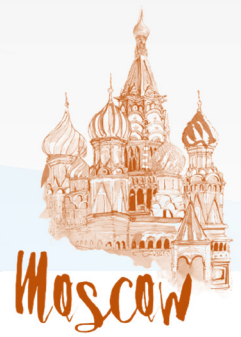


ข่าวเด่นประจำสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก

17 กันยายน 2563



สินค้าแฟชั่น: ของเดิมค้างสต็อก ของใหม่มาช้า

ช่วงเวลาของการใช้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ผ่านมา ส่งผลให้สินค้าแฟชั่นในรัสเซียค้างสต็อกจำนวนมาก เฉพาะสินค้าสำหรับฤดูใบไม้ผลิ-ฤดูร้อนล่าสุดเหลือตกค้างอยู่อีกครึ่งหนึ่ง ยังไม่นับสินค้าฤดูหนาวก่อนหน้านี้ที่ประสบกับปัญหาอากาศที่ไม่หนาวเย็นอย่างที่ควรจะเป็นก็ยังคงค้างสต็อกอยู่อีกร้อยละ 30 (ปกติระดับสินค้าเหลืออยู่ที่ร้อยละ 10) และในอนาคตอันใกล้สินค้ารอบฤดูใหม่ก็จะมาถึงล่าช้า ซึ่งทำนายล่วงหน้าได้ว่าปีนี้จะมีการลดราคาน้อยกว่าที่ผ่านมา

ผู้ค้าสินค้าแฟชั่นบางรายไม่มีเงินทุนมากพอสำหรับสินค้าคอลเลกชันใหม่และบางรายก็ต้องการระบายสินค้าค้างสต็อกออกไปก่อน ซึ่งไม่มีความหวังว่าจะมีการเติบโตของความต้องการในตลาด โดยคาดว่าสินค้าเสื้อผ้า รองเท้า และเครื่องประดับในรัสเซียปีนี้จะมูลค่า 1.75 ล้านล้านรูเบิล หดตัวลงร้อยละ 30

ความล่าช้าของการส่งมอบสินค้านำเข้าใหม่สำหรับฤดูร้อนและฤดูหนาวเกิดขึ้นกับหลายเครื่องธุรกิจค้าปลีก โดยปริมาณคำสั่งซื้อถูกตัดทอนไปร้อยละ 20 - 50 ส่งผลให้เครื่องธุรกิจของ Baon มีสัดส่วนยอดขายจากสินค้าล็อตใหม่ลดลงเหลือร้อยละ 40 - 50 เทียบกับช่วงภาวะปกติจะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 70 โดยขณะที่มีสินค้าฤดูใบไม้ผลิ-ฤดูร้อนค้างสต็อกอยู่อีกร้อยละ 30 จากระดับปกติที่ควรเหลือเพียงร้อยละ 5 - 10 เท่านั้น

Boardriders Russia เจ้าของร้านค้าปลีกสินค้าภายใต้แบรนด์ Boardriders, Quicksilver, DC Shoes, Billabong กล่าวว่าธุรกิจขาดแคลนสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องจากสาเหตุที่ห่วงโซ่อุปทานได้รับผลกระทบมาจาก COVID-19 โดยสินค้าฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวของทุกแบรนด์ประสบปัญหาการส่งมอบล่าช้ามากเหมือนกันหมดประมาณ 4 - 8 สัปดาห์ ส่วนเครื่องค้า

ปลีกของ Sportmaster Group of Companies ก็ยอมรับว่าปีนี้สินค้าคงเหลือมากกว่าช่วงภาวะปกติ

ผู้ค้าปลีกพยายามดิ้นรนขายสินค้าที่เหมาะสมกับสภาพอากาศช่วงเดือนเมษายนและพฤษภาคมที่ยังค้างสต็อกทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งต้องลากยาวการขายไปจนถึงสิ้นเดือนกันยายน

ผู้ค้าปลีกรายย่อยบางรายก็ปิดร้านแล้วหันไปขายสินค้าทางออนไลน์แต่เพียงอย่างเดียว โดย Ozon เจ้าของแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์รายใหญ่เปิดเผยว่ามีผู้ค้าสินค้าเสื้อผ้าประมาณ 3,500 รายในช่วงสิ้นเดือนมิถุนายน ซึ่งถือว่ามียอดมากกว่าในภาวะปกติ 4 เท่า เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ขณะนี้ในช่วงกลางเดือนกันยายนมีปริมาณผู้ค้าสินค้าเสื้อผ้ามากกว่า 5,000 ราย รวมทั้งผู้ค้าปลีกรายใหญ่อย่าง Sportmaster, Melon Fashion Group (Befree, Love Republic, Zarina และ Sela), Tvoe

จากนี้ไปต้องจับตามองในช่วงฤดูหนาวของปีนี้ ถ้าความต้องการในตลาดยังอยู่ในระดับเดิมเท่าปีกลายและสถานการณ์ COVID-19 คงที่ คาดได้ว่าคำสั่งซื้อสินค้าสำหรับฤดูใบไม้ผลิ-ฤดูร้อนของปีหน้าจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้ายอดขายของฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาวหดตัวลงก็ไม่ต้องสงสัยว่าคำสั่งซื้อในอนาคตจะลดลงด้วยเช่นกัน นอกจากนี้สินค้าล็อตใหม่ที่จะเข้าตลาดล่าช้ากว่าปกติจะทำให้มีการลดราคาสินค้าน้อยลงกว่าเดิม

ที่มา: *Stores lagged behind fashion*, kommersant.ru

สินค้าแฟชั่นถือว่าเป็นสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด COVID-19 มากที่สุดหมวดหนึ่ง โดยเฉพาะร้านค้าปลีกจำนวนมากที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าต่าง ๆ จากการถูกบังคับให้ปิดกิจการชั่วคราวในช่วงล็อกดาวน์ อีกทั้งผลกระทบจากการว่างงานและรายได้เพื่อการใช้จ่ายที่ลดลงของผู้บริโภคที่

ต้องระมัดระวังการใช้จ่ายโดยเน้นจ่ายเฉพาะสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ

ร้านค้าปลีกที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐที่ช่วยปลดล็อกพันธะผูกพันตามสัญญาเช่าที่มีกับห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า โดยสามารถขอยกเลิกสัญญาเช่าได้โดยไม่มีเงื่อนไข จึงมีร้านค้าปลีกสินค้าแฟชั่นจำนวนมากเลือกที่จะปิดร้านแล้วหันไปสู่ระบบการค้าออนไลน์แทน

จากภาวะสินค้าเก่าที่ยังล้นสต็อกและสินค้าใหม่ตามฤดูกาลที่เข้ามาล่าช้าจะยังเป็นปัญหาซ้ำเติมต่อเนื่องไปจนถึงปีหน้า แม้ว่าการพยากรณ์เศรษฐกิจของรัสเซียในปีหน้าคาดว่าจะฟื้นตัวได้อย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่ก็ยังมีปัจจัยเสี่ยงที่น่ากังวลคือสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่คาดเดาไม่ได้ รวมทั้งค่าเงินรูเบิลที่อ่อนตัวลงมากเมื่อเทียบกับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศไทยมีมูลค่าส่งออกสินค้าแฟชั่นไปยังรัสเซียไม่มากนัก ส่วนมากเป็นเครื่องประดับและรองเท้าที่ยังต้องรอให้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้นอีกครั้ง
ระยะหนึ่ง 