

# ตลาด E-Commerce ในสหพันธรัฐรัสเซีย

## 1) ข้อมูลทั่วไป (Country Overview)

### ■ ข้อมูลขนาดเศรษฐกิจของประเทศ (GDP)

จากสถิติ World Bank<sup>1</sup> ในปี 2018 การเติบโตทางเศรษฐกิจของสหพันธรัฐรัสเซีย (GDP) ถึง 2.3% เนื่องด้วยปัจจัยการเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลกของรัสเซียในช่วงกลางปี 2018 และคาดว่าในปี 2019 จะมีการเติบโตเพียง 1.2% สาเหตุหลัก คือ การคงนโยบายคว่ำบาตรเศรษฐกิจจากประเทศตะวันตกต่อรัสเซียและการขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่มตั้งแต่ต้นปี 2019 และคาดว่าในปี 2020 GDP ของรัสเซียประมาณ 1.8%

### ■ ข้อมูลสถิติเชิงภูมิศาสตร์ประชากร (Age/Gender/Education/etc.)

ประเทศรัสเซียมีประชากร 145.87 ล้านคน (มากที่สุดที่อันดับ 9 ของโลก) นอกจากนี้ รัสเซียมีพื้นที่ใหญ่ที่สุดในโลก ประมาณ 17 ล้านตารางกิโลเมตร ประชากรส่วนใหญ่กระจุกตัวในเมืองหลวง (กรุงมอสโก) 11.5 ล้านคน นครเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก 4.8 ล้านคน และอีก 10 เมือง ที่มีประชากรเกิน 1 ล้านคน ได้แก่ Novosibirsk, Ekaterinburg, Nizhny Novgorod, Samara, Omsk, Kazan, Chelyabinsk, Rostov-on-Don, Ufa, Volgograd คาดว่าประชากรรัสเซียจะลดลงเรื่อยๆ ในปี 2030 ประมาณ 140 ล้านคน และปี 2040 เหลือเพียง 136 ล้านคน

ในปี 2018 ประชากรเพศชายของรัสเซียคิดเป็น 48.34% ขณะที่เพศหญิง คิดเป็น 53.66% กลุ่มคนช่วงอายุ 25 -54 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็น 44.71% ลงลงมาเป็นกลุ่มคนอายุ 0 – 14 ปี คิดเป็น 17.12% ถัดมาคือกลุ่มคนอายุ 55-64 คิดเป็น 14.44% อายุเฉลี่ยของประชากร 71 ปี ผู้ชาย 65.3 ปี ผู้หญิง 77.1 ปี มีอัตราการเกิด 1.61 คน อัตราการรู้หนังสือของคนรัสเซียถึง 99.7% โดยอายุ 15 ปีขึ้นไปสามารถอ่านและเขียนได้<sup>2</sup>

### ■ ข้อมูลระดับรายได้ต่อหัวของประชากร (GDP per capita)

จากสถิติ World Bank<sup>3</sup> ในปี 2018 รายได้ต่อหัวของประชากร เท่ากับ 11,729.1 ดอลลาร์สหรัฐ อัตราการว่างงานในปี 2019 คิดเป็น 5.5% ของแรงงานทั้งหมด

### ■ ข้อมูลผู้ใช้งาน (Population/ Internet Users/ Mobile User/ Online Shoppers)

- ปี 2019 ประเทศรัสเซียมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต 76% (คิดเป็น 109.6 ล้านคน) สูงกว่าประเทศในทวีปอเมริกาใต้ 73% ทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 63% หรือ ทวีปโอเชียเนีย 69%<sup>4</sup>

<sup>1</sup> World Bank Group, June 2019, Russia Economic Report, <http://pubdocs.worldbank.org/en/115001560108403019/rer-41-english.pdf>

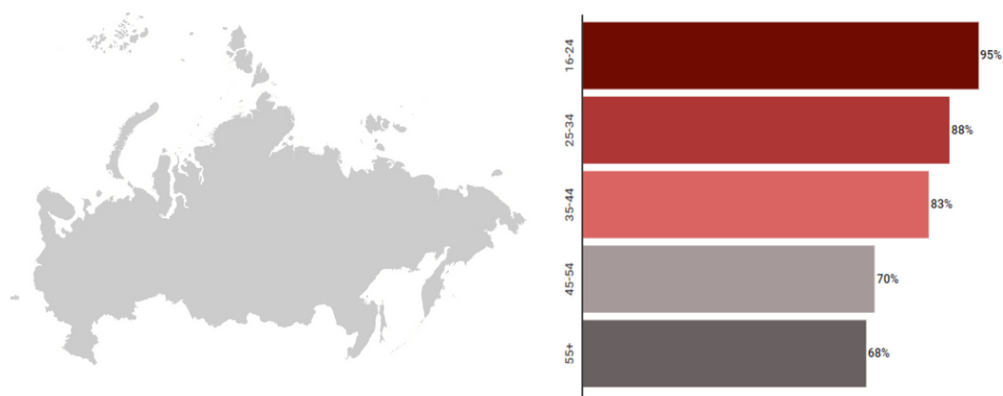
<sup>2</sup> World Population Review, <http://worldpopulationreview.com/countries/russia-population/>

<sup>3</sup> World Bank Group, <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CN?locations=RU>

<sup>4</sup> Alyssa Yorgan, 10 Key Statistics on internet usage in Russia 2019, 20 February 2019, <https://russiansearchmarketing.com/internet-usage-russia-2019-10-key-statistics/>

- คนรัสเซียที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตประมาณ 75% อาศัยในเมือง ซึ่งเป็นเรื่องปรกติที่สามารถเข้าถึงการซื้อขายออนไลน์ได้ง่ายกว่าคนรัสเซียที่อยู่ต่างจังหวัด
- กลุ่มผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตในประเทศรัสเซียแบ่งตามช่วงอายุ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม<sup>5</sup> ดังนี้
  - กลุ่มคนช่วงอายุ 16 – 24 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการมากถึง 95%
  - กลุ่มคนช่วงอายุ 25 – 34 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการมากถึง 88%
  - กลุ่มคนช่วงอายุ 35 – 44 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการมากถึง 83%
  - กลุ่มคนช่วงอายุ 45 – 54 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการมากถึง 70%
  - กลุ่มคนช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการมากถึง 68%

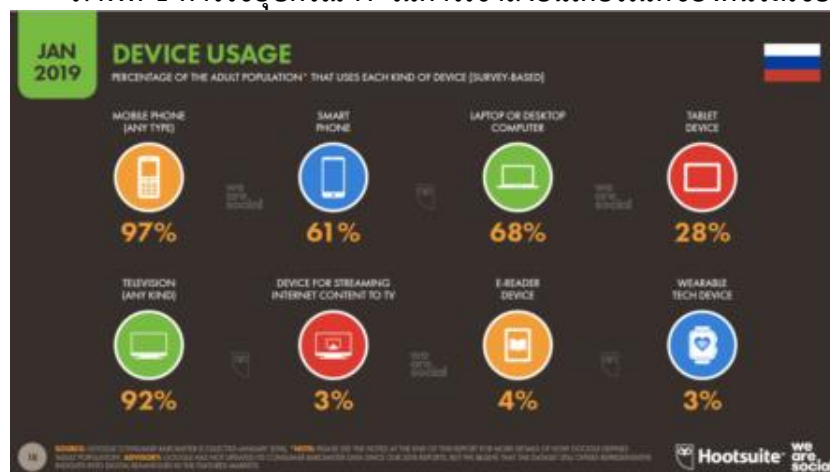
### DAILY ONLINE SHOPPER INTERNET USAGE IN RUSSIA



