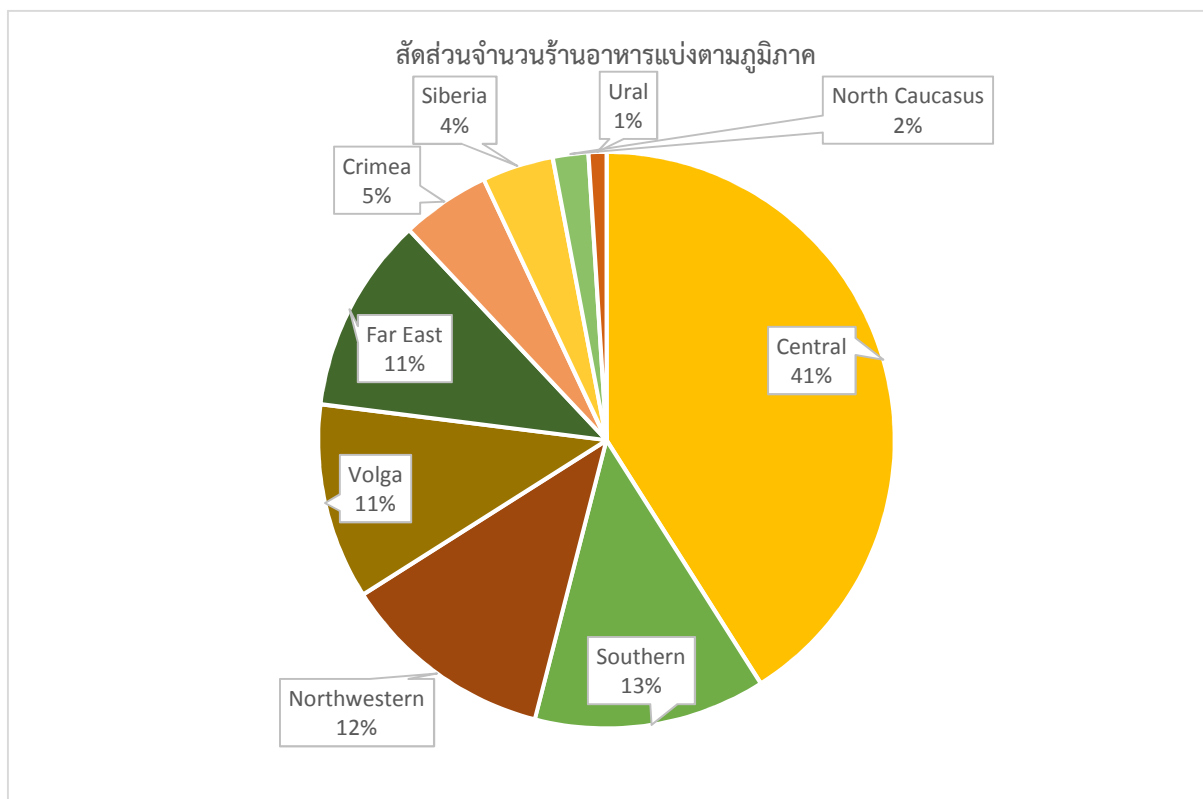


ธุรกิจร้านอาหารในรัสเซียและฝั่งตะวันออกไกล

ปี พ.ศ. 2561 จำนวนร้านอาหารทั้งหมดทั่วประเทศเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยมีมูลค่าทั้งอุตสาหกรรมกว่า 28,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ปัจจุบันในรัสเซียมีเมืองต่างๆ ที่มีประชากรเกินกว่า 1 ล้านคนอยู่ 15 เมืองด้วยกัน (จากการวิจัยของ UCS บริษัทผลิตซอฟต์แวร์ร้านอาหาร - www.ucs.ru) โดยมีกรุงมอสโกและนครเซนต์ปีเตอส์เบิร์กเป็นเมืองที่ครอบคลุมสัดส่วนจำนวนธุรกิจร้านอาหารมากที่สุดร้อยละ 37 และ 19 ตามลำดับของกลุ่ม ส่วนที่เหลืออีก 13 เมืองแบ่งกันไปอีกจากสัดส่วนรวมร้อยละ 44 ทั้งนี้ร้านอาหารที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ อาหารรัสเซียและ อาหารอิตาลี

