

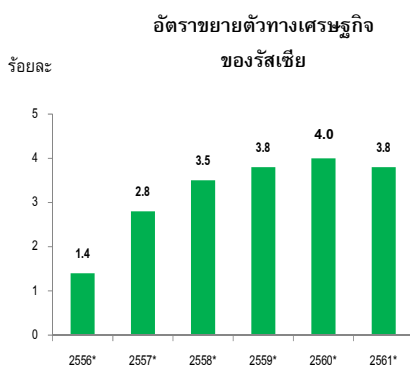
ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
กุมภาพันธ์ 2557

เก็บตกจากต่างแดน

พฤติกรรมผู้บริโภคและโอกาส ของสินค้าไทยในตลาดรัสเซีย



ที่มา : www.google.com



หมายเหตุ : *ตัวเลขคาดการณ์

ที่มา : Economist Intelligence Unit : EIU

หากจะกล่าวถึงตลาดส่งออกใหม่ที่มีศักยภาพในปัจจุบัน สหพันธรัฐรัสเซีย หรือ รัสเซียเป็นอีกตลาดหนึ่งที่น่าสนใจ ทั้งจากขนาดของตลาดที่ใหญ่ ด้วยจำนวนประชากรราว 143 ล้านคน และเศรษฐกิจที่คาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 3.8 ในช่วงปี 2558-2561 ทำให้กำลังซื้อของชาวรัสเซียมีเพิ่มขึ้น สะท้อนได้จากรายได้ที่ใช้จ่ายได้จริง (Personal Disposable Income) ของทั้งประเทศที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,746 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561 จากระดับ 1,180 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2557 ขณะเดียวกันศักยภาพด้านการค้าของรัสเซียก็เอื้อต่อโอกาสในการส่งออกสินค้าไทยเข้าไปเจาะตลาดทั้งในรัสเซียและประเทศใกล้เคียง โดยเฉพาะประเทศในเครือรัฐเอกราช (The Commonwealth of Independent State : CIS) อาทิ ยูเครน คาซัคสถาน และเบลารุส ซึ่งมีพื้นที่ชายแดนติดกับรัสเซีย ตลอดจนมีวัฒนธรรมและรสนิยมในการบริโภคที่คล้ายคลึงกับรัสเซีย จึงอาจใช้รัสเซียเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านเหล่านั้น นอกจากนี้ การที่รัสเซียได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพจัดงานแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาวที่เมือง Sochi ในเดือนกุมภาพันธ์ 2557 และเจ้าภาพฟุตบอลโลก ในปี 2561 คาดว่า จะมีส่วนช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกให้เข้ามาท่องเที่ยวในรัสเซีย และกระตุ้นให้ตลาดสินค้าในรัสเซียขยายตัวยิ่งขึ้น

“เก็บตกจากต่างแดนฉบับนี้” จึงขอนำท่านผู้ประกอบการที่สนใจส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในประเทศรัสเซีย มาทำความรู้จักกับ พฤติกรรมผู้บริโภคและโอกาสของสินค้าไทยในตลาดรัสเซีย มีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

ลักษณะและพฤติกรรมที่น่าสนใจของผู้บริโภคชาวรัสเซีย

เมืองสำคัญ

เมือง	ประชากร (ล้านคน)
Moscow	10.5
St. Petersburg	4.6
Novosibirsk	1.4
Yekaterinburg	1.3

