



ยอดขาย Black Friday วูบ 40%

- **Black Friday** เป็นชื่อที่ไม่เป็นทางการสำหรับวันศุกร์ถัดจากวันขอบคุณพระเจ้าในสหรัฐอเมริกาซึ่งจะมีการเฉลิมฉลองในวันพฤหัสบดีที่สี่ของเดือนพฤศจิกายน วันรุ่งขึ้นหลังจากวันขอบคุณพระเจ้าถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของเทศกาลช้อปปิ้งคริสต์มาสของสหรัฐอเมริกา

จากข้อมูลการชำระเงินจาก Sberbank ซึ่งเป็นสถาบันการเงินผู้ให้กู้รายใหญ่ที่สุดของประเทศได้แสดงให้เห็นว่าการใช้จ่ายในช่วง Black Friday ลดลงเกือบร้อยละ 40 ในรัสเซีย

ในขณะที่การค้าออนไลน์ในวัน Black Friday มีผลประกอบการที่ดีที่สุดเท่าที่เคยมีมา โดยนักช้อปปิ้งชาวรัสเซียพยายามหลีกเลี่ยงการออกจากบ้านไปยังร้านค้าและห้างสรรพสินค้าเนื่องจากมีรายงานว่ามียาจำนวนผู้ติดเชื้อ COVID-19 ใหม่และเสียชีวิตทำลายสถิติเดิมในช่วงระยะไม่กี่วันที่ผ่านมา

รัสเซียไม่เหมือนกับประเทศอื่น ๆ ในยุโรปที่นำเอามาตรการล็อกดาวน์ทั้งประเทศกลับมาใช้เป็นครั้งที่สองโดยอนุญาตให้ร้านค้า ร้านอาหาร บาร์ และสถานที่ทำงานส่วนใหญ่เปิดทำการตามปกติเพื่อพยายามจำกัดความเสียหายทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดระลอกที่สอง แต่ผู้บริโภคเองก็ต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการติดเชื้อและได้รับผลกระทบในการครองชีพก็พยายามโดดเดี่ยวตนเองจากชุมชน ส่งผลให้การใช้จ่ายโดยรวมลดลงร้อยละ 39.2 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562

แม้จะมีการส่งเสริมการขายและการลดราคาอย่างหนักโดยผู้ค้าปลีกในรัสเซียเพื่อต้อนรับเทศกาลวันหยุดสำหรับการช้อปปิ้งของสหรัฐฯ ซึ่งตรงกับวันศุกร์หลังวัน Thanksgiving ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเพื่อหวังกระตุ้นยอดขายในกลุ่มผู้บริโภคที่มีมาตรฐานการครองชีพลดลงและซบเซาอันเป็นผลจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2557 - 2559

ยอดมูลค่าค้าปลีกของรัสเซียยังคงลดลงต่ำกว่าระดับก่อนเกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 แม้ว่าข้อมูลล่าสุดของเดือนตุลาคมจะออกมาดีเหนือความคาดหมายของนักเศรษฐศาสตร์ โดยมีการใช้จ่ายลดลงเพียงร้อยละ -2.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปีที่ผ่านมา

การใช้จ่ายออนไลน์ในวัน Black Friday เพิ่มขึ้นร้อยละ 61 เมื่อเทียบกับวันหยุดสุดสัปดาห์ปกติ แต่ผลงานของอุตสาหกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของรัสเซียที่กำลังเฟื่องฟูนี้ก็ยังไม่เพียงพอที่จะชดเชยกิจกรรมทางการค้าในร้านค้าแบบดั้งเดิมที่หดหายไป ผู้ค้าปลีกออนไลน์รายใหญ่ที่สุดของรัสเซีย 2 ราย ได้แก่ Wildberries และ Ozon รายงานว่ามียอดขายเพิ่มขึ้นประมาณสองเท่าในวัน Black Friday เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว โดยผู้นำตลาดอย่าง Wildberries กล่าวว่ามียอดลูกค้า 1.3 ล้านคนซื้อสินค้าในวัน Black Friday เพิ่มขึ้นจากจำนวน 700,000 คนในปีที่แล้ว

อย่างไรก็ตามจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของการค้าปลีกออนไลน์ของรัสเซียในปีนี้ ตัวเลขเหล่านี้อาจสะท้อนให้เห็นเพียงยอดขายที่เหมือนในวันทำการปกติเท่านั้น เนื่องจากรายได้ของทั้ง Wildberries และ Ozon เพิ่มขึ้นกว่าสองเท่าในช่วงหกเดือนแรกของปี เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาจากการวิจัยของ Renaissance Capital ที่ออกมาก่อนหน้านี้

ที่มา: *Black Friday Shopping in Russia 40% Down This Year*, TASS

Black Friday ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการช้อปปิ้งช่วงเทศกาลวันหยุดสำคัญในช่วงปลายปี โดยร้านค้าต่าง ๆ พยายามใช้กลยุทธ์กระตุ้นลดราคาสินค้าเพื่อปลุกเร้าการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค โดยรัสเซียเองก็ได้รับเอาวัฒนธรรมนี้ของสหรัฐอเมริกามาใช้เช่นเดียวกับอีกหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก

การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นตัวแปรสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมอันกระทบต่อรายได้สำหรับใช้จ่าย

ของประชาชนทั่วไป ขณะที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนและมีต้นทุนในการดำเนินกิจการเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงพอจะคาดเดาได้ล่วงหน้าว่าภาวะการค้าขายจะยังคงซบเซาอย่างต่อเนื่องไปอีกระยะหนึ่ง จนกว่าจะมีการฉีดวัคซีนป้องกันกันอย่างแพร่หลาย

ผู้บริโภคในเวลานี้แสวงหาราคาสินค้าราคาต่ำ แต่ต้นทุนการค้ากลับสวนทางมีแต่จะทำให้ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้านำเข้ารัสเซียที่ต้องเผชิญกับปัญหาอัตราค่าเงินรูเบิลที่อ่อนตัวแล้ว ยังมีปัญหาค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นและการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์สำหรับขนส่งสินค้าจากฝั่งเอเชียไปยังประเทศทางตะวันตกทำให้เกิดการส่งมอบสินค้าล่าช้าเข้าไปอีก

ท่ามกลางสถานการณ์ที่ยากลำบาก ผู้ส่งออกไทยยังคงต้องพยายามควบคุมระดับราคาสินค้าที่เสนอขายไม่ให้สูงเกินไปและสามารถแข่งขันได้ รวมทั้งระมัดระวังการให้เครดิตแก่ผู้นำเข้า