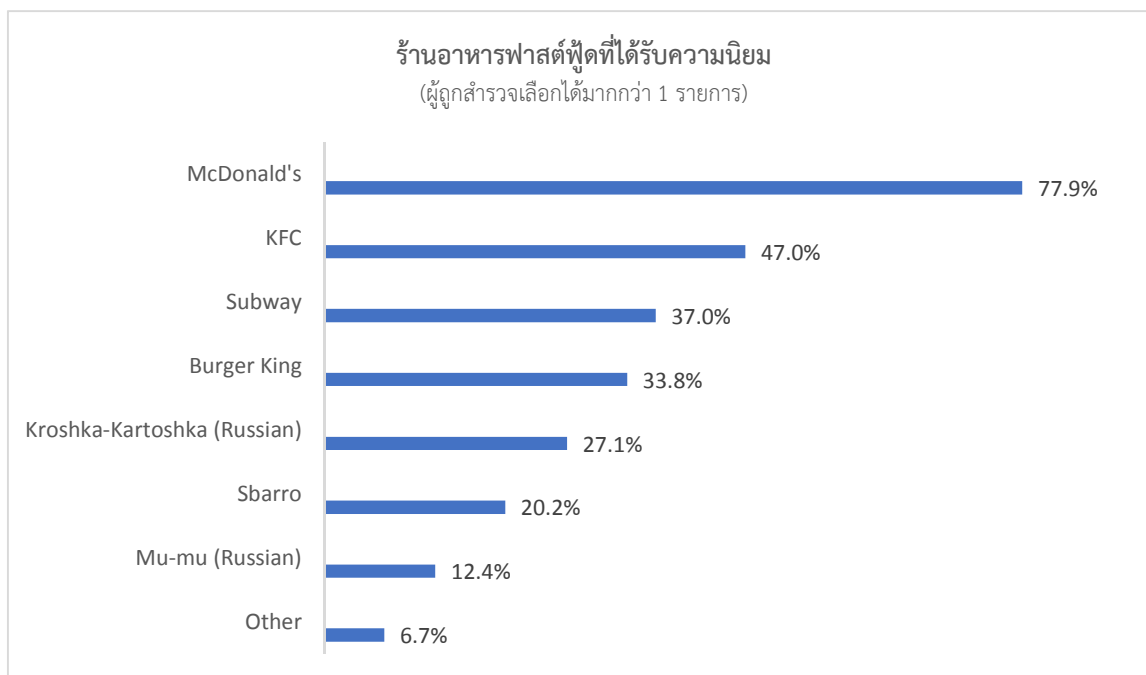


แต่หากมองในภาพรวมของทั้งประเทศ เฉพาะกรุงมอสโกและนครเซนต์ปีเตอส์เบิร์กมีสัดส่วนจำนวนร้านอาหารร้อยละ 22 หรือ 21,671 ร้าน จากธุรกิจอาหารทั้งหมดกว่า 100,000 ร้าน (ร้านอาหาร บาร์ คาเฟ่ เบเกอรี่ และสถานให้บริการอาหารอื่นๆ)

ผลจากการวิจัยพบว่าตำรับอาหารที่ได้รับความนิยมสูงสุดคืออาหารรัสเซียของท้องถิ่น เรียกได้ว่าครึ่งหนึ่งของร้านอาหารทั้งหมดในกรุงมอสโกมีอาหารรัสเซียจำหน่าย รองลงมาได้แก่อาหารอิตาลี (รวมทั้งร้านพิซซ่า) โดยมีแนวโน้มเช่นเดียวกันนี้กับทุกๆ เมืองในรัสเซียที่มักจะมีเมนูอาหารพาสต้าและพิซซ่าอยู่ด้วย