ที่มา: Insight into the growth of Russian eCommerce, 2018

- การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะหรือโน้ตบุ๊ค 68% รองลงมาคือ ผ่าน smart phones 61% ขณะที่ผ่าน Tablet เพียง 28%

### ภาพที่ 1 การใช้อุปกรณ์ IT ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของคนรัสเซีย ปี 2019



ที่มา: Alyssa Yorgan, 10 Key Statistics on internet usage in Russia 2019, 20 February 2019

<sup>5</sup> Insight into the growth of Russian eCommerce, 2018, <https://www.eshopworld.com/blog/russia-e-commerce-insights-2018>

- 85% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในรัสเซียมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตทุกวัน และใช้เวลาในการท่องอินเทอร์เน็ต 6 ชั่วโมง 29 นาที
- คนรัสเซีย 6 ใน 10 จะเข้าเว็บไซต์ที่เป็นของบริษัทรัสเซีย อันดับ 1 คือ Yandex.ru ซึ่งคล้ายกับ search engine แบบ google สำหรับสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค คนรัสเซียใช้ Vkontakte และ Odnoklassniki ในอันดับที่ 2 และ 7 ตามลำดับ

ภาพที่ 2 เว็บไซต์ยอดนิยมของคนรัสเซีย ปี 2019

#	WEBSITE	CATEGORY	MONTHLY TRAFFIC	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	YANDEX.RU	SEARCH	2,633,800,000	10M 53S	9.3
02	VK.COM	SOCIAL	1,645,000,000	16M 28S	22.1
03	YOUTUBE.COM	TV & VIDEO	1,466,300,000	19M 34S	7.8
04	MAIL.RU	EMAIL	1,309,700,000	07M 43S	6.8
05	GOOGLE.RU	SEARCH	1,229,500,000	08M 05S	5.9
06	GOOGLE.COM	SEARCH	1,102,300,000	07M 29S	6.5
07	OK.RU	SOCIAL	776,500,000	12M 27S	14.8
08	NEWS.YANDEX.RU	NEWS	293,700,000	03M 39S	2.7
09	AVITO.RU	SHOPPING	288,900,000	11M 01S	13.2
10	WIKIPEDIA.ORG	REFERENCE	250,300,000	04M 01S	2.9

ที่มา: Alyssa Yorgan, 10 Key Statistics on internet usage in Russia 2019, 20 February 2019

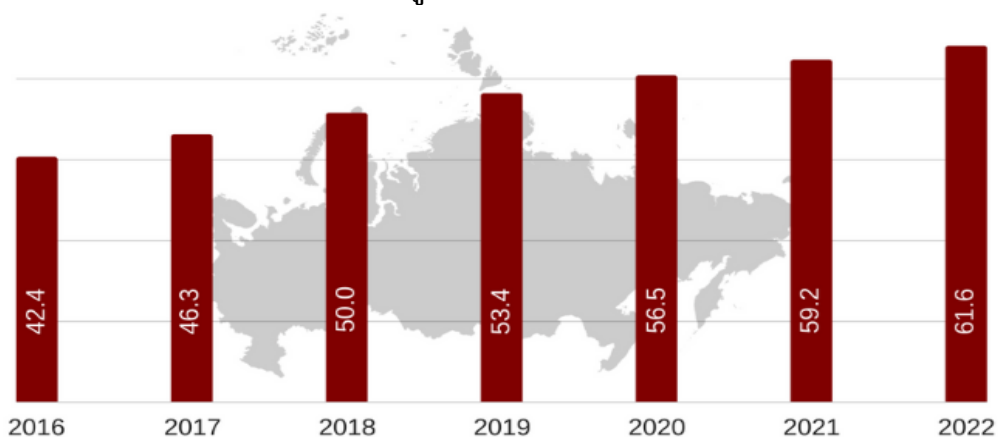
- ข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง (Digital Infrastructure)  
ในปี 2015 และ 2016 สหพันธรัฐรัสเซียเป็นประเทศอันดับที่ 41 ใน Network Readiness Index
- ข้อมูลความเป็นอยู่และค่านิยมหรือพฤติกรรมการกินอยู่ใช้ในภาพรวมของคนในประเทศ (Consumer Behaviors)
  - คนรัสเซียยังคงนิยมออกไปนอกบ้านเพื่อจับจ่ายซื้อของ อาหาร เสื้อผ้า ในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการให้บริการสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตมีเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว และสำหรับลูกค้าที่อยู่ห่างไกลจากแหล่งช้อปปิ้ง เนื่องด้วยประเทศรัสเซียเป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลก ทำให้ประชากรที่อยู่ห่างไกลต้องพึ่งพาการสั่งซื้อออนไลน์

## 2) ข้อมูลตลาดออนไลน์ (E-Commerce)

### ■ ภาพรวมและแนวโน้มการค้าออนไลน์ของประเทศไทย

ในปี 2018 โดยรวมมีผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ในรัสเซียประมาณ 50 ล้านคน<sup>6</sup> ซึ่งมีการใช้จ่ายประมาณ 360.06 ดอลลาร์สหรัฐ/คน/ปี และในปี 2022 ผู้ซื้อออนไลน์จะมีมากขึ้น 61.6 ล้านคน และมีการใช้จ่าย 403.91 ดอลลาร์สหรัฐ/คน/ปี

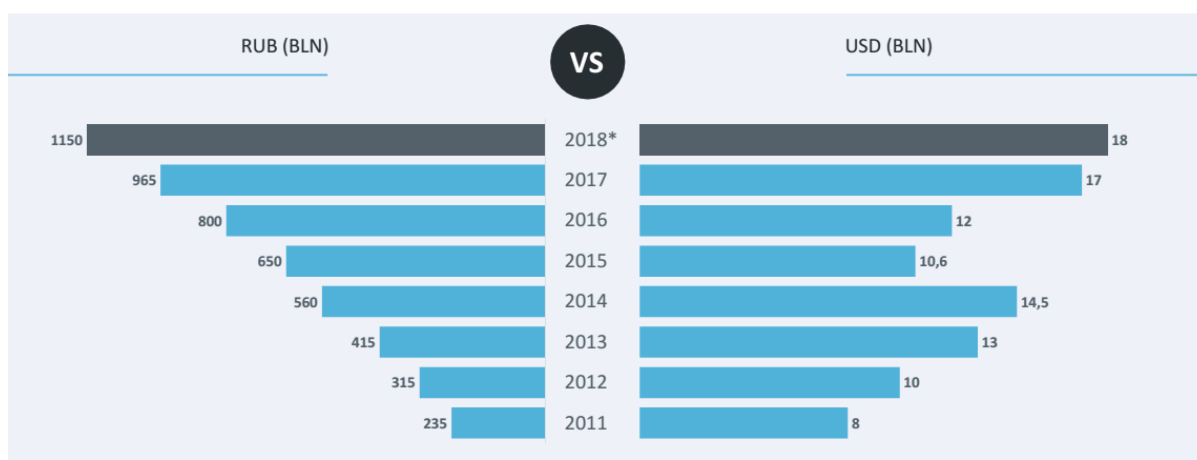
ภาพที่ 3 จำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ในรัสเซีย (จำนวนล้านคน)



### ■ สถิติมูลค่าการซื้อขาย online vs. offline ในช่วง 5 ปีย้อนหลัง

ตั้งแต่ปี 2014 บริษัทค้าปลีกที่จำหน่ายแบบ offline เริ่มพัฒนาระบบจำหน่ายสินค้าออนไลน์ด้วยเช่นกัน ในช่วงปี 2014 – 2018 ยอดขายสินค้าออนไลน์ มีการผันผวน เนื่องด้วยในช่วงปี 2015 -2016 รัสเซียเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลต่อยอดขาย แต่ในปี 2017 – 2018 ยอดขายเติบโตขึ้น โดยในปี 2018 ยอดขายประมาณ 18 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ<sup>7</sup>