ที่มา : www.cia.gov

Snack Bar



ที่มา : www.google.com

ร้านอาหารญี่ปุ่นในรัสเซีย



ที่มา : www.google.com

บรรยากาศการเลือกซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ต



ที่มา : www.google.com

✓ **วัยแรงงานที่อาศัยหนาแน่นในเมืองใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคสำคัญ และมีบทบาทกำหนดทิศทางการบริโภค** รัสเซียมีจำนวนประชากรที่อยู่ในวัยแรงงาน (อายุระหว่าง 15-64 ปี) สูงถึงร้อยละ 71 ของประชากรทั้งหมด หรือราว 101 ล้านคน เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ และส่วนใหญ่อาศัยหนาแน่นในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะกรุง Moscow (เมืองหลวง) เมือง St. Petersburg (เมืองท่าสำคัญ) ซึ่งเป็นศูนย์รวมของหน่วยงานทั้งราชการ บริษัทเอกชน และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้เปิดใจรับวัฒนธรรมการบริโภคตามสมัยนิยมได้เร็ว เทียบกับเมืองอื่นๆ ของรัสเซีย โดยเฉพาะการหันมาเลือกซื้อ **อาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat)** และ **อาหารปรุงสุก (Ready to Cook)** เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลาแทนการซื้ออาหารสดไปปรุงที่บ้าน ล่าสุด **อาหารประเภท Snack Bar** ที่มีรัฐพิชเป็นส่วนประกอบสำคัญ กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่ชาวรัสเซีย ที่ต้องการควบคุมน้ำหนักและใส่ใจดูแลสุขภาพ โดยนิยมรับประทานเป็นอาหารว่างระหว่างพักจากเวลาทำงาน เพื่อบรรเทาความหิวระหว่างอาหารมื้อหลัก

✓ **ชาวรัสเซียนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น** หลังจากเศรษฐกิจรัสเซียเติบโตอย่างแข็งแกร่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และยังมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวรัสเซียมีกำลังซื้อสูงขึ้น และนิยมนัดพบปะสังสรรค์กับเพื่อนสนิทหรือรับประทานอาหารร่วมกับครอบครัวในวันหยุดที่ร้านอาหารนอกบ้านมากขึ้น ทั้งนี้ การที่ชาวรัสเซียนิยมบริโภคอาหารรสชาติค่อนข้างจัด ทำให้ร้านอาหารจีนและร้านอาหารญี่ปุ่นได้รับความนิยมอย่างสูง โดยเฉพาะร้าน Sushi Bar เพราะชาวรัสเซียเห็นว่าแปลกใหม่ ต่างจากอาหารท้องถิ่นที่รับประทานเป็นประจำทุกวัน อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าร้านอาหารไทยเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น หลังจากชาวรัสเซียที่เคยเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยติดใจในรสชาติอาหารไทย

✓ **ชาวรัสเซียนิยมซื้อสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต อาทิ Azbuka Vkusa, Paterson และ Perekryostok** เพราะเป็นศูนย์รวมสินค้ารุ่นใหม่หลากหลายแบรนด์ การเปรียบเทียบราคาและคุณภาพสินค้าทำได้ง่าย นอกจากนี้ การที่ไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ตตั้งกล่าวมักจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ด้วยการจัดสินค้าเข้าชุดกัน ทำให้สามารถซื้อสินค้ายกชุดได้สะดวก ซึ่งเข้ากับรูปแบบการจับจ่ายของแม่บ้านชาวรัสเซียที่นิยมเลือกซื้อสินค้าครั้งละมากๆ เพียงสัปดาห์ละครั้ง

โอกาสของสินค้าไทยในตลาดรัสเซีย

✓ **ตลาดสินค้าอาหารในรัสเซียยังเปิดกว้าง** ส่วนหนึ่งเป็นเพราะรัสเซียมีสภาพอากาศหนาวเย็นเกือบตลอดทั้งปี และมีช่วงเวลาที่เหมาะแก่การเพาะปลูกจำกัด ทำให้รัสเซียต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารเป็นหลัก ทั้งนี้ สินค้าเกษตรและอาหารของไทยที่มีโอกาสส่งออกไปจำหน่ายในรัสเซีย มีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

Golubtzy และ Coulibiac เป็นอาหารพื้นเมืองรัสเซียที่มีข้าวเป็นส่วนประกอบสำคัญ



ที่มา : www.google.com

❖ ข้าว แม้ว่าข้าวไม่ได้เป็นอาหารหลักของชาวรัสเซีย แต่การที่รัสเซียมีอาณาเขตกว้างขวาง และมีพื้นที่บางส่วนติดกับจีน ทำให้ได้รับวัฒนธรรมการบริโภคข้าวจากจีน สังเกตได้จากอาหารพื้นเมืองของรัสเซียบางรายการมีการใช้ข้าวเป็นส่วนผสม อาทิ **Golubtzy** ที่ประกอบด้วยข้าวและเนื้อสัตว์ห่อด้วยกะหล่ำปลี และ **Coulibiac** มีลักษณะคล้ายพาย สอดไส้ด้วยเนื้อปลาและข้าว นอกจากนี้ การขยายตัวของร้านอาหารญี่ปุ่น จีน และไทยในย่านธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของรัสเซียล้วนเปิดโอกาสให้ข้าวคุณภาพสูงของไทยที่มีรสชาติ และกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวยังเป็นที่ต้องการอีกมากในรัสเซีย