ตำรับอาหารที่ตามมาในลำดับที่สามได้แก่แฮมเบอร์เกอร์สไตล์อเมริกันที่พบเห็นได้ทั่วไปในร้านฟาสต์ฟู้ดรวมทั้งร้านอาหารราคาแพงที่จำหน่ายเนื้อสตีค โดยมีอัตราการเติบโตของลูกค้าน้อยกว่า 5 ในช่วงสามปีที่ผ่านมา

จากข้อมูลของ infoline-Analitika (www.infoline.spb.ru) พบว่าจำนวนร้านอาหารแบบบริการตนเองในปี พ.ศ. 2561 เติบโตกว่าร้อยละ 12 หรือมากกว่า 9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ นำโดยเครือข่ายของร้าน Burger King ที่มียอดขายเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนถึงหนึ่งในสาม



ที่มา: www.rbc.ru

หากนับเอาจำนวนประชากรเฉพาะกรุงมอสโกกับนครเซนต์ปีเตอส์เบิร์กรวมกันแล้วจะมีสัดส่วนร้อยละ 12 ของประเทศ โดยร้อยละ 70 ของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจะกระจุกตัวอยู่ในสองเมืองหลักนี้ ตามมาด้วยเมือง Ekaterinburg ลำดับสาม และเมืองรองอย่าง Rostov, Chelyabinsk, Samara

จำนวนร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ได้รับความนิยมในเมืองใหญ่ของรัสเซีย

เมือง	ประชากร (ล้านคน)	McDonald's	Burger King	Subway	KFC	รวม
Moscow	12.5	238	235	119	242	834
St. Petersburg	5.3	79	61	57	73	270
Ekaterinburg	1.5	13	18	28	12	71
Rostov	1.1	17	6	30	6	59
Chelyabinsk	1.2	5	6	39	3	53
Novosibirsk	1.6	8	11	2	23	44
Samara	1.2	15	5	8	13	41
Nizhny Novgorod	1.3	12	8	4	11	35
Kazan	1.2	16	6	2	10	34
Omsk	1.2	4	4	6	13	27
รวม						1,468

ที่มา: www.finmarket.ru

ตำรับอาหารที่นิยมมากเป็นลำดับที่สี่คือ อาหารญี่ปุ่น ในช่วง 15 ปีก่อนหน้านี้จะพบเห็นร้านซูชิบาร์ไม่มากนัก เพราะมีกลุ่มลูกค้าจำกัดที่สู้ราคาไหว แต่ทุกวันนี้ไม่ว่าซูชิหรือข้าวห่อสาหร่ายมีบริการส่งถึงบ้านกันอย่างแพร่หลายและเกือบจะกลายเป็นธุรกิจฟาสต์ฟู้ดเข้าไปแล้ว

อาหารจีนได้รับความนิยมมากเป็นอันดับห้า ถึงแม้ว่าร้านอาหารทั่วไปจะบรรจุรายการอาหารนานาชาติดลเคล้ากันไปไม่ว่าจะเป็นพิซซ่า พาสต้า สเต็ก หรือซูชิ แต่ร้านอาหารจีนจะยังคงรักษาเอกลักษณ์ของตัวเองที่จะเสิร์ฟเฉพาะอาหารจีนเท่านั้น