ภาพที่ 4 ยอดการขายสินค้าออนไลน์ในรัสเซียระหว่างปี 2011 - 2018



\* forecast  
Source: Data Insight

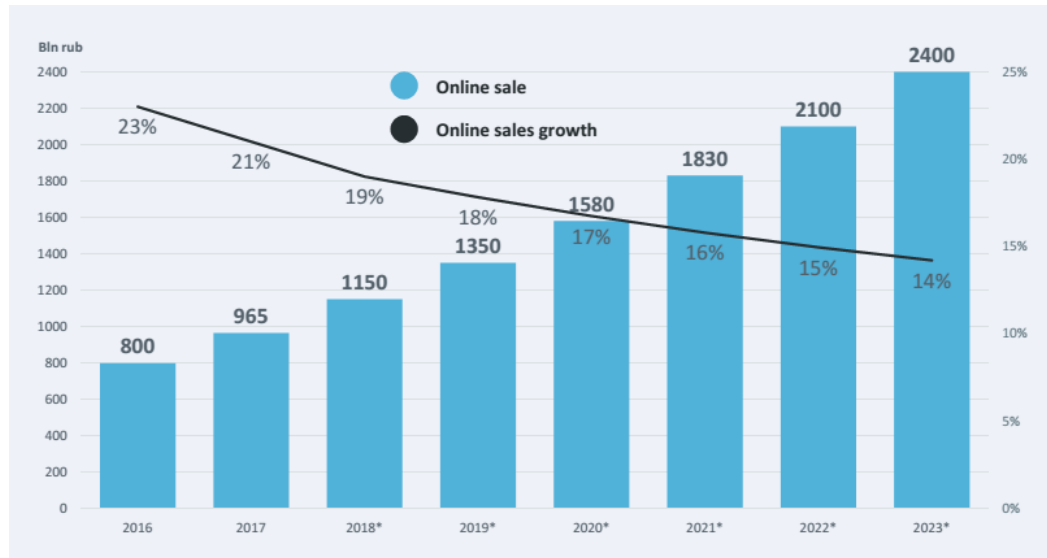
DA

<sup>6</sup> Insight into the growth of Russian eCommerce, 2018, <https://www.eshopworld.com/blog/russia-e-commerce-insights-2018>

<sup>7</sup> E-Commerce in Russia 2018, [http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI\\_Ecommerce%202018\\_0.pdf](http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018_0.pdf)

จากภาพแสดงให้เห็นว่า ยอดการค้าแบบออนไลน์จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2023 จะถึง 2,400 ล้านล้านรูเบิล ขณะที่ยอดการค้าแบบ off line จะค่อยๆ ลดลงตามลำดับ

ภาพที่ 5 ยอดการค้า online VS ยอดการค้าแบบ offline



\* forecast  
Source: Data Insight

#### ■ มูลค่าการซื้อขายบนตลาดออนไลน์แบบ B2B/B2C/C2C

- **แบบ B2B** ปี 2017 เกิดการค้าขายแบบค้าส่ง (B2B) ถึง 7.66 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือมากกว่า B2C ถึง 3 เท่า แต่ตลาด B2B ยังไม่เป็นที่นิยมมากนักในรัสเซีย คาดว่าในปี 2019-2020 จะเริ่มคึกคักมากขึ้น
- **แบบ B2C** มูลค่าการซื้อขายตลาดอีคอมเมิร์ซแบบ B2C ในปี 2018 คิดเป็น 1.15 ล้านล้านรูเบิล<sup>8</sup> หรือประมาณ 18.25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเติบโตจากปีก่อน 19% มีจำนวนการสั่งซื้อ 290 ล้านครั้ง ยอดการสั่งซื้อต่อครั้ง 3,970 รูเบิล (หรือ ประมาณ 1,985 บาทต่อครั้ง)
- **แบบ C2C** คือการซื้อขายสินค้าระหว่างบุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจเป็นสินค้าใหม่หรือสินค้าใช้แล้ว รถยนต์หรือที่อยู่อาศัย เป็นต้น คาดว่ากลุ่มนี้มีผู้ที่เป็นผู้ขาย 8 ล้านราย และผู้ซื้อ 10 ล้านราย ในปี 2018 มีรายได้ 295 พันล้านรูเบิล<sup>9</sup> หรือประมาณ 4.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวนการสั่งซื้อ 90 ล้านครั้ง ยอดการสั่งซื้อต่อครั้ง 3,250 รูเบิล (หรือ ประมาณ 1,625 บาทต่อครั้ง) สินค้ามือสองเป็นสินค้าที่ผู้ขายวางจำหน่ายมากที่สุด

#### ■ ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

Yandex.Market และ GfK<sup>10</sup> ได้สำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในรัสเซียถึงเหตุผลการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่าง 5,470 คน ซึ่งอายุระหว่าง 16 – 55 ปี ซึ่งอาศัยในประเทศไทย ในเดือนกันยายน 2018 พบว่า เหตุผลอันดับแรกของการเลือกสั่งซื้อออนไลน์เนื่องจากซื้อในร้านแบบ offline

<sup>8</sup> E-Commerce in Russia 2018, [http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI\\_Ecommerce%202018\\_0.pdf](http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018_0.pdf)

<sup>9</sup> E-Commerce in Russia 2018, [http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI\\_Ecommerce%202018\\_0.pdf](http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018_0.pdf)

<sup>10</sup> Development of online retail in Russia, 29 November 2018, [https://yandex.ru/company/researches/2018/market\\_gfk](https://yandex.ru/company/researches/2018/market_gfk)

ราคาสูงกว่า online นอกจากนี้ เหตุผลรองลงมา คือ การสั่งซื้อออนไลน์สามารถเปรียบเทียบราคาและหาเว็บไซต์ที่เสนอราคาที่ดีที่สุดให้ได้ และสะดวกสบายในการสั่งซื้อ

ส่วนเหตุผลที่ไม่ชอบสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ เนื่องจากไม่ได้เห็นของจริง ไม่มั่นใจในเรื่องคุณภาพทำให้ยากต่อการตัดสินใจ และกลัวว่าหากมีปัญหาเรื่องสินค้าไม่ทราบว่าจะติดต่อใคร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ

ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคนิยมสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุดอยู่ในช่วงเวลา 21.00 – 23.00 น. และนิยมสั่งซื้อในช่วงเทศกาลสำคัญ ได้แก่ ช่วงเทศกาลปีใหม่ (วันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปี) เทศกาลคริสต์มาสของรัสเซีย (วันที่ 7 มกราคมของทุกปี) และวันผู้หญิงสากล (วันที่ 8 มีนาคม ของทุกปี)<sup>11</sup>

### ภาพที่ 6 เหตุผลที่คนรัสเซียซื้อสินค้าออนไลน์



#### ■ ความถี่ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ (ต่อครั้ง/ต่อปี)

ในปี 2017 ค่าใช้จ่ายการสั่งซื้อสินค้าและบริการของคนรัสเซียผ่านอินเทอร์เน็ต ประมาณ 65 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 3,770 รูเบิลต่อครั้ง<sup>12</sup> นอกจากนี้ ลูกค้ารัสเซียมีการซื้อสินค้าออนไลน์จากเว็บไซต์ท้องถิ่น 18% ขณะที่มีการซื้อจากเว็บไซต์ต่างชาติ 22% โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ผู้หญิงมีพฤติกรรมซื้อในเว็บไซต์ต่างชาติมากกว่าผู้ชาย<sup>13</sup>

