

ธุรกิจค้าปลีกในรัสเซีย

การค้าปลีกนับเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจรัสเซียมากขึ้นเป็นลำดับ และมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา เศรษฐกิจรัสเซียขยายตัวอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยราว 6.4% ต่อปี ปัจจุบันชาวรัสเซียมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีราว 6,910 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ประกอบกับทางการรัสเซียมีการปรับปรุงกฎระเบียบและกฎหมายให้เอื้อต่อการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้มากขึ้น และจากรายงานเรื่อง “2007 Global Retail Development Index : GRDI” ที่จัดทำโดยบริษัท A.T. Kearney ยังระบุว่า รัสเซียเป็นประเทศที่น่าเข้าไปลงทุนในธุรกิจค้าปลีกมากเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากอินเดีย ทั้งนี้ ในปี 2549 มูลค่าการค้าปลีกของรัสเซียขยายตัวราว 13% เป็น 318 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 32% ของ GDP

สำหรับข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับตลาดค้าปลีกในรัสเซีย มีดังนี้

❖ ประเภทร้านค้าปลีกในรัสเซีย ที่สำคัญ อาทิ

⇒ Hypermarket เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บนพื้นที่มากกว่า 2,500 ตารางเมตร โดยราว 35% ของสินค้าที่จำหน่ายทั้งหมดเป็นสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร เน้นจำหน่ายแก่กลุ่มลูกค้าที่มีฐานะปานกลางถึงฐานะดี ทั้งนี้ ไฮเปอร์มาร์เก็ตเหล่านี้ส่วนใหญ่มักตั้งอยู่บริเวณชานเมืองหรือบริเวณศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงมอสโก เมืองหลวงของรัสเซีย และเมือง St. Petersburg ผู้ค้ารายสำคัญ ได้แก่ Mosmart, O'kay, และ Auchan เป็นต้น

⇒ Cash & Carry เป็นร้านค้าปลีกขนาดกลาง ตั้งอยู่บนพื้นที่ไม่เกิน 1,500 ตารางเมตร โดยลูกค้าจะต้องเป็นสมาชิกของร้าน และต้องบริการตนเอง รวมทั้งต้องชำระค่าสินค้าเป็นเงินสด กลุ่มลูกค้าของร้านค้าปลีกประเภทนี้ ได้แก่ ร้านขายของชำ ร้านอาหาร ครอบครัวยุใหญ่ และผู้ที่ซื้อสินค้าคราวละมาก ๆ โดยมี Lenta และ Metro เป็นผู้ครองตลาดรายสำคัญ

⇒ Convenience Store เป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก มีพื้นที่ไม่เกิน 300 ตารางเมตร มักตั้งอยู่ในเขตที่อยู่อาศัย หรือในปั๊มน้ำมัน ร้านค้าปลีกประเภทนี้เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในท้องถิ่น ไม่เน้นความหลากหลายของสินค้า แต่จะเน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยร้านค้าปลีกประเภทนี้มักจะเปิดตลอด 24 ชั่วโมง เช่น ABK และ Samokhval เป็นต้น

❖ ภาพรวมตลาดค้าปลีกในรัสเซีย

- ผู้บริโภคชาวรัสเซียมีนิสัยในการเลือกซื้อสินค้าคล้ายคลึงกับผู้บริโภคในแถบยุโรป คือ เน้นเลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากคุณภาพและความหลากหลายของสินค้ามากกว่าราคาสินค้า
- จากการที่ชาวรัสเซียมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้นิยมซื้อสินค้าสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (ready-to-eat) รวมทั้งสินค้าเพื่อสุขภาพ มากขึ้น
- ผู้บริโภครัสเซียนิยมรับประทานของสดใหม่ ทำให้ธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยการจัดพื้นที่สำหรับการเตรียมและทำความสะอาดอาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ และผักสด เพื่อบรรจุแพ็คเกจพร้อมปรุง หรือพร้อมรับประทาน นอกจากนี้ ร้านค้าปลีกหลายแห่งยังมีแผนกเบเกอรี่ของตนเอง เพื่อผลิตขนมปังที่สดใหม่ภายใต้แบรนด์ของร้านค้าปลีกนั้น ๆ ทุกวันอีกด้วย

⊗ **แนวโน้มตลาดค้าปลีกในรัสเซีย**

ผลการวิจัยของบริษัท RNCOS เรื่อง “Russian Retail Sector Analysis (2007-2011)” ระบุว่า ในช่วงปี 2550-2554 มูลค่าการค้าปลีกของรัสเซียจะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยปีละมากกว่า 10% โดยคาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 750 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2554 เนื่องจากคาดว่าชาวรัสเซียจะมีรายได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ประกอบกับค่าเงินรูเบิลของรัสเซียที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคจากต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกในรัสเซียเกือบ 50% เป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังระบุว่า ธุรกิจค้าปลีกของบริษัทข้ามชาติ โดยเฉพาะจากประเทศแถบยุโรป จะเข้ามามีบทบาทในตลาดค้าปลีกของรัสเซียมากขึ้น ส่วนใหญ่จะเข้ามาโดยวิธีการควบรวมกิจการกับธุรกิจท้องถิ่น

ส่วนเศรษฐกิจต่างประเทศ ฝ่ายวิชาการ

พฤศจิกายน 2550