

จีนกวาดเรียบตลาดธุรกิจออนไลน์รัสเซีย

ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ของต่างชาติครองสัดส่วนหนึ่งในสามของตลาดรัสเซีย โดยขณะนี้จีนเป็นผู้นำและหากแนวโน้มยังเป็นเช่นนี้ต่อไป คาดว่าอีกไม่นานจีนจะสามารถเบียดผู้ประกอบการภายในประเทศออกจากตลาดจนหมด

จากข้อมูลของสมาคม Association of Online Retail Companies (AKIT) พบว่าในปี 2559 ยอดมูลค่าการค้าธุรกิจออนไลน์ของรัสเซียแตะระดับ 920,000 ล้านรูเบิล (15,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปีก่อน และจะพุ่งสูงถึง 1 ล้านล้านรูเบิล (17,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในปีนี้

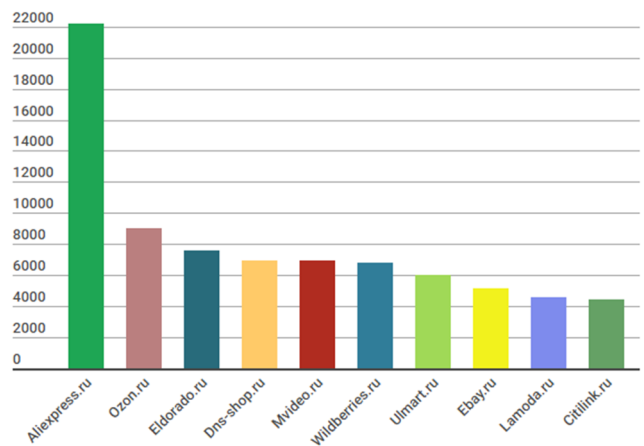
ผู้บริโภคชาวรัสเซียให้ความนิยมการซื้อของจากธุรกิจออนไลน์ของต่างชาติมากขึ้น ในปี 2559 ตลาดธุรกิจออนไลน์แบบข้ามพรมแดนเติบโตสูงขึ้นถึงร้อยละ 37 หรือคิดเป็นมูลค่ากว่า 300,000 ล้านรูเบิล (5,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ขณะที่ตลาดภายในประเทศขยายตัวเพียงร้อยละ 6 เท่านั้น ทั้งนี้ มีสาเหตุมาจากมีระดับราคาต่ำกว่าเป็นสำคัญอันเนื่องมาจากผู้ค้าออนไลน์จากต่างชาติไม่ต้องจ่ายภาษีหรือค่าธรรมเนียม โดยปัจจุบันนี้หากเป็นการขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์ขนาดเล็กจากต่างประเทศเข้าไปยังรัสเซียจะได้รับยกเว้นภาษีนำเข้า แต่สำหรับผู้ประกอบการภายในประเทศกลับต้องจ่ายอากรสารพัดอย่างในการนำเข้าสินค้า

ปริมาณร้อยละ 90 ของสินค้าที่สั่งซื้อจากต่างประเทศล้วนมาจากประเทศจีนทั้งสิ้น แต่หากนับกันที่มูลค่าสินค้าแล้วมีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 50 เพียงเล็กน้อย ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์จากจีนนั้นเป็นสิ่งของที่มีขนาดมูลค่าต่ำเป็นหลัก

หากสถานการณ์ยังดำเนินต่อไปในแนวโน้มนี้ คาดว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของรัสเซียจะหายไปภายในไม่กี่ปีข้างหน้า เพราะไม่สามารถจะแข่งขันได้ใน

พื้นที่ที่ถือเป็นประเทศปลอดภัยสำหรับจีน ด้วยเหตุนี้ AKIT จึงแนะนำว่ารัสเซียควรจะเริ่มคิดค่าธรรมเนียมและอากรนำเข้าจากสินค้าออนไลน์จากจีนได้แล้ว

ในปี 2559 ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ของจีนที่ชื่อ “Aliexpress” ได้รับความนิยมสูงสุดในตลาดรัสเซีย ด้วยปริมาณผู้เข้าชมกว่า 22 ล้านรายต่อเดือน ตามมาด้วยผู้ประกอบการในประเทศชื่อ “Ozon.ru” ที่มีผู้เข้าชมน้อยกว่ามาก เพียงแค่ 9 ล้านรายต่อเดือน ส่วนลำดับที่สามเป็นธุรกิจค้าปลีกในรัสเซียเช่นกันชื่อ “Eldorado.ru” ที่เน้นขายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผู้เข้าชม 7.5 ล้านรายต่อเดือน



ที่มา: Russia's Retail E-commerce market soars 20% to \$15.7 billion, RBTH

นอกจากข้อได้เปรียบของสินค้าจากจีนที่ไม่ต้องเสียอากรนำเข้าหรือค่าธรรมเนียมใดๆ แล้ว จีนยังเป็นแหล่งผลิตสินค้าเองแทบทุกประเภทของโลกที่มีที่ตั้งและพรมแดนเชื่อมต่อกับตลาดรัสเซียโดยตรง อีกทั้งยังมีระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ทางการค้าที่แข็งแกร่งหลายช่องทางทั้งภายในประเทศจีนเองและการข้ามพรมแดน จึงเป็นการยากที่ประเทศอื่นๆ จะสามารถแข่งขันด้วยได้

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