#### ■ 5 อันดับแพลตฟอร์ม/social medias/ ช่องทางที่นิยมใช้ซื้อขายสินค้าออนไลน์พร้อมสัดส่วนเว็บไซต์ (E-Commerce Platforms) หลักในการขายสินค้าออนไลน์<sup>14</sup>

1. Wildberries.ru, Lamoda.ru - เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องใช้ภายในบ้าน และอื่นๆ

<sup>11</sup>An Overview of Online Shopping Behaviors in Russia, 2014, <https://www.imrg.org/russia-shopping/>

<sup>12</sup> United Nations Industrial Development Organization, National Report on E-Commerce Development in Russia, 2017, <https://www.unido.org/api/opentext/documents/download/9920890/unido-file-9920890>

<sup>13</sup> Development of online retail in Russia, 29 November 2018, [https://yandex.ru/company/researches/2018/market\\_gfk](https://yandex.ru/company/researches/2018/market_gfk)

<sup>14</sup> Top-100 rating of the largest online stores in Russia, 2018 <https://www.top100.datainsight.ru/>

2. Citilink.ru, ozon.ru, ulmart.ru – สินค้ามีหลากหลายประเภท
3. Mvideo.ru, DNS-Shop.ru, Technopoint.ru - สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า
4. Petrovich.ru, Vseinstrument.ru, Ikea.com - สินค้าเครื่องใช้ในบ้าน
5. Utkonos.ru, Petshop.ru – สินค้าอุปโภคและบริโภค

อย่างไรก็ดี นอกจากเว็บไซต์ข้างต้นแล้ว บริษัทรัสเซียส่วนใหญ่มีเว็บไซต์ที่ขายสินค้าตนเองออนไลน์ด้วยเช่นกัน เรียกว่า online stores<sup>15</sup> ซึ่งมีทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 300,000 เว็บไซต์ โดยเฉพาะบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก และบริษัทท้องถิ่น

### สื่อโซเชียลมีเดียในรัสเซียที่นิยม

อันดับ 1 คือ Youtube 63% (2) Vkontakte 61% (3) Odnoklassniki (42%) (4) Facebook (35%) (5) Intragram (31%) ขณะที่ Application ที่คนรัสเซียนิยมใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน (1) Whatsapp (2) Skype (3) Viber (4) FB messenger

ภาพที่ 7 สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คหลักในรัสเซีย



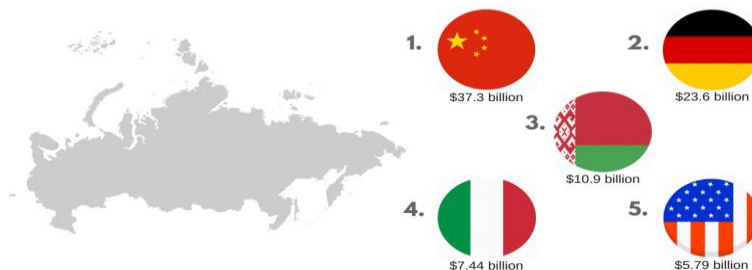
Source: Statista, Russia: social network penetration Q4 2017

### 5 อันดับสินค้าที่นิยมออนไลน์ (สินค้าในประเทศ vs. สินค้าจากต่างประเทศ)

ปี 2018 คนรัสเซียสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ โดย 5 ประเทศหลัก ได้แก่ 1. จีน คิดเป็น 37.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มีสินค้าหลากหลายตั้งแต่รถยนต์ไปจนถึงเครื่องจักร อันดับ 2. เยอรมัน คิดเป็น 23.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามด้วย 3. เบลารุส (10.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) 4. อิตาลี (7.44 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) และ 5. สหรัฐอเมริกา (5.79 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ภาพที่ 8 ประเทศที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์ในรัสเซีย 5 อันดับแรก

TOP 5 IMPORTING COUNTRIES TO RUSSIA



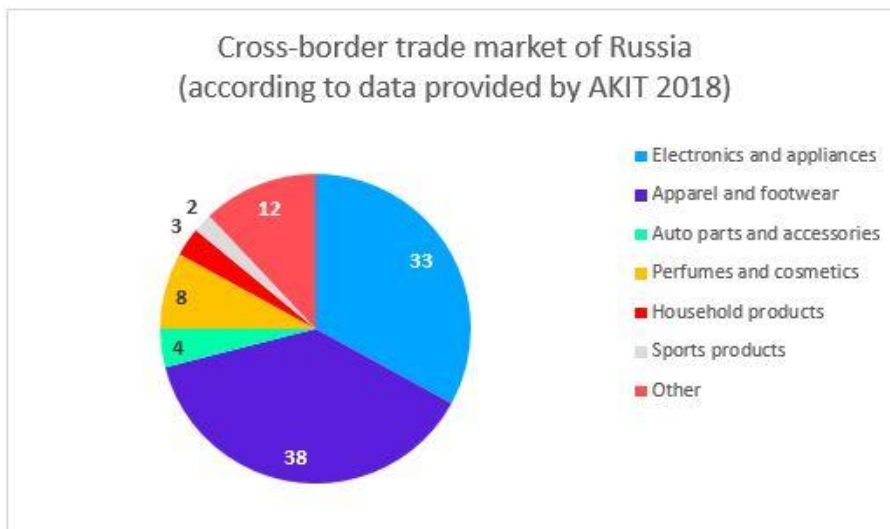
Source: OEC Atlas Profile, Russia 2018

<sup>15</sup> E-Commerce in Russia 2018, [http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI\\_Ecommerce%202018\\_0.pdf](http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018_0.pdf)

เว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์ของจีนที่ได้รับความนิยมสูงสุดในรัสเซีย คือ AliExpress.ru ซึ่งคนรัสเซียเข้าไปดูเว็บไซต์นี้มากกว่า 4 เท่าเมื่อเทียบกับเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าออนไลน์ของรัสเซีย เนื่องด้วยพบว่าสินค้าในเว็บไซต์นี้มีราคาถูกกว่าที่วางจำหน่ายในตลาดออนไลน์ของรัสเซีย

**5 อันดับสินค้าที่นิยมออนไลน์ต่างประเทศ** ผลิตภัณฑ์ที่ขายดีอันดับ 1 คือ เครื่องนึ่งนมและรองเท้า (38%) อันดับ 2 คือ ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า (33%) อันดับ 3 คือ ประเภทอื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง อุปกรณ์ในสำนักงาน วัสดุก่อสร้าง ของตกแต่งบ้าน อาหาร หนังสือ (11%) อันดับ 4 น้ำหอมและเครื่องสำอาง (8%) อันดับ 5 ชิ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์ (4%)

ภาพที่ 9 ประเภทสินค้ายอดนิยมที่มีการสั่งซื้อจากเว็บไซต์ออนไลน์ต่างประเทศ



**5 อันดับสินค้าที่นิยมออนไลน์ในประเทศ** จากข้อมูลบริษัท Nielsen<sup>16</sup> ผู้บริโภครัสเซียเริ่มมีความเชื่อมั่นการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น และประเภทสินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น สินค้าที่สั่งซื้อมากที่สุดได้แก่ (1) เครื่องนึ่งนม (52%) (2) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตัว (35%) (3) บัตรคอนเสิร์ต/งานแสดงต่างๆ (32%) (4) เครื่องใช้ไฟฟ้า (32%) (5) หนังสือ เพลง สื่อสิ่งพิมพ์ (32%) (6) โทรศัพท์เคลื่อนที่ (31%) และ (7) การสั่งซื้ออาหารจากร้านอาหารหรืออาหารสุขภาพ (30%)

