

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก

8 ธันวาคม 2562



รัสเซียซื้อปิ้งออนไลน์แบล็กฟรายเดย์กว่า 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

แบล็กฟรายเดย์ คือวันหลังจากเทศกาล Thanksgiving ที่นิยมเฉลิมฉลองกันในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งนับเป็นวันเริ่มต้นแห่งเทศกาลจับจ่ายใช้สอยของเทศกาลคริสต์มาส โดยปกติแล้วเทศกาล Thanksgiving ถูกกำหนดไว้เป็นวันหยุดที่ดีของสัปดาห์ที่สี่ของเดือนพฤศจิกายน หรือโดยประมาณระหว่างวันที่ 23 – 29 พฤศจิกายน

สมาคมผู้ค้าสินค้าออนไลน์ (Association of Internet Commerce Companies: AKIT) เปิดเผยว่ายอดขายสินค้าออนไลน์ในช่วงลดกระหน่ำประจำปี (Black Friday) ตั้งแต่วันที่ 29 พฤศจิกายน ถึง 1 ธันวาคม รวม 3 วัน คิดเป็นมูลค่า 22.3 พันล้านรูเบิล เป็นไปตามคาดสามารถทำลายสถิติสูงสุดเมื่อเทียบกับ 17.4 พันล้านรูเบิลในช่วงเดียวกันเมื่อปีที่ผ่านมา โดยสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีมีความต้องการสูงมาก โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการสั่งจอง

หากแยกผู้บริโภคออกตามกลุ่มอายุแล้วพบว่าทุกกลุ่มมีความตื่นตัวกับการซื้อสินค้าออนไลน์ นำโดยกลุ่มอายุ 25 – 34 ปี มีสัดส่วนร้อยละ 25 ตามมาด้วยกลุ่มอายุ 35 – 44 ปี (ร้อยละ 21.9) กลุ่มอายุ 45 – 54 ปี (ร้อยละ 19.2) กลุ่มอายุ 18 – 24 ปี (ร้อยละ 13.1) และกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 12.2) โดยมีระดับราคาสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อหัว 1,039 รูเบิล ในกลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ เสื้อผ้า รองเท้าและส่วนประกอบ คิดเป็นร้อยละ 47 ของคำสั่งซื้อทั้งหมด ซึ่งในกลุ่มนี้มีมูลค่าคำสั่งซื้อเฉลี่ยหัวละ 1,398.41 รูเบิล

เว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ “Real Black Friday” (b-Friday.com) รวมทั้ง M.Video (เครื่องใช้ไฟฟ้า) และ Re-Store (ร้านค้าสินค้าเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ของ Rostelecom) ตลอดจนเว็บไซต์จำหน่ายเกมออนไลน์ World of Warships

เว็บไซต์ b-Friday.com เป็นแหล่งความนิยมซื้อสินค้าโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รองเท้า แฟชั่นเครื่องสำอาง และอุปกรณ์ยานยนต์ กว่าหนึ่งในสามเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยในกรุง Moscow และ St.Petersburg (ร้อยละ 35) ตามมาด้วยเขตเมือง Krasnodar, Perm & Krasnoyarsk, Nizhny Novgorod, Serdlovsk, Samara, Novosibirsk, Chelyabinsk, Rostov และ Irkutsk, Tatarstan และ Bashkortostan โดยแบ่งเป็นเพศชายร้อยละ 59.1 และเพศหญิงร้อยละ 40.9

ยอดขายออนไลน์จากเว็บไซต์อื่น ๆ ในช่วงแบล็กฟรายเดย์มันจะมาจากกลุ่มอายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นเกือบร้อยละ 40 ส่วนกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไปร้อยละ 16.1 กลุ่มอายุ 18 – 24 ร้อยละ 17.9 และกลุ่มอายุ 35 – 44 ร้อยละ 25.2

สำนักข่าว TASS ได้สัมภาษณ์ Pavel Kobelev ผู้อำนวยการส่งเสริมการขายของเว็บไซต์ Ozon พบว่าจำนวนคำสั่งซื้อในช่วงแบล็กฟรายเดย์ของปีนี้เพิ่มขึ้น 2.5 เท่าจากปีที่ผ่านมา และมียอดขายเพิ่มขึ้น 2.3 เท่า โดยมียอดสั่งซื้อเฉลี่ย 2,675 รูเบิล ลดลงร้อยละ 6 ส่วนสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือสินค้าสำหรับเด็ก อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เสื้อผ้า หนังสือ ของใช้ในบ้าน และอาหาร

เว็บไซต์ Perekrestok.ru (ซูเปอร์มาร์เก็ต) ได้รับคำสั่งซื้อในช่วงสองวันแรกของแบล็กฟรายเดย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 40 – 50 เทียบกับวันอื่น ๆ ในเดือนเดียวกัน หากนับเฉพาะวันแรก (29 พฤศจิกายน) มีคำสั่งซื้อมากกว่า 7,000 ครั้ง และในวันที่สองมีคำสั่งซื้อมากถึง 7,500 ครั้ง ส่วนผู้ค้าสินค้าเครื่องใช้ออนไลน์อย่าง M.Video และ Eldorado ก็ได้รับคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นสองเท่าเช่นกัน โดยมีมูลค่าคำสั่งซื้อเฉลี่ย 11,000 รูเบิล

ที่มา: *Russians on Black Friday Spent in Online Stores More Than \$5 Billion, rbc.ru*