จำนวนร้านอาหารที่ได้รับความนิยมใน 3 เมืองใหญ่ที่สุดของรัสเซีย

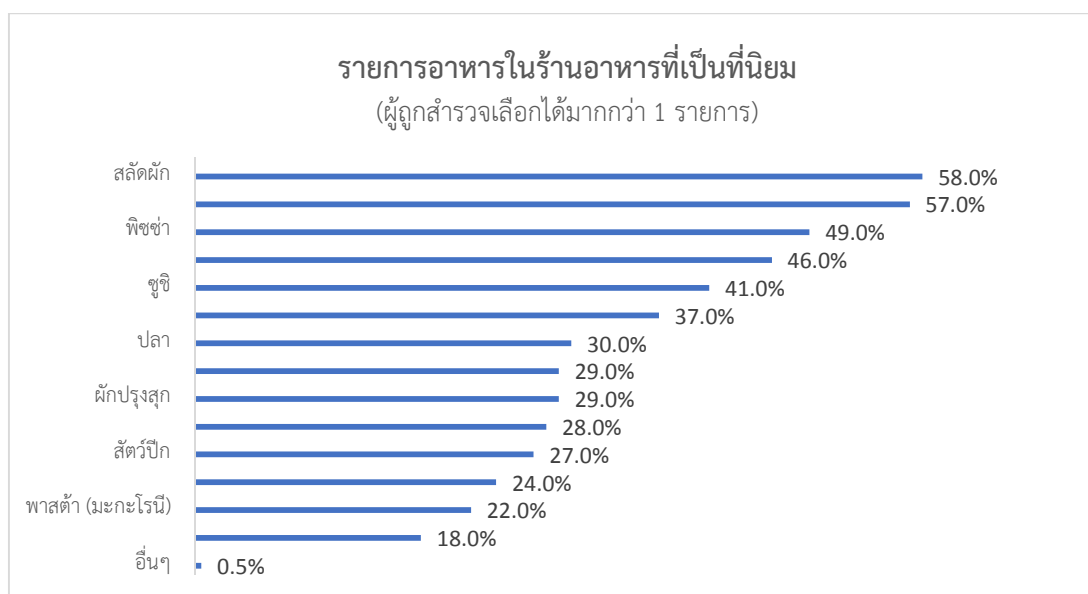
ประเภทอาหาร	มอสโก	เซนต์ปีเตอส์เบิร์ก	โนโวซีบีสค์
รัสเซีย	2,128	1,386	484
อิตาลี	1,405	611	104
พาสต์ฟูด	1,300	436	111
ญี่ปุ่น	1,081	467	77

ที่มา: Euromonitor International

เมื่อสองสามปีก่อนหากผู้บริโภคต้องการหาร้านอาหารชั้นดีจะไม่นึกถึงศูนย์การค้าแน่นอน แต่ขณะนี้โลกได้เปลี่ยนไป จากข้อมูลของ CBRE พบว่าจำนวนร้านอาหารตามศูนย์การค้าหรือสถานบันเทิงเพิ่มมากขึ้นกว่าเท่าตัวในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาโดยเฉพาะห้างสรรพสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจนตามไลฟ์สไตล์ของคนเมืองและอีกแนวโน้มหนึ่งเมื่อไม่นานมานี้คือความนิยมสั่งอาหารมารับประทานที่บ้านมากขึ้นเพราะไม่ต้องการจ่ายเงินมากเกินไปท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย ขณะนี้ร้อยละ 47 ของร้านอาหารมีบริการจัดส่งอาหารถึงบ้านเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ที่มีเพียงร้อยละ 18 นอกจากนั้นพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อไปรับประทานที่บ้านก็เพิ่มขึ้นร้อยละ 35 เทียบกับปีที่ผ่านมา

โดยเฉลี่ยการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านของคนรัสเซียมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 12 เท่านั้น แต่สำหรับกรุงมอสโกแล้วจะมากกว่านั้นสี่เท่าตัว

ผู้เชี่ยวชาญจากสำนักข้อมูล Infoline-Analitika ให้ความเห็นว่าผู้บริโภคทุกวันนี้มีความต้องการที่สลับซับซ้อนยิ่งขึ้น นำไปสู่รูปแบบการบริโภคใหม่ๆ ได้แก่ อาหารริมทางเดิน อาหารเพื่อสุขภาพ และร้านอาหารนานาชาติ เป็นต้น โดยเฉพาะความนิยมซื้ออาหารเพื่อไปรับประทานที่บ้านที่เติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอพัฒนาไปสู่ธุรกิจขายอาหารปรุงสำเร็จ