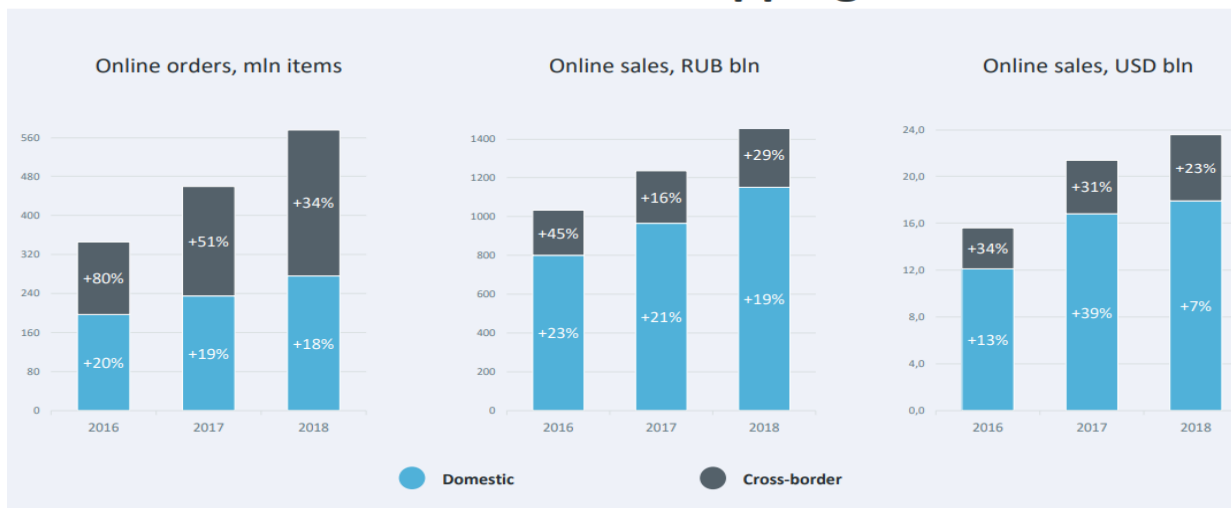
ในปี 2022 ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจะมีเป็นสินค้าที่นิยมสั่งซื้อออนไลน์มากที่สุด คิดเป็น ประมาณ 7.66 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมา คือ สินค้าของเล่นเด็ก สินค้า DIY หรือสินค้าทำมือ คาดว่าคิดเป็น 5.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

<sup>16</sup> Shoppers are moving online: the growth of online commerce in Russia, 27 November 2018

<https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/article/2018/pokupateli-peremeshchayutsya-v-onlayn-rost-internet-torgovli-v-rossii-v-cifrah/>



## ภาพที่ 10 เปรียบเทียบปริมาณและยอดขายสินค้าออนไลน์ภายในประเทศรัสเซียกับต่างประเทศ Cross-border vs. domestic shopping



Source: Data Insight

จากภาพที่ 10 ในปี 2018 นำเสนอให้เห็นว่าปริมาณสินค้าที่สั่งซื้อต่างประเทศมากกว่าในประเทศ 1 เท่าตัว ทั้งนี้ ยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศสูงกว่ายอดการขายภายในประเทศก็จริงแต่สูงกว่าไม่มากนัก น่าจะด้วยเหตุผลที่คนรัสเซียสั่งซื้อของจากต่างประเทศ เนื่องจากด้วย (1) ปัจจัยด้านราคา โดยเฉพาะการสั่งซื้อจากประเทศจีน ทำให้สั่งซื้อได้ในปริมาณมาก แต่จ่ายค่าสินค้าไม่มาก และ (2) สินค้าบางอย่างไม่มีจำหน่ายในรัสเซีย อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของการสั่งซื้อออนไลน์จากต่างประเทศก็เป็นปัจจัยสำคัญ คือ ระยะเวลาในการนำส่งสินค้านานกว่าส่งภายในประเทศ สินค้าผิดเพี้ยนจากที่เห็นในเว็บไซต์ ไม่มีระบบการคืนสินค้าถ้าหากไม่พอใจ

ปี 2018 มีรายได้สำหรับตลาดออนไลน์ต่างประเทศ มูลค่า 348 พันล้านรูเบิล<sup>17</sup> หรือประมาณ 55.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวนการสั่งซื้อ 300 ล้านครั้ง ยอดการสั่งซื้อต่อครั้ง 1,160 รูเบิล หรือประมาณ 580 บาทต่อครั้ง

### ■ กลยุทธ์การทำประชาสัมพันธ์/โปรโมทสินค้าที่นิยม 5 อันดับแรก

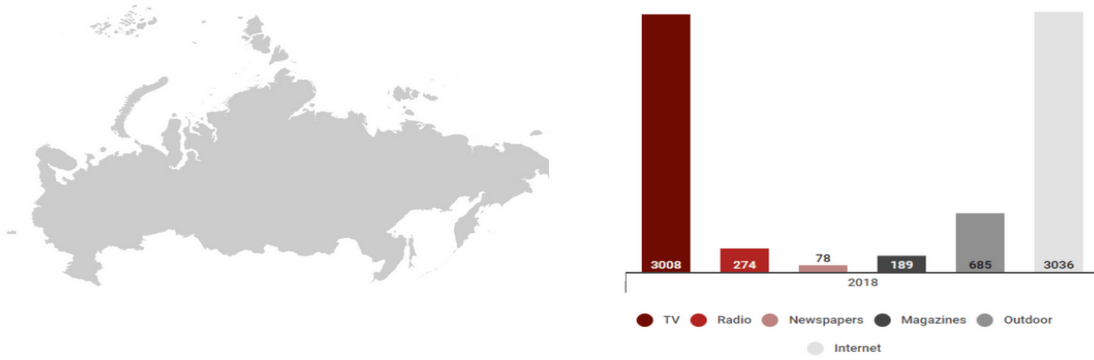
ในปี 2018 คาดการณ์ว่ามีการเงินไปถึง 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในการจัดทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งใกล้เคียงกับการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ ขณะที่ การโฆษณาผ่านป้าย/วิทยุ/นิตยสาร/หนังสือพิมพ์มีน้อย

การจัดโปรโมชันเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับสินค้าออนไลน์ อันดับ 1 คือ การทำประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ผ่าน Internet search engine (Yandex.Direct), Internet market (Yandex.Market) หรือ Social Media (Vkontakte: VK) ชื่อนำของรัสเซีย รวมถึงผ่าน influencer ของรัสเซีย อันดับ 2 โปรโมชันการลดราคาสินค้า เนื่องจากคนรัสเซียชอบซื้อสินค้าราคาไม่แพง ชอบการลดราคา อันดับ 3 การไม่คิดค่าบริการจัดส่งสินค้า หรือคิดค่าบริการในราคาไม่สูง อันดับ 4 การจัดทำบัตรสมาชิก มีทั้งแบบ

<sup>17</sup> E-Commerce in Russia 2018, [http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI\\_Ecommerce%202018\\_0.pdf](http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018_0.pdf)

สะสมแต้มและการลดทันทีเมื่อซื้อสินค้า และยังก่อให้เกิด Brand Royalty และการซื้อซ้ำ นอกจากนี้ การสมัครสมาชิกยังทำให้ลูกค้าทราบถึงโปรโมชั่นหรือการประชาสัมพันธ์ต่างๆ อีกด้วย

ภาพที่ 11 มูลค่าการใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์สื่อต่างๆ ในรัสเซีย  
**ADVERTISING SPEND IN RUSSIA (in \$USD millions)**

