



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก อีเมล moscow@thaitrade.ru

ที่ ๔๔๐๑๐/๓ วันที่ ๑๐ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ส่งรายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้า

เรียน ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ

ความเห็น/คำสั่ง

ตามที่คู่มือปฏิบัติงานสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศฉบับปรับปรุงใหม่ กำหนดให้สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ จัดส่งรายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ ให้กับศูนย์ติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจและผลกระทบต่อการค้า นั้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก ขอส่งรายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้า จำนวน ๑ รายงาน เรื่อง “แนวโน้ม ๕ พหุติกรรมผู้บริโภคในรัสเซีย” ตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(นายกิตตินันท์ ยิ่งเจริญ)

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก

สำเนา สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ๒



แนวโน้ม 5 พฤติกรรมผู้บริโภคในรัสเซีย

◆ อ่อนไหวกับราคาสินค้า

จากการถูกคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจเมื่อปี พ.ศ. 2557 ควบคู่ไปกับราคาน้ำมันโลกตกুবลงในปี พ.ศ. 2559 ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคหดหายไป ถึงแม้ว่าความมั่นใจของผู้บริโภคจะกลับคืนมาอีกครั้งเมื่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจคาดว่าจะฟื้นตัวในปี พ.ศ. 2560 แต่ด้วยค่าครองชีพที่สูงและระดับรายได้เพื่อการใช้จ่ายมีไม่มากย่อมก่อให้เกิดกระแสอ่อนไหวต่อระดับราคาสินค้า ยกตัวอย่างจากการสำรวจโดย Global Consumer Trends (GCT) เมื่อปี พ.ศ. 2560 พบว่าร้อยละ 63 ของกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมที่ให้ส่วนลดของซูเปอร์มาร์เก็ต และร้อยละ 31 ตั้งใจจะซื้อของจากร้านค้าที่ให้ส่วนลดบ่อยขึ้นกว่าเดิม

ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2560 แม้ตัวเลขระดับรายได้เพื่อการใช้จ่ายและอัตราการใช้จ่ายของครัวเรือนจะขยับขึ้นร้อยละ 5.7 แต่ผู้บริโภคจำนวนมากก็ยังได้รับผลกระทบจากปัญหาความเหลื่อมล้ำของรายได้ดังจะเห็นได้ว่าร้อยละ 14 ของประชากรยังมีความเป็นอยู่ที่ต่ำกว่าเส้นแบ่งความยากจนประจำชาติในปี พ.ศ. 2560 โดยอ้างอิงการสำรวจของศูนย์วิจัยความคิดเห็นสาธารณะของรัสเซีย (The Russia Public Opinion Research Center : WCIOM) พบว่าร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีเงินมากพอสำหรับซื้ออาหาร ขณะที่ร้อยละ 39 มีรายได้แทบจะไม่พอสำหรับการซื้อหาอาหารและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งสถานการณ์จะยิ่งแย่ลงสำหรับผู้บริโภคที่อาศัยในเขตภูมิภาคที่มีเงินเดือนน้อยหรือมีสวัสดิการที่จำกัด อย่างไรก็ตามในภาวะเศรษฐกิจที่เข้มแข็งขึ้นอันจะนำมาซึ่งการยกระดับรายได้และ

จำนวนชนชั้นกลางที่เติบโตขึ้นในปีต่อๆ ไป จึงเป็นที่คาดหวังได้ว่าความต้องการสินค้าและบริการที่ไม่ใช่สิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตจะขยายตัวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

◆ ก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัล

โลกสังคมดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตในยามว่าง การสื่อสาร และนิสัยการใช้จ่าย ด้วยราคาการเข้าถึงบริการโทรศัพท์มือถือและเทคโนโลยี broadband สามารถจับต้องได้ง่ายขึ้นทำให้ผู้คนสามารถส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตได้ ในปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 76 ของประชากรเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 64 เมื่อปี พ.ศ. 2555) และร้อยละ 55 ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ

จากบทความบน Alizila.com กล่าวว่าจากการร่วมมือกันทางยุทธศาสตร์ระหว่างเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดของรัสเซียกับ Aliexpress ของ Alibaba และธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ต Mail.ru ผนึกกำลังกันสร้างศูนย์กลางบริการอย่างครบวงจรในระบบนิเวศน์ออนไลน์เดียวกันแก่ผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร เข้าสังคม ซื้อของ และเล่นเกมส์ ซึ่งข้อมูลจากการสำรวจด้วย GCT เมื่อปี พ.ศ. 2560 พบว่าร้อยละ 79 ของผู้บริโภคในรัสเซียจะค้นหาสิ่งที่ต้องการผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยคอมพิวเตอร์ โดยที่ร้อยละ 49 จะเยี่ยมชมและติดตามเว็บไซต์เครือข่ายสังคมผ่านโทรศัพท์มือถือแทบทุกวัน

ระบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้รับการพัฒนาเป็นอย่างดี ในปี พ.ศ. 2560 โดยเฉลี่ยของครัวเรือนจะสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เป็นเงิน 17,594 รูเบิล โดยผลการสำรวจของ GCT พบว่าร้อยละ 55 ของนัก

ข้อป้อนไลน์ตัดสินใจซื้อโดยให้ความสำคัญกับ “ราคา” มากที่สุด ส่วนผู้บริหารของธนาคาร Sberbank ให้ความเห็นว่าผู้บริโภคชาวรัสเซียนิยมซื้อสินค้าที่เป็นแบรนด์ต่างชาติผ่านการใช้บัตร MIR (ระบบการชำระเงินผ่านบัตรแห่งชาติของรัสเซีย มีลักษณะเหมือน VISA และ Master)

◆ ใส่ใจสุขภาพ

การสำรวจโดย WCIOM ในปี พ.ศ. 2561 พบว่าร้อยละ 48 ของกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าตัวเองมีสุขภาพในระดับที่น่าพอใจ และร้อยละ 33 คิดว่าพวกเขามีสุขภาพดี ส่วนคนที่คิดว่าตนเองมีสุขภาพไม่ดีมีสัดส่วนร้อยละ 11 แต่อายุขัยโดยเฉลี่ยของผู้ชายชาวรัสเซียเพียงแค่ 60 ปี และผู้หญิง 68 ปี (ข้อมูลปี พ.ศ. 2561) โดยโรคพิษสุราเรื้อรังเป็นสิ่งบั่นทอนชีวิตมากที่สุดประการหนึ่ง ส่วนโภชนาการประจำชาติมักมีไขมันอิ่มตัวและโซเดียมในอัตราสูง (บริโภคเกลือ 9-12 กรัมต่อวัน ขณะที่องค์การอนามัยโลกแนะนำไม่ควรเกิน 5 กรัมต่อวัน) และร้อยละ 31 ของประชากรเพศชายและร้อยละ 25 ของเพศหญิงเป็นคนอ้วน เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 และ 17 ตามลำดับเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2555 นอกจากนี้ หนึ่งในสามของกลุ่มตัวอย่างยังมีพฤติกรรมสูบบุหรี่ทุกวัน

อย่างไรก็ตามความตระหนักในเรื่องสุขภาพและต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิตมีเพิ่มขึ้นจากการสำรวจโดย WCIOM ในปี พ.ศ. 2561 พบว่าร้อยละ 40 ของกลุ่มสำรวจ (สำหรับกลุ่มอายุ 18 – 24 ปี มีมากถึงร้อยละ 57) ได้ปรับลดการบริโภคสุราลง เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26 เมื่อปี พ.ศ. 2552 นอกจากนี้ผลการสำรวจโดย GCT พบว่ากว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างต้องการลดการบริโภคน้ำตาลลงซึ่งส่งผลต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำตาลและของหวานค่อนข้างรุนแรง

