

สถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์ยางในรัสเซีย

มูลค่าตลาดโดยทั่วไปขยายตัวร้อยละ 8 ในปี 2558 ด้วยมูลค่า 410,200 ล้านรูเบิล หรือ ประมาณ 6,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (อัตราแลกเปลี่ยนปัจจุบัน 1 ดอลลาร์สหรัฐ ประมาณ 60 รูเบิล) มีเหตุผลหลักมาจากราคาผลิตภัณฑ์ยางที่ปรับตัวสูงขึ้นจากอัตราเงินเฟ้อที่สูงถึงร้อยละ 16 ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจถดถอย จึงส่งผลให้ในปี 2558 ความต้องการซื้อยางรถยนต์ใหม่ส่วนบุคคลหดตัวอย่างรุนแรงถึงร้อยละ 17 ส่วนความต้องการของภาคอุตสาหกรรมก็ถดถอยลงไม่แพ้กันเนื่องจากธุรกิจจำหน่ายรถยนต์และการก่อสร้างอยู่ในช่วงขาลง คาดว่าในช่วงระหว่างปี 2559 - 2563 มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์ยางจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี

ในปี 2558 ผลิตภัณฑ์ยางและยางในสำหรับยานยนต์ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด มีมูลค่าตลาด 233,500 ล้านรูเบิล เติบโตขึ้นร้อยละ 5 ซึ่งต่ำกว่าอัตราเงินเฟ้อ โดยมีผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นผู้บริโภครายใหญ่ แต่ในเมื่อมีรายได้สำหรับใช้จ่ายลดลงก็ทำให้ต้องชะลอการใช้จ่ายส่วนนี้ออกไปก่อน นอกจากนั้น ยอดขายรถยนต์ใหม่ในท้องตลาดก็ทำได้แค่ 1.3 ล้านคัน ลดลงถึงร้อยละ 45 ส่งผลต่อเนื่องไปยังยอดขายยางรถยนต์ที่ทำได้เพียง 28.5 ล้านเส้น ปรับตัวลดลงถึงร้อยละ 17 ในปี 2558 และยังคงคาดว่าจะลดลงต่อเนื่องในปี 2559 อีกร้อยละ 6 อย่างไรก็ตาม ยอดจำหน่ายยางรถยนต์ประเภทสำหรับใช้ในฤดูหนาวกลับทำยอดขายได้ดีขึ้นเนื่องจากช่วงสามปีที่ผ่านมาียอดขายที่ลดลงมาตลอด

ผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ในระดับราคาปานกลางได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65 ของตลาดทั้งหมด เนื่องจากตลาดระดับบนได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโดยตรง หากนับกันที่แบรนด์สินค้า สินค้าภายในประเทศอย่างยี่ห้อ “Nizhnekamskshina” “Cordiant” และ “Altai” ถือเป็นเจ้าตลาดหลัก ส่วนแบรนด์ดังจากต่างประเทศ ได้แก่ “Nokian” “Pirelli” “Continental” “Yokohama” เป็นต้น

ท่ามกลางยอดขายที่ลดลง ความนิยมยางรถยนต์ในรัสเซียก็ปรับตัวไปตามกระแสโลกด้วยเช่นกัน จะเห็นได้ว่าประเภทสินค้าที่ขายดีจะเป็นยางที่มีขนาดใหญ่เส้นผ่าศูนย์กลางใหญ่ขึ้น ส่วนรถยนต์ประเภท SUV ก็ขายได้มากขึ้นในตลาดรถใหม่และทะยานขึ้นเป็นอันดับสองรองจากรถยนต์ขนาดประหยัด ด้วยเหตุนี้ทำให้ความต้องการยางขนาดใหญ่เส้นผ่าศูนย์กลาง 17 นิ้วขึ้นไปปรับตัวสูงขึ้น จึงเป็นโอกาสของสินค้านำเข้าอย่างยี่ห้อ Nokian ที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้ขับขี่รถยนต์ SUV ที่นิยมความหรูหราโดยไม่ใส่ใจกับราคา

ผู้จัดจำหน่ายและช่องทางจำหน่ายก็ได้รับผลกระทบไปด้วย ผู้จำหน่ายอิสระรายย่อยที่มีสินค้าไม่หลากหลายถือเป็นช่องทางหลักของการจำหน่ายต้องปิดกิจการลง หรือต้องปรับตัวเองไปพร้อมกับช่องทางขายประเภทอื่นๆ ขณะที่รูปแบบธุรกิจของผู้ค้าปลีกรายใหญ่และร้านค้าแบบเครือข่ายจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