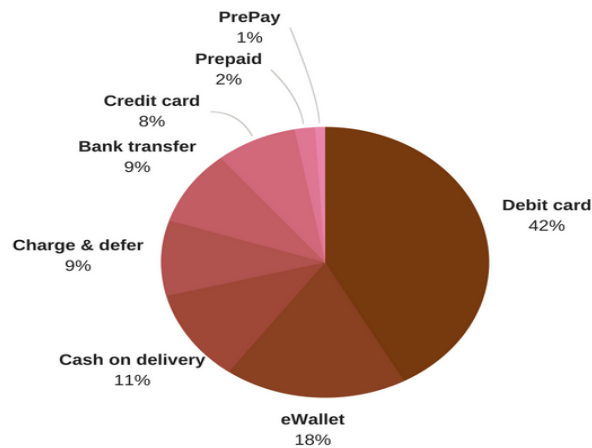


Source: Statista, Advertising expenditure in Russia 2007-2018, by medium

■ 5 อันดับช่องทางการชำระออนไลน์

1. เดบิตการ์ด (42%)
2. eWallet (18%) (ในรัสเซียนิยมใช้ Yandex Money, QIWI Wallet)
3. เงินสดเมื่อสินค้ามาส่ง (11%) ข้อดี คือ ได้เห็นของก่อนที่จะจ่ายเงินสด สร้างความเชื่อใจให้แก่ลูกค้า
4. โอนผ่านธนาคาร (9%)

ภาพที่ 12 ช่องทางการชำระสินค้าออนไลน์ในรัสเซีย

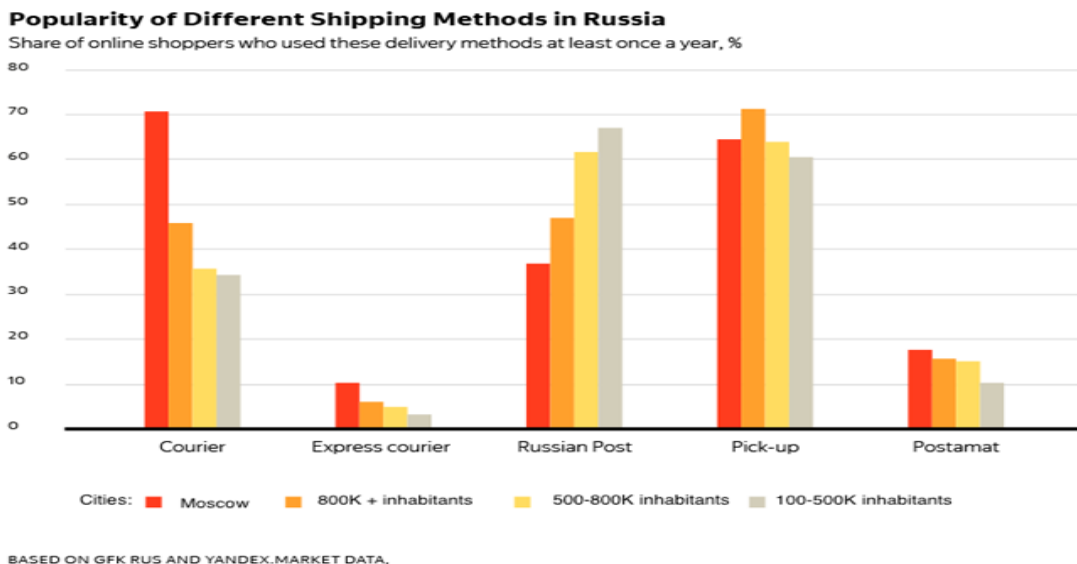


■ 5 อันดับช่องทางการขนส่งสินค้า

- ในรัสเซีย การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เปิดให้มีช่องทางการส่งสินค้าหลากหลายวิธี ขึ้นอยู่กับปัจจัยสถานที่ตั้งของที่อยู่อาศัยของลูกค้า และพฤติกรรมของลูกค้า โดยแบ่งเป็น 5 แบบ คือ
1. Courier: การส่งสินค้าแบบปกติซึ่งเป็นทั้งบริษัทที่จำหน่ายสินค้ามีระบบขนส่งเองและบริษัทโลจิสติกส์ให้บริการขนส่ง
  2. Express Courier: การส่งสินค้าแบบด่วน
  3. Russian Post: การส่งสินค้าผ่านไปรษณีย์รัสเซีย
  4. Pick up: การไปรับที่จุดนัดรับมอบสินค้าหรือไปที่ร้านที่สั่งซื้อตามจุดที่ตนเองสะดวก
  5. Postamat ตู้ฝากพัสดุ

5 อันดับช่องทางการขนส่ง อันดับ 1 คือ การไปรษณีย์ที่จตุรรมอบสินค้าคิดเป็น 50% ของคนรัสเซียที่สั่งซื้อของออนไลน์ เนื่องจากลูกค้ายังคงชอบที่จะเดินทางไปรับสินค้าหรือที่จุดนัดส่งสินค้าของบริษัทนั้นๆ หรือไปรษณีย์ที่จตุรรมอบสินค้าที่อยู่ใกล้กับสถานขนส่งมวลชนเพื่อความสะดวกในการเดินทาง อีกทั้งยังมีนโยบายคืนสินค้าหากไม่พอใจ หรือสามารถส่งสินค้าเดียวกันในหลายไซส์เพื่อลองและเลือกตามที่ตนเองต้องการได้ และสามารถชำระสินค้าในจตุรรมอบสินค้าได้ (Cash on Delivery) อันดับ 2 คือ การส่งสินค้าผ่าน courier ซึ่งเป็นพนักงานส่งสินค้า บางบริษัทจะคิดค่าขนส่งตามระยะทาง หรือไม่คิดค่าขนส่งหากยอดการสั่งซื้อถึงจำนวนหนึ่งในระยะทางไม่ไกลมากจากจุดปล่อยสินค้า อันดับ 3 คือ การนำส่งสินค้าผ่าน Russian Post ซึ่งเหมาะกับลูกค้าที่อยู่ไกล/ชนบท มีการอยู่อาศัย 100,000 – 500,000 คน นอกจากนี้คนที่อาศัยในกรุงมอสโก นิยมให้สินค้าผ่าน courier เนื่องจากสะดวกสบาย ไม่ต้องเดินทางไปรับของเอง บางบริษัทไม่คิดค่าบริการในการส่งสินค้า

ภาพที่ 13 ช่องทางการขนส่งสินค้าในรัสเซีย



- **ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าแบบ cross-border E-Commerce**  
เมื่อสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ต่างประเทศ ลูกค้าที่สั่งซื้อกำหนดให้จ่ายเงินทันทีผ่านบัตรเครดิต หรือ Paypal ต่อมา เจ้าหน้าที่เว็บไซต์จะติดต่อผ่านอีเมลแจ้งสถานะการจัดส่งสินค้า ในบางเว็บไซต์ จะมีการคิดค่าขนส่งตามแต่ละประเทศและน้ำหนักของสินค้า หรือบางโปรโมชั่นของเว็บไซต์ดังกล่าวอาจมีโปรโมชั่นไม่เสียค่าขนส่ง เวลาในการขนส่งขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัทและประเทศ เวลาการจัดส่งประมาณ 2 – 3 อาทิตย์ โดยสินค้าส่วนใหญ่ส่งผ่านไปรษณีย์ของรัสเซีย
- **ประมาณการค่าใช้จ่ายสำหรับแพลตฟอร์ม/Social Media/ช่องทางอื่นๆ 3 อันดับแรก**
  - สำหรับ Wildberries คิดค่าคอมมิชชั่นสำหรับวางสินค้า 30 – 35% ของราคาสินค้า
  - สำหรับ Social Media เช่น บริการฝากขายผ่าน Instagram ค่าฝากสินค้าชิ้นละ 2,000 รูเบิล
  - สำหรับ Aliexpress.ru คิดค่าคอมมิชชั่นประมาณ 5 – 8% ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า