◆ คนเมืองกับกระแสสังคมแห่งการแบ่งปัน

ด้วยความขมขื่นกับระบบการปันส่วนที่ใช้กันมาอย่างยาวนานในยุคสหภาพโซเวียตและประเพณีที่ถือว่าการครอบครองเป็นตัวชี้วัดสถานะทางสังคมทำให้ชาวรัสเซียปรับตัวไปสู่สังคมแบ่งปันของโลกอย่างค่อยเป็นค่อยไป อย่างไรก็ตามด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและการประหยัดค่าใช้จ่ายทำให้สังคมเศรษฐกิจสมัยใหม่เป็นกระแสนิยมในเขตเมืองใหญ่ เช่น ธุรกิจแบ่งปันการใช้รถยนต์ร่วมกันของบริษัท Anytime มีสมาชิกลงทะเบียน 13,000 รายในปี พ.ศ. 2560 ขณะที่บริษัท BlaBlaCar ที่เป็นแพลตฟอร์มของฝรั่งเศสจะจับคู่กันระหว่างผู้ใช้รถยนต์ในระยะการเดินทางที่ไกลกว่าก็ได้รับความนิยมสูงมากในรัสเซีย อันช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศได้เป็นอย่างดี อีกทั้งธุรกิจ Mail.ru Group ก็กำลังจะทำแอปพลิเคชันในลักษณะเดียวกันในชื่อ BeepCar ออกมาแข่งขันด้วย

พฤติกรรมการทำงานร่วมกันและการอยู่ร่วมกันจะเป็นเรื่องปกติมากขึ้น ก่อให้เกิดธุรกิจบริการแบบแบ่งปันเกิดขึ้นมากมาย เช่นการแลกเปลี่ยนเสื้อผ้าและของเล่นกันหรือธุรกิจให้เช่าโดยเว็บไซต์ Rentmania.com และ Foodsharingrussia.ru ที่เป็นเว็บไซต์ช่วยกระจายอาหารที่เหลือทิ้งจากร้านอาหารหรือร้านค้า

เศรษฐกิจแบบแบ่งปันถือว่าเป็นระบบของคนยุคใหม่ที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะ จากการสำรวจโดย GCT ในปี พ.ศ. 2560 พบว่าร้อยละ 30 ของกลุ่มประชากรอายุ 18 – 29 ปี สั่งซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถืออย่างน้อยหนึ่งครั้งต่อเดือน และร้อยละ 28 ของกลุ่มอายุนี้ใช้บริการแบ่งปันการขับชี่ยานพาหนะอย่างน้อยหนึ่งครั้งต่อเดือน

◆ การอพยพของคนหนุ่มสาวกับภาวะ “สมองไหล”

ปัญหาใหญ่อย่างหนึ่งของรัสเซียคืออัตราการย้ายถิ่นฐานไปต่างประเทศของคนหนุ่มสาวที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราการเพิ่มของประชากรหยุดนิ่งและยังทำลายความต้องการในสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสังคมครอบครัวแบบมีคนวัยเยาว์เป็นส่วนประกอบ จำนวนคนหนุ่มสาวลดลงร้อยละ 19 ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2555 – 2560 ขณะเดียวกันจำนวนนักเรียนในระดับอุดมศึกษาลดลงร้อยละ 28 โดยการสำรวจโดย WCIOM ในปี พ.ศ. 2561 พบว่าร้อยละ 31 ของกลุ่มประชากรอายุ 18-24 ปี มีความต้องการจะอยู่อาศัยในต่างประเทศ (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 25 ในปีที่ผ่านมา) เปรียบเทียบกับกลุ่มประชากรวัยผู้ใหญ่มีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้น

รัสเซียถือว่าเป็นประเทศหนึ่งที่ประชากรมีการศึกษาสูงแห่งหนึ่งของโลก (จากรายงาน OECD Better Life พบว่าร้อยละ 95 ของประชากรอายุ 25-64 ปี สำเร็จการศึกษามัธยมปลาย ขณะที่อัตราเฉลี่ยของ OECD คือร้อยละ 74) การย้ายถิ่นฐานที่อยู่ไปต่างประเทศของคนหนุ่มสาวก่อให้เกิดภาวะ “สมองไหล” จากประมาณการของ Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration ประมาณร้อยละ 40 จากจำนวน 100,000 คนที่อพยพไปยังประเทศที่พัฒนาแล้วมีระดับการศึกษาที่สูงกว่า นอกจากนั้นหนึ่งในสี่ของกลุ่มตัวอย่างอพยพไปต่างประเทศเพราะเหตุผลทางการเมือง และส่วนที่เหลือย้ายไปเพราะเหตุผลทางเศรษฐกิจ

ที่มา: *Consumer Lifestyles in Russia*, Euromonitor International



มกราคม 2562