ที่มา: www.rbc.ru

อีกหนึ่งกระแสความนิยมคืออาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคในวัย 25 – 35 ปี นอกจากจะคำนึงถึงเรื่องรสชาติและคุณค่าอาหารแล้วจะให้ความสนใจกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ทักษะคิดด้านมนุษยธรรมที่มีต่อสัตว์ และการกำจัดขยะ ในระดับเดียวกัน

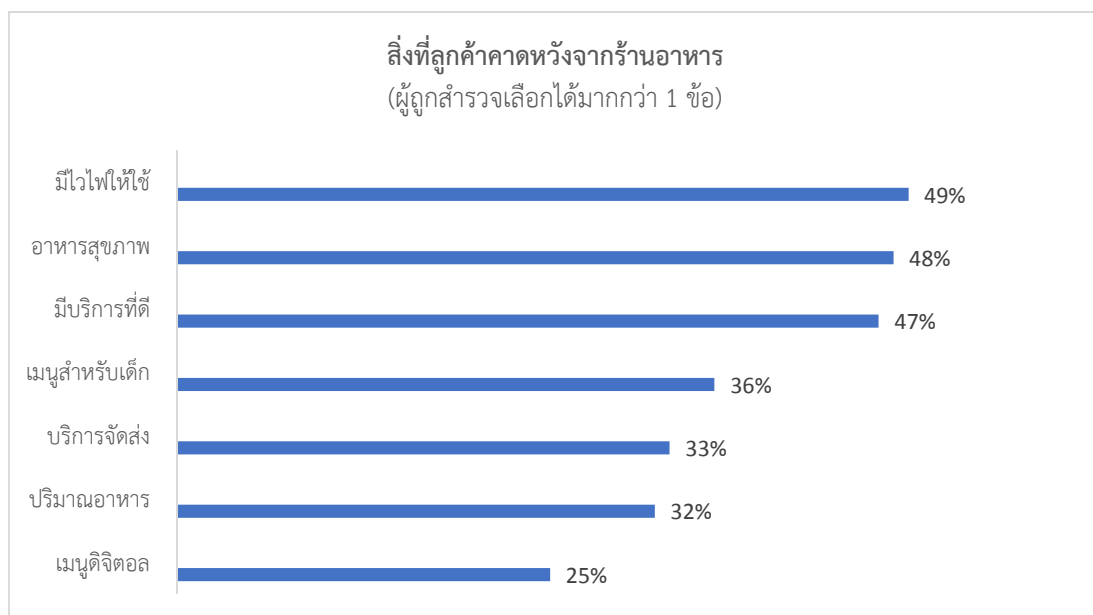
ผลการวิจัยของ RBC research พบว่ากระแสนิยมอาหารเอเชียกำลังมาแรง โดยมีปัจจัยสำคัญคือการตั้งระดับราคาบวกด้วยการนำเสนอที่สมดุลย์กัน นำเสนอสิ่งใหม่ๆ ในราคาที่ผู้บริโภคจับได้ ขณะนี้ได้เกิดคำศัพท์ใหม่ในแวดวงธุรกิจร้านอาหารคือ “democratic” หมายความว่าระดับราคาอันหลากหลายสำหรับคนทุกระดับเลือกได้

ตำรับอาหารเวียดนามถือว่าเป็นดาวรุ่งพุ่งแรงโดยมีก๋วยเตี๋ยวหรือที่รู้จักกันในนาม “เฟอ” เป็นตัวชูโรงที่มักเห็นกันทั่วไปในร้านอาหารเวียดนามหรือแม้แต่ห้างสรรพสินค้า และเริ่มเบียดกระแสความนิยมอาหารญี่ปุ่นที่แพร่หลายมาก่อนหน้า นอกจากนี้ยังมีอาหารจากจีน เกาหลี และไทยที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะ “ต้มยำ” ที่มีความโดดเด่นมากที่สุดจนทุกร้านอาหารไม่ว่าเป็นอาหารชาติใดก็ตามต้องบรรจุรายการ “ต้มยำ” ไว้ในเมนูด้วยอย่างขาดไม่ได้