- **ข้อสังเกต/ ข้อควรระวังในการทำการค้าออนไลน์**
  - ควรมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจซึ่งกันและกัน สร้างความประทับใจ บริการหลังการขาย
  - ควรเลือก platform ที่น่าเชื่อถือ
- **โอกาสของสินค้าไทย**
  - การตั้งราคาขายเป็นสิ่งสำคัญ สินค้าไทยเป็นที่รู้จักในลูกค้ารัสเซียพอควร แต่บางครั้งขาดการสื่อถึงสรรพคุณของสินค้าเป็นภาษารัสเซีย

#### 4) ข้อมูลประกอบ

- **กฎหมาย กฎระเบียบและภาษีการประกอบธุรกิจออนไลน์**

กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ยังไม่มีชัดเจนมากนัก ส่วนใหญ่กฎหมายที่ใช้ยังยึดกฎหมาย Russia's Civil Code และกฎหมายท้องถิ่น ในปี 2011 รัฐบาลได้ออกกฎหมายเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและการจ่ายเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ยังอยู่ระหว่างการพัฒนากฎหมายให้ทันต่อการค้าออนไลน์มากขึ้น

Mr. Alexey Fedorov ประธานสมาคมผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซแห่งสหพันธรัฐรัสเซีย กล่าวว่า ที่ผ่านมานี้ การนำเข้าพัสดุขนาดเล็ก ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า ขณะที่ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าในรัสเซีย ต้องเป็นผู้แบกรับภาษีนำเข้าสำหรับสินค้าจากต่างประเทศ ทำให้ราคาขายสินค้าของบริษัทรัสเซียจึงแพงกว่าสินค้าออนไลน์ในต่างประเทศ

ที่ผ่านมา หากสินค้าน้ำหนักไม่เกิน 31 กิโลกรัม และมูลค่าไม่เกิน 1,000 ยูโร ต่อ 1 เดือนต่อ 1 ลูกค้า ทางศุลกากรไม่เก็บภาษีนำเข้า หากน้ำหนักหรือมูลค่าสินค้าเกิน จะมีการเก็บ 30% ของมูลค่าสินค้าที่เกิน<sup>18</sup> ทั้งนี้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2019 มีการปรับมูลค่าสินค้าที่ส่งทางออนไลน์ คือ หากสินค้าน้ำหนักไม่เกิน 31 กิโลกรัม และมูลค่าไม่เกิน 500 ยูโร ต่อ 1 เดือนต่อ 1 ลูกค้า ทางศุลกากรไม่เก็บภาษีนำเข้า หากน้ำหนักหรือมูลค่าสินค้าเกิน จะมีการเก็บ 30% ของมูลค่าสินค้าที่เกิน หรือหากเกิน 31 กิโลกรัม จะคิดค่าภาษีศุลกากรโดยหักจากส่วนที่เกิน x 4 ยูโร เช่น น้ำหนัก 36 กิโลกรัม จะต้องเสียภาษีศุลกากร  $(36-31) \times 4$  เท่ากับ 20 ยูโร<sup>19</sup>

ในปี 2017 รัฐบาลรัสเซียได้มีการออกกฎหมายใหม่เพื่อกำกับสินค้าที่สั่งซื้อจากต่างประเทศผ่านออนไลน์ ตาม Federal Law No. 335-FZ วันที่ 27 พฤศจิกายน 2017 เรื่อง “on Amendments of the First and Second Parts of the Russian Tax Code and Specific Regulations of the Russian Federation” และจะมีผลใช้บังคับวันที่ 1 มกราคม 2019<sup>20</sup> โดยเนื้อหาหลักของกฎหมาย Federal Law

<sup>18</sup> E-Commerce in Russia, September 2017, <http://www.ewdn.com/files/ecom-rus-download.pdf>

<sup>19</sup> The Amount of goods duty-free from 1 January 2019, 11 October 2018, <https://www.kubdeneg.ru/summa-tovarov-bez-poshliny-s-1-yanvarya-2019-goda/>

<sup>20</sup> Ruslan Vasutin and Damir Zinnatullin, Russia's New VAT Rules on Cross-Border E-Commerce Services: Key Points for B2B Services Provider, <file:///C:/Users/DJTP2/Downloads/MRS000106287%20VAT%20in%20Russia%20Handbook%20v5IP.PDF>

No. 335-FZ คือ กำหนดให้บริษัทผู้ให้บริการสินค้าออนไลน์จากต่างชาติที่จัดส่งสินค้าไปยังลูกค้ารัสเซีย ผ่านการค้าออนไลน์จะต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

- (1) จัดทะเบียนกับ Russian Tax Authorities และ
- (2) การคำนวณและการจ่าย VAT ตามมูลค่าการให้บริการ คิด VAT สำหรับการค้าออนไลน์ ในอัตรา 15.25% จากการมูลค่าการให้บริการทั้งหมด

ปัจจุบันมีบริษัทผู้ให้บริการต่างชาติจดทะเบียนกับ Federal Tax Service ของรัสเซียแล้ว รายละเอียดตาม <https://lkireg.nalog.ru/en/registry>

#### ■ **หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและข้อมูลการติดต่อ**

หน่วยงานหลักของรัสเซีย ได้แก่

- **กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า** (Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation) กำกับดูแลธุรกิจ E-Commerce เป็นผู้รับผิดชอบในการร่างนโยบายรัฐบาลและกฎระเบียบในการพัฒนาการค้าภายในประเทศ ต่างประเทศ การค้าบริการ เป็นต้น
- **กระทรวงพัฒนาเศรษฐกิจ** (Ministry of the Russian Federation) เป็นหน่วยงานที่ร่างนโยบายรัฐบาลและกฎระเบียบด้านการพัฒนาธุรกิจรวมถึง พัฒนา SME การปกป้องสิทธิของนิติบุคคล การออกใบอนุญาต
- **กระทรวงพัฒนาดิจิทัล การสื่อสารและสื่อมวลชน** (Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of the Russian Federation) เป็นหน่วยงานที่ร่างนโยบายรัฐบาลและกฎระเบียบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โทรคมนาคม บริการไปรษณีย์ การสื่อสารมวลชน สื่อต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ วิทยุ และเทคโนโลยีใหม่
- **กระทรวงการคลัง** ประกอบด้วย หน่วยงาน The Federal Taxation Service ซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบเกี่ยวกับภาษีทุกชนิดเพื่อให้เกิดการคำนวณภาษีที่ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงเวลา และกรม หน่วยงาน Federal Customs Service ซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบเกี่ยวกับการปล่อยของ

#### ■ **นโยบายของภาครัฐบาลในการสนับสนุนการค้าออนไลน์**

กระทรวงพัฒนาเศรษฐกิจแห่งสหพันธรัฐรัสเซียพยายามร่วมมือให้เกิดความคิดริเริ่มระหว่างเอกชนเพื่อสร้าง E-Commerce Platform ได้ประกาศว่าในปลายปี 2016 จะสร้าง National Platform กับธนาคารที่ใหญ่ที่สุดของรัสเซีย คือ Sberbank ขณะที่บริษัท e-commerce อื่นๆ ได้จัดทำเช่นกัน เช่น บริษัท Yandex และ Ulmart