ในตลาดของผู้ซื้อภาคธุรกิจ มียางสำหรับรถยนต์ รถบรรทุก และกึ่งบรรทุก ครองตลาดเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ ความต้องการของกิจการผู้ประกอบการรถยนต์ปรับตัวลดลงร้อยละ 2 ที่มีมูลค่า 37.9 พันล้านรูเบิล อันเนื่องมาจากต้องพึ่งพาความต้องการภายในประเทศเป็นหลัก จากยอดผลิตรถเพื่อการพาณิชย์และรถโดยสารที่เหลือเพียง 1.4 ล้านคัน ปรับตัวลดลงร้อยละ 27 ส่งผลให้ยอดขายขึ้นส่วนและอุปกรณยานยนต์ทั้งหลาย รวมทั้งผลิตภัณฑ์ต่างๆ พลอยได้รับผลกระทบไปด้วย

อุตสาหกรรมการก่อสร้างถือเป็นผู้ซื้ออันดับสองของภาคธุรกิจ มีการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ยางเพิ่มขึ้นแต่ในอัตราที่ต่ำกว่าอัตราเงินเฟ้อ คือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 คิดเป็นมูลค่า 30.3 พันล้านรูเบิล ขณะที่มูลค่าของอุตสาหกรรมก่อสร้างหดตัวลงร้อยละ 8 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจและการชะลอตัวของการลงทุนและโครงการซ่อมแซมต่างๆ ทั้งนี้ คาดว่าจะหดตัวอย่างต่อเนื่องในปี 2559 อีกร้อยละ 1 แต่ยังคงได้โครงการก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลกในปี 2561 มาช่วยพยุงสถานการณ์ รวมทั้งนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของรัฐบาลต่อเนื่องไปจนถึงปี 2563 แต่ทั้งนี้ รายได้หลักของประเทศจากน้ำมันที่ราคาตกต่ำและการตึงงบประมาณรายจ่ายภาครัฐก็เป็นอุปสรรคกับการดำเนินโครงการต่างๆ

การลงทุนด้านการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า ขยายตัวร้อยละ 19 คิดเป็นเงิน 1.4 พันล้านรูเบิล

ที่มา: - Euromonitor

- World Trade Atlas

- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ในปี 2558 รัสเซียได้ตั้งกำแพงภาษีต่อสินค้ายางรถยนต์จากจีน อีกทั้งจำนวนการนำเข้าปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องเหลือเพียง 2.9 ล้านเส้น หรือลดลงร้อยละ 14 โดยคาดว่าในปี 2559 จะมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยแต่ระดับ 3 ล้านเส้น แต่ถ้ามองในแง่มูลค่าการนำเข้า กลับมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ถึงแม้ว่าสัดส่วนการนำเข้าจะลดลงร้อยละ 1 อยู่ที่ระดับร้อยละ 39 เนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจ ผู้บริโภคมีรายได้ลดลง และค่าเงินรูเบิลอ่อนตัว รวมทั้งการกีดกันการนำเข้าจากจีน ล้วนส่งผลให้ผู้บริโภคต้องหันไปหาสินค้าที่ผลิตในประเทศแทน

การส่งออกของประเทศไทยก็ได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน สำหรับ 8 เดือนแรกของปี 2559 มียอดส่งออกผลิตภัณฑ์ยางไปรัสเซียเพียง 26.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 35 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เป็นยางสำหรับรถโดยสารและรถบรรทุก รองลงมาเป็นยางรถยนต์ส่วนบุคคล และถุงมือยาง

ทั้งนี้ สถานการณ์เศรษฐกิจของรัสเซียในปี 2560 ยังคงคลุมเครือ ถึงแม้ว่าจะเริ่มมีสัญญาณดีขึ้นตั้งแต่กลางปี 2559 แต่ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ไม่แน่นอน เช่น การคว่ำบาตรโดยประเทศในฝั่งตะวันตก และความขัดแย้งในตะวันออกกลาง รวมทั้งความได้เปรียบด้านต้นทุนของสินค้าที่ผลิตในประเทศรัสเซียเองอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไทยอย่างต่อเนื่อง