❖ เนื้อสัตว์ จำพวกสัตว์ปีก โดยเฉพาะ **เนื้อไก่** นิยมทั้งแบบลอกหนังและแบบไม่ลอกหนัง รวมไปถึง **เครื่องในไก่** อาทิ ตับไก่ กึ้นไก่ ยังเป็นที่ต้องการอีกมากในรัสเซียเช่นกัน ขณะที่ **กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง** นิยมประเภททั้งตัว (Head on Shell on) และเด็ดหัว (Headless Shell on) เพื่อใช้เป็นส่วนผสมในสลัดรับประทานคู่กับอาหารจานหลักของชาวรัสเซีย รวมทั้งนำมาใช้เป็นวัตถุดิบทำข้าวปั้นญี่ปุ่น (ซูชิ) หน้ากุ้ง ส่งจำหน่ายให้กับร้านอาหารญี่ปุ่นอีกด้วย

❖ ผลไม้และน้ำผลไม้ การที่ชาวรัสเซียตื่นตัวหันมาใส่ใจกับการดูแลสุขภาพ สุขภาพมากขึ้น ทำให้ชาวรัสเซียต้องการบริโภคผลไม้มากขึ้น ส่วนใหญ่นิยมนำเข้าเป็นผลไม้เมืองร้อน ที่ไม่สามารถปลูกได้ในรัสเซีย โดยเฉพาะ สับปะรดซึ่งนิยมทั้งประเภทผลสดและบรรจุกระป๋อง มะม่วงน้ำดอกไม้ ส้มโอ ส้มเขียวหวาน กัลยัม มะพร้าว มังคุด ลำไย และลิ้นจี่ ขณะที่ **น้ำผลไม้** ที่ได้รับความนิยมสูง คือน้ำผลไม้ผสม ที่มีน้ำสับปะรดเป็นส่วนผสมสำคัญ เพราะมีรสชาติต่างจากน้ำผลไม้เมืองหนาว อาทิ น้ำแอปเปิ้ล และน้ำมะเขือเทศ ที่มีวางจำหน่ายทั่วไปในรัสเซีย

❖ ขนมหอบเคี้ยว และปลาตากแห้ง เป็นสินค้าที่กำลังเป็นที่ต้องการอย่างมาก โดยเฉพาะ **ขนมหอบเคี้ยวประเภทถั่วหรือเมล็ดทานตะวันอบแห้ง** นอกจากนี้ ชาวรัสเซียยังชอบรับประทาน **ปลาตากแห้ง** รสเค็ม พร้อมกับดื่มเครื่องดื่มประจำชาติ คือ Vodka เพื่อสร้างความอบอุ่นให้กับร่างกายจากสภาพอากาศที่หนาวเย็น

❖ อาหารทะเลกระป๋องและอาหารแปรรูปแช่เย็นแช่แข็ง ชาวรัสเซียนิยมบริโภค **ปลากระป๋อง** ประเภทที่บรรจุในซอสมะเขือเทศ มากกว่าในน้ำมันพืชหรือน้ำเกลือ เพราะชาวรัสเซียคุ้นเคยกับการใช้ซอสมะเขือเทศเป็นเครื่องปรุงหลักในอาหารอยู่แล้ว ขณะที่ **อาหารแปรรูปแช่เย็นแช่แข็ง** ของไทยหลายรายการ โดยเฉพาะต้มยำกุ้ง ผัดไทย และข้าวผัด เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นหลังจากชาวรัสเซียที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยติดใจอาหารไทย และอยากรับประทานซ้ำอีกเมื่อมีโอกาส

ตัวอย่างอาหารแปรรูปแช่เย็นแช่แข็งที่ได้รับความนิยมในรัสเซีย



ที่มา : www.google.com

เกร็ดน่ารู้:

➢ สุภาพบุรุษชาวรัสเซียนิยมซื้ออัญมณีและเครื่องประดับมอเบเป็นของขวัญให้กับคนรักในช่วงวันสตรีสากล (วันที่ 8 มีนาคมของทุกปี) และวันคริสต์มาส (วันที่ 24 ธันวาคมของทุกปี)

- ✓ ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับรัสเซียยังมีโอกาสขยายตัวต่อเนื่อง ด้วยแรงหนุนสำคัญจากการที่ชาวรัสเซียราว 1 ใน 4 หรือราว 35 ล้านคน เป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง อีกทั้งสุภาพสตรีชาวรัสเซียนิยมเลือกซื้อสร้อยคอ และต่างหูที่เข้าชุดกันสำหรับสวมใส่ไปทำงานเพื่อเสริมบุคลิกภาพ ทั้งนี้ ชาวรัสเซียนิยมเลือกซื้อ **อัญมณี** โดยเฉพาะเพชรขนาด 0.05-0.25 กะรัต และพลอยที่มีโทนสีเขียว รวมถึงสีฟ้า หรือสีน้ำเงิน อาทิ มรกต และไพลิน ก็เป็นที่นิยมเช่นเดียวกัน ขณะที่ **เครื่องประดับ** ที่ทำด้วยทอง พบว่าทองคำสีแดง (Rose Gold) ได้รับความนิยมสูงสุด รองลงมาเป็นทองขาว (White Gold) และทองคำ ตามลำดับ และล่าสุดเครื่องประดับที่ทำด้วยเงินกำลังได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นชาวรัสเซียที่เพิ่งเข้าสู่วัยแรงงานและยังมีรายได้ไม่มากนัก

งานแสดงสินค้าที่สำคัญในรัสเซีย

งาน World Food Moscow



ที่มา : www.google.com

- ✓ งานแสดงสินค้าที่สำคัญในรัสเซีย ผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในรัสเซียควรนำสินค้าไปร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญของรัสเซีย ซึ่งนอกจากจะช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้าใหม่ๆ จากการที่ได้พบกับคู่ค้าและผู้บริโภคชาวรัสเซียโดยตรงแล้ว ยังใช้เป็นโอกาสสำรวจทิศทางและแนวโน้มตลาดสินค้าส่งออกของท่านไปพร้อมๆ กันด้วย อาทิ งาน **World Food Moscow** ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่มสำคัญของรัสเซีย มักจัดขึ้นที่กรุงมอสโก ราวเดือนกันยายนของทุกปี และ งาน **YUVELIR** ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าด้านอัญมณีและเครื่องประดับสำคัญที่กรุง Moscow จัดราวเดือนพฤษภาคมของทุกปี

แม้ว่ารัสเซียเป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการค้า อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การส่งออกสินค้าไปรัสเซียเป็นไปด้วยความราบรื่น ผู้ส่งออกพึงระลึกเสมอว่าการทำการค้ากับรัสเซียยังมีข้อจำกัดบางประการ อาทิ **อุปสรรคด้านภาษา** เนื่องจากชาวรัสเซียมักใช้ภาษารัสเซียในการเจรจาธุรกิจ ผู้ส่งออกไทยจึงควรหาล่ามในการเจรจาติดต่อธุรกิจกับชาวรัสเซียเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากความเข้าใจไม่ตรงกัน นอกจากนี้ ผู้ส่งออกควรเตรียมตัวให้พร้อมทั้ง **การขนส่งสินค้าที่ใช้เวลานาน** เพราะระยะทางที่ห่างไกลกัน โดยเฉพาะสินค้าประเภทผลไม้ ซึ่งผู้ส่งออกควรเรียนรู้วิธีการบรรจุหีบห่อและการควบคุมอุณหภูมิที่เหมาะสมระหว่างการขนส่ง และ **ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าที่ค่อนข้างสูง** ดังนั้น สินค้าที่มีน้ำหนักมาก และสินค้าที่มีกำไรค่อนข้างต่ำ จึงอาจไม่เหมาะที่จะส่งออกปรัสเซีย

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด