากไม่ตระหนักและเตรียมแผนการรองรับปรับเปลี่ยนองค์กรและรูปแบบธุรกิจตั้งแต่นี้ ๆ

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสศค.

ธนาคารยักษ์ใหญ่ทั้งสองธนาคารถือเป็นหนึ่งในสถาบันการเงินที่ใหญ่และสำคัญระดับโลก ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อระบบการเงินทั่วโลกได้ ดังนั้นประเทศไทย รวมทั้งผู้ประกอบการไทยควรติดตามศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถรับมือ และ/หรือ นำบทเรียนไปใช้ประโยชน์และปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กรได้อย่างทันท่วงที แต่อย่างไรก็ตามไม่ควรมีความตระหนกมากนัก

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

สวิตเซอร์แลนด์ - ผู้นำทางด้านนวัตกรรม



จากการจัดลำดับผู้นำทางด้านนวัตกรรมจาก 138 ประเทศทั่วโลกของสถาบัน Weltwirtschaftsforums (WEF) พบว่าประเทศสวิตเซอร์แลนด์ได้สร้างสถิติใหม่เป็นผู้นำนวัตกรรมอันดับหนึ่งของโลก ตามด้วย สิงคโปร์และ สหรัฐอเมริกาตามลำดับ

จุดเด่นของสวิตเซอร์แลนด์ในการได้รับรางวัลผู้นำทางด้านนวัตกรรมคือ ประสิทธิภาพของ ตลาดแรงงาน สภาพแวดล้อมทางด้านธุรกิจและรูปแบบของธุรกิจของบริษัทนั้น ๆ รวมทั้งการมีความพร้อม ของความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน ทำให้สวิตเซอร์แลนด์จัดอยู่ในประเทศที่มีระบบนิเวศน์ในการ เอื้ออำนวยต่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

นอกจากนี้ด้วยระบบการเมืองและโครงสร้างพื้นฐานที่มีความเอื้ออำนวยต่อความโดดเด่นในด้านของ นวัตกรรม ทำให้สวิตเซอร์แลนด์มีจุดแข็งคือ ความมีธรรมาภิบาลของบริษัทขนาดใหญ่ และการมีเครือข่าย มั่นคงของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมทั้งความร่วมมืออย่างใกล้ชิดและเหนียวแน่นระหว่าง ภาควิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรม สำหรับจุดอ่อนของประเทศสวิตเซอร์แลนด์นั้นได้แก่ ภาวะเงินฝืดเคืองขึ้น รุนแรงและข้อขัดข้องทางการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในการก่อตั้งบริษัทและการเข้ามีส่วนแบ่งทาง การตลาดจากกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่าย นอกจากนี้การดำเนินการนโยบาย การเงินของธนาคารกลางที่มีความหละหลวม มาตรการผ่อนคลายนเชิงปริมาณและมาตรการนโยบายการเงิน อื่นๆ ที่มีไม่เพียงพอสำหรับความจำเป็นของการเจริญเติบโตในระยะยาวของประเทศอุตสาหกรรม

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center Frankfurt
Bethmannstr. 58 / 3. FL., 60311
Frankfurt am Main, Germany

Phone : +49 69 2549464 0
Fax : +49 69 2549464 20
e-Mail : info@thaitradefrankfurt.de

บทวิเคราะห์ (ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย)

ประเทศไทยมีนโยบายในการส่งเสริมนวัตกรรมโดยมีมาตรการสนับสนุนจำนวนมาก ทั้งจากมาตรการด้านภาษีจากภาครัฐ และการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ อย่างการสร้างกลุ่มสตาร์ทอัพ ซึ่งถือว่าเป็นนโยบายที่ต้องการปรับโฉมใหม่ให้กับเศรษฐกิจของประเทศและหวังว่าจะเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ของไทย ดังนั้นไทยจึงควรศึกษาและนำเอานวัตกรรมใหม่ ๆ จากประเทศสวีเดนและเยอรมนีมาใช้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของสคต.

ประเทศไทยอาจสร้างความร่วมมือในการหารือกับผู้เชี่ยวชาญจากประเทศสวีเดนและเยอรมนี เพื่อพัฒนานวัตกรรมของไทย แต่ประเด็นที่สำคัญคือ ไทยควรตั้งถามให้ชัดเจนว่าไทยต้องการสร้างนวัตกรรมในด้านใด เพื่อที่จะได้ทำการพัฒนาให้ถูกทางอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และขยายตลาดไปยังประเทศเยอรมนี ควรต้องศึกษาตลาดเป็นอย่างดี เนื่องจากการก่อตั้งบริษัทและการเข้ามีส่วนแบ่งทางการตลาดมีปัจจัยหลายอย่างที่ควรคำนึงถึง เช่น กฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อจะนำพาไปสู่ความสำเร็จ

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