สำหรับเมืองวลาดิวอสตอคทางฝั่งตะวันออกไกลของรัสเซียเริ่มได้เห็นร้านอาหารจีนเพิ่มขึ้น ส่วนร้านอาหารเวียดนามและเกาหลีก็ได้รับความนิยมพอสมควรและกระจายกันไปในเมืองต่างๆ ของภูมิภาค สำหรับร้านอาหารไทยแห่งแรกของเมืองวลาดิวอสตอคเพิ่งเปิดเมื่อตอนปลายปีที่แล้วชื่อว่า “สยาม” ถึงแม้จะมีขนาดไม่ใหญ่แต่เป็นที่ชื่นชอบกันมากโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าวัยหนุ่มสาว

ร้านอาหารประจำชาติต่างๆ ทั้งหลายเหล่านี้มักจะต้องมีการปรับแต่งรสชาติบ้างเพื่อให้เข้ากับคนในท้องถิ่น เช่น คนรัสเซียตามปกติแล้วจะไม่รับประทานอาหารรสเผ็ดแต่ก็ต้องการลิ้มลองอาหารแปลกๆ บ้าง

ตำรับอาหารญี่ปุ่นมักจะมีราคาแพงกว่าของชาติอื่นๆ ทำให้มีผลประกอบการไม่ค่อยดีและจำนวนร้านอาหารเริ่มถดถอยลง แต่อย่างไรก็ตามมีบางร้านที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง เช่น ร้าน Idzakai ซึ่งเป็นธุรกิจมาจากฮ็อกไกโด หรือร้าน Hanami ในเมืองคาบารอฟ เป็นต้น



ที่มา: www.rbc.ru

ตลาดสำหรับธุรกิจร้านอาหารในรัสเซียยังคงเปิดกว้างเสมอสำหรับผู้ที่สามารถนำเสนอความแปลกใหม่ หากเป็นผู้ลงทุนจากต่างประเทศควรจะมาลองศึกษาและได้เห็นสภาพความเป็นจริงของตลาดด้วยตนเอง โดยอาจมองหาผู้ร่วมลงทุนหรือหุ้นส่วนทางธุรกิจในท้องถิ่นหรือทำธุรกิจแฟรนไชส์

สำหรับภูมิภาคตะวันออกไกลของรัสเซีย ธุรกิจร้านอาหารมักกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่เช่น คาบาร์อฟ และวลาดีวอสตอค มีทั้งอาหารยุโรป รัสเซีย คอเคเซียน อิตาลี ญี่ปุ่น และจีน โดยเฉพาะร้านอาหารจีนจะพบได้ง่ายกว่าภูมิภาคอื่นๆ ในหลายระดับราคาให้เลือก ต่างจากกรุงมอสโกที่มีร้านอาหารจีนน้อยมากและมีราคาค่อนข้างแพง นอกจากนี้พ่อครัวและคนงานในร้านอาหารจีนในเมืองใหญ่อย่างกรุงมอสโกและเมืองเซนต์ปีเตอร์เบิร์กมักเป็นคนในท้องถิ่น ขณะที่ร้านอาหารจีนในฝั่งตะวันออกไกลมักเป็นคนจีนแท้เนื่องจากมีเขตแดนใกล้กับประเทศจีนนั่นเอง พฤติกรรมผู้บริโภคมักเลือกร้านอาหารที่มีรสชาติดีในระดับราคาไม่แพง แต่ถ้าต้องการจัดเลี้ยงหรือบางคนที่ต้องการแสดงถึงฐานะทางสังคมก็จะเลือกร้านอาหารที่หรูหราและราคาแพง