นโยบายรัฐบาลไทยในการสนับสนุนการค้าออนไลน์กับ SME ของไทยให้สามารถนำเสนอสินค้าไปสู่ตลาดสากล ซึ่งตลาด E-Commerce ทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างลูกค้าและเจ้าของธุรกิจมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ภาครัฐบาลต้องส่งเสริมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการไทยให้เข้าใจเกี่ยวกับการค้าออนไลน์ในโลกยุคใหม่ว่าทำอย่างไร ซึ่งปัจจุบันมีภาครัฐหลายหน่วยงานได้ช่วยเหลือผู้ประกอบการไทย

## ▪ สินค้าที่มีศักยภาพหรือตัวอย่างกรณีศึกษาสินค้าไทย

ผลิตภัณฑ์ไทยที่มีจำหน่ายในรูปแบบออนไลน์ในตลาดรัสเซีย มีวางจำหน่ายทั้งใน marketplace หลักของรัสเซีย อาทิ Wildberries, Ozon.ru หรือวางจำหน่ายในเว็บไซต์ของบริษัทรัสเซียซึ่งเป็นผู้นำเข้าสินค้าไทยโดยตรง อย่างไรก็ตาม สินค้าไทยดังกล่าวที่ได้วางจำหน่ายออนไลน์ในตลาดรัสเซีย เป็นสินค้านำเข้าผ่านตัวแทนหรือผู้นำเข้าที่มีบริษัทตั้งอยู่ในรัสเซีย สินค้าที่ยอดนิยม ได้แก่ สินค้าเครื่องสำอาง/สมุนไพรไทยมีศักยภาพ ได้แก่ ยาสีฟัน ยาสระผมสมุนไพร น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น สินค้าประเภทอาหาร อาทิ ผลไม้สด ผลไม้อบแห้ง ขนมขบเคี้ยว ซอสปรุงรส กะทิ น้ำดื่มต่างๆ

## ▪ การเตรียมตัวของผู้ประกอบการไทย

ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เป็นความท้าทาย/อุปสรรคในการค้าออนไลน์ในรัสเซีย คือ ภาษาและการขนส่ง เนื่องจากเป็นประเทศที่มีอาณาเขตกว้างขวาง ระบบการโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งยังไม่สามารถเข้าถึงทุกภูมิภาค ยังคงมีราคาสูงและล่าช้า ลูกค้านอกกรุงมอสโกต้องการให้ส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ขณะที่กลุ่มลูกค้าในต่างจังหวัดมีปัญหาด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ ทั้งนี้ ทั้งสองกลุ่มมีความกังวลและไม่มั่นใจและเชื่อใจผู้ขายต่างชาติ

## ▪ กลยุทธ์แนะนำสำหรับผู้ประกอบการไทยเจาะตลาดออนไลน์

1. หาช่องทางการเข้าถึง E-Commerce Platform ในตลาดรัสเซียที่เหมาะสม สินค้าไทยสามารถปรากฏตัวในการค้าออนไลน์ของรัสเซียโดยมีทางเลือก 1 – 3 ทาง ได้แก่ (1) หาตัวแทนนำเข้าสินค้าไทยในรัสเซียซึ่งเป็นผู้นำเข้าสินค้าของผู้ประกอบการไทยวางจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่ง (2) หากไม่พึ่งผู้นำเข้ารัสเซีย ผู้ประกอบไทยเองต้องมาจดทะเบียนธุรกิจเป็นธุรกิจส่วนตัวในรัสเซียแล้วจึงสามารถนำสินค้าของตนวางจำหน่ายในเว็บไซต์ท้องถิ่นของรัสเซียได้ และ (3) ผู้ประกอบการไทยติดต่อเว็บไซต์หรือ market platform ต่างชาติ เพื่อวางจำหน่ายสินค้าตนใน platform นั้นๆ ซึ่งควรเลือก platform ที่เป็นที่ยอมรับมากที่สุดของรัสเซีย คือ Aliexpress.ru
2. เรื่องราคาสินค้าที่จำหน่ายออนไลน์ต้องดึงดูด มีโปรโมชั่นลดราคาเพื่อดึงดูดลูกค้าและเกิดการซื้อซ้ำ
3. สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและตัวบริษัท ชี้แจงเงื่อนไขการส่งสินค้า การจ่ายเงิน และนโยบายการรับประกันต่อสินค้า
4. สร้าง content ของผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ สร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น และควรเป็นภาษารัสเซีย
5. มีสินค้าหลากหลายให้เลือกสรร เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค

## ▪ กลยุทธ์สำหรับภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยเจาะตลาดออนไลน์

1. สินค้าของไทยมีชื่อเสียงเรื่องคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในตลาดรัสเซียอยู่ในระดับค่อนข้างสูง หากแต่ต้องปรับปรุงเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์และอาจจัดทำรายละเอียดผลิตภัณฑ์เป็นภาษารัสเซียเพื่อให้ลูกค้ารัสเซียเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว
2. แนะนำให้ผู้ประกอบการไทยทราบถึงแนวทางและเงื่อนไขการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้ากับ Marketplace Platform ดังของรัสเซียทั้งนี้ต้องมีการจัดตั้งบริษัทในรัสเซียก่อนที่จะดำเนินการขายสินค้าออนไลน์ผ่าน marketplace ชั้นนำของรัสเซีย อาทิ Wildberries, Ozon หรือ Yandex (Beru, Bringly, Yandex.Market)

3. เชิญผู้แทนจาก Aliexpress.ru บรรยายให้ผู้ประกอบการไทยที่สนใจจำหน่ายสินค้าไทยในตลาดรัสเซียเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ในรัสเซีย วิธีการเข้าสู่ Platform และรวมถึงกิจกรรมจับคู่ธุรกิจระหว่าง Aliexpress.ru กับผู้ประกอบการไทย
4. รัฐบาลช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมกับ Cross-border Marketplace Platform ดังของจีน เพื่อนำไปสู่การเข้าถึงผู้บริโภครัสเซีย อาทิ Aliexpress <https://ru.aliexpress.com>
5. สร้างแคมเปญโปรโมทสินค้าและแบรนด์ไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นทางออนไลน์
6. การดูแลโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบชำระเงิน การขนส่ง ระบบ Logistics & Supply Chain

-----  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก  
กรกฎาคม 2562

## เอกสารอ้างอิง

- Alyssa Yorgan, *10 Key Statistics on internet usage in Russia 2019*, 20 February 2019, <https://russiansearchmarketing.com/internet-usage-russia-2019-10-key-statistics/>
- Development of online retail in Russia, 29 November 2018, [https://yandex.ru/company/researches/2018/market\\_gfk](https://yandex.ru/company/researches/2018/market_gfk)
- E-Commerce in Russia 2018, [http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI\\_Ecommerce%202018\\_0.pdf](http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018_0.pdf)
- Insight into the growth of Russian eCommerce, 2018, <https://www.eshopworld.com/blog/russia-ecommerce-insights-2018>
- Shoppers are moving online: the growth of online commerce in Russia, 27 November 2018 <https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/article/2018/pokupateli-peremeshchayutsya-v-onlayn-rost-internet-torgovli-v-rossii-v-cifrah/>
- The Amount of goods duty-free from 1 January 2019, 11 October 2018, <https://www.kubdeneg.ru/summa-tovarov-bez-poshliny-s-1-yanvarya-2019-goda/>
- Top-100 rating of the largest online stores in Russia, 2018 <https://www.top100.datainsight.ru/>
- World Bank Group, *GDP Per Capita*, <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CN?locations=RU>
- World Bank Group, June 2019, *Russia Economic Report*, <http://pubdocs.worldbank.org/en/115001560108403019/rer-41-english.pdf>
- World Population Review, <http://worldpopulationreview.com/countries/russia-population/>