ร้านอาหารระดับหรูหราในเมืองวลาดีวอสตอคมักเสิร์ฟอาหารทะเลหรือเนื้อชั้นดี ได้แก่ Del Mar (www.delmar-vl.ru), Zuma (www.zumavl.ru), Iz Brasserie (www.iz-brasserie.ru), Ogonyek (www.ogonekvl.ru), China Stories (www.chinastories.ru) ลูกค้าส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 60 – 80 เป็นนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และจีนที่อยากลิ้มลองอาหารทะเลสดๆ จากธรรมชาติ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวเมื่อไปทานที่ร้านอาหารในเมืองต่างๆ

เมือง	ราคาเฉลี่ยต่อหัว (USD)
Moscow	24
St. Petersburg	17
Rostov	19
Nizhny Novgorod	17
Kazan	17
Ekaterinburg	16
Novosibirsk	15
Krasnoyarsk	17
Khabarovsk	23
Vladivostok	26

ที่มา: www.rbc.ru

ในช่วง 3-4 ปีก่อนหน้านี้ถือเป็นจุดเปลี่ยนแปลงสำคัญในธุรกิจร้านอาหารในรัสเซียเนื่องจากต้องเผชิญกับความยากลำบากในช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอยและยังมีผลสืบเนื่องให้เห็นอยู่บ้างในปัจจุบัน ขณะที่ผู้ประกอบการก็ต้องพยายามขวนขวายหาสิ่งใหม่ๆ มาดึงดูดลูกค้า อย่างไรก็ตามโอกาสสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ยังมีเสมอหากสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ในระดับราคาที่ไม่แพงนักและมีความแปลกใหม่ เช่น ทำร้านอาหารในบรรยากาศของห้องสมุด หรือสร้างบรรยากาศย้อนยุคไปในสมัยใดสมัยหนึ่ง เป็นต้น แต่ถ้าไม่ต้องการความเสี่ยงมากก็ให้เลือกธุรกิจแฟรนไชส์ซึ่งจะสามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายกว่าการเปิดร้านอาหารเองทั่วไป

ปิดท้ายด้วยโอกาสสำหรับร้านอาหารไทยในแถบตะวันออกไกลมีมากเพียงใด เนื่องจากภูมิภาคนี้มีที่ตั้งอยู่ในทวีปเอเชียใกล้กับกับจีน ญี่ปุ่น และเกาหลี จึงมีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมของเอเชียเป็นอย่างดี อีกทั้งยังนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ ในเอเชียอีกด้วยรวมทั้งไทยที่ถือว่าเป็นประเทศที่ชาวรัสเซียชื่นชอบมากที่สุดแห่งหนึ่ง อีกทั้งการขนส่งวัตถุดิบและเครื่องปรุงก็สามารถทำได้ง่ายเพราะมีท่าเรือและอยู่ไม่ไกล แต่ปัจจุบันนี้ในเมืองวลาดิวอสตอคมีร้านอาหารไทยเพียงร้านเดียว (ร้านสยาม) เช่นเดียวกับเมืองคาบาร์อฟก็มีเพียงร้านเดียว (ร้านช้างน้อย) ไม่รวมร้านอาหารหรูหราที่มีรายการอาหารไทยแทรกปะปนอยู่เล็กน้อยในเมนู นอกจากนี้รัฐบาลกลางยังมีนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนในภูมิภาคตะวันออกไกลอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเปิดพริ้วซ่าให้กับ 18 ประเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย ดังนั้นจึงเป็นโอกาสดีสำหรับการลงทุนเปิดธุรกิจร้านอาหารไทยในภูมิภาคตะวันออกไกลของรัสเซีย



เรียบเรียงจาก *Restaurant Market in Russia and Russian Far East* โดยผู้แทนการค้าไทย เมืองวลาดิวอสตอค

มีนาคม 2562