



ความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าในรัสเซียพุ่ง

ข้อมูลจาก M.Video-Eldorado ธุรกิจจำหน่ายปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ พบว่าเป็นครั้งแรกที่ยอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ในครัวเรือนในรัสเซียช่วงไตรมาสแรกปีนี้สูงกว่าช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจเมื่อปี พ.ศ. 2557 โดยผู้บริโภคซื้อตู้เย็น เครื่องซักผ้า เครื่องล้างจาน และเครื่องใช้อื่น ๆ สำหรับบ้านและห้องครัวจำนวน 3.3 ล้านเครื่อง คิดเป็นมูลค่า 76.3 พันล้านรูเบิล ซึ่งมากกว่าปีที่ผ่านมาร้อยละ 18 เป็นไปตามแนวโน้มตามที่คุณค้าปลีกและผู้เชี่ยวชาญระบุว่าเกิดจากการที่ชาวรัสเซียเปลี่ยนพฤติกรรมไปทำงานจากที่บ้าน และจากการเติบโตของการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยผู้ผลิตสินค้าชี้แจงว่ามีการเฉลี่ยส่วนแบ่งการตลาดกันไประหว่างผู้ค้าหลายราย ซึ่งถ้าดูการเติบโตโดยรวมอาจไม่ได้ดีขนาดนั้นและในไม่ช้าสถานะตลาดจะเริ่มถูกกดดันจากราคาสินค้าที่สูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

จากรายงานของ M.Video-Eldorado เกี่ยวกับการขายเครื่องใช้ในครัวเรือนขนาดใหญ่ในรัสเซียช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม มาจากยอดขายตู้เย็น เครื่องซักผ้า และอุปกรณ์อื่น ๆ ในช่วงนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเทียบเป็นรายปี มีจำนวน 3.3 ล้านหน่วย ซึ่งเป็นครั้งแรกที่สูงกว่าสถิติของช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2557 ซึ่งในขณะนั้นมียอดขายจำนวน 3.1 ล้านหน่วย คิดเป็นมูลค่า 45.1 พันล้านรูเบิล

ยอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน มีเครื่องซักผ้าเป็นตัวนำโดยมีส่วนแบ่งร้อยละ 27 (จำนวน 900,000 เครื่อง) แปรนด์ยอดนิยม ได้แก่ LG, Samsung และ Indesit ตามมาด้วยตู้เย็นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21 เป็นมูลค่า 22 พันล้านรูเบิล และเตาประกอบอาหารที่มีส่วนแบ่งในเชิงปริมาณอีกร้อยละ 12 ซึ่งแนวโน้มดังกล่าว

เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่กระตุ้นให้ชาวรัสเซียต้องการเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านมากขึ้น นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลจากนิสัยที่เปลี่ยนไปในปีที่ผ่านมา เช่น ผู้บริโภคซื้ออาหารมาเก็บเป็นระยะเวลานานขึ้น และส่วนใหญ่จะรับประทานอาหารและกาแฟที่บ้าน

อีกสาเหตุหนึ่งของความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนจำนวนมากคือการเติบโตของการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยและการกระจายการใช้จ่ายในครัวเรือน ในปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนเงินกู้จำนวน (ตามข้อมูลของ JSC Dom.RF และ Frank RG) สูงถึง 1.7 ล้านหน่วย รวมเป็นเงิน 4.3 ล้านล้านรูเบิล ซึ่งเป็นสถิติสูงสุดของตลาด

Sergey Pankov ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจของบริษัท Ozon ผู้ค้าปลีกออนไลน์รายใหญ่กล่าวว่า ณ สิ้นปี พ.ศ. 2543 ยอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่ในครัวเรือนจากเว็บไซต์ Ozon เพิ่มขึ้น 2.5 เท่า และความต้องการสินค้าในหมวดหมู่นี้ยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาสแรกผู้ใช้ Ozon ส่วนใหญ่มักซื้อเครื่องดูดควันในครัว (เกือบหนึ่งในสามของยอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งหมด) และเตาไฟฟ้าแบบ built-in ร้อยละ 21 รวมทั้งเครื่องซักผ้าอีกร้อยละ 11

เว็บไซต์ Wildberries ผู้ค้าปลีกออนไลน์อันดับหนึ่งในไตรมาสแรกขายเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 12 เท่า สินค้าที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ เครื่องดูดควันในครัว เตา เครื่องซักผ้าตู้เย็น และเครื่องล้างจาน

Mikhail Burmistrov ซีอีโอของ Infoline-Analytics ให้ความเห็นว่า ในปี พ.ศ. 2563 ชาวรัสเซียได้ปรับปรุงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ได้แก่ แล็ปท็อป จอภาพ และอุปกรณ์อื่น ๆ เพื่อทำงานจากที่

บ้าน และลำดับความสำคัญต่อไปคือการเปลี่ยนตู้เย็นและเครื่องซักผ้า ส่วนปัจจัยของการเติบโตของสินค้าที่อยู่ในอสังหาริมทรัพย์มีความสำคัญเช่นกัน โดยปกติแล้วบ้านจะถูกปล่อยเช่าในเดือนธันวาคม ดังนั้นอุปกรณ์เครื่องใช้ของอพาร์ทเมนต์พร้อมเครื่องใช้ไฟฟ้าอาจขยับมาเป็นในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้

อย่างไรก็ตาม โดยรวมแล้วสถานการณ์การเติบโตของตลาดอาจยังไม่น่าไว้วางใจ เนื่องจากในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้าราคาสินค้าจะเป็นแรงกดดันต่อการขยายตัวของตลาด เมื่อราคาวัตถุดิบอย่างโลหะ โพลีเอทิลีน และโพลีคาร์บอเนตที่กำลังปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอีกร้อยละ 3-5

ที่มา: *Demand for Refrigerators, Stoves and Washing Machines in Russia Is Growing*, kommersant.ru

ท่ามกลางการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับชีวิตในยุคความปกติรูปแบบใหม่ (New normal) เช่น การจำกัดการเดินทางและการใช้ชีวิตนอกบ้าน ขณะเดียวกันการทำงานจากที่บ้านบังคับให้ต้องใช้เวลาอยู่ที่บ้านมากขึ้น จึงต้องแสวงหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตนเองที่บ้านมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นจึงไม่แปลกที่สินค้าอุปโภคบริโภคอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านจะมียอดขายสวนกระแสเศรษฐกิจที่ซบเซาจากโควิด-19

อย่างไรก็ตามผู้บริโภคทั่วไปไม่ได้มีรายได้เพิ่มขึ้น เพียงแต่ต้องอาศัยการจัดสรรค่าใช้จ่ายใหม่โดยใช้เงินที่ประหยัดได้จากการลดการเดินทางและการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อไปซื้อเครื่องอำนวยความสะดวกที่มีราคาสูงเหล่านั้นมาแทน ตลอดจนการวางแผนใช้จ่ายสำหรับสิ่งอื่น ๆ ในชีวิตให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

แม้ว่ารัสเซียจะเป็นประเทศหนึ่งที่มีการระบาดของโควิด-19 รุนแรงมาก แต่ก็ประเทศที่สามารถผลิตวัคซีนได้เองและได้มีการกระจายการฉีดให้แก่ประชาชนเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ช่วยให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยกับการใช้ชีวิตนอกบ้านจนช่วยให้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว

ทั้งนี้การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของโลกหลังภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้สินค้าโภคภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญต่อกระบวนการผลิตเริ่มขยับตัวสูงขึ้นรวมทั้งราคาพลังงานที่เป็นต้นทุนของทุกสิ่งทุกอย่างก็ปรับขึ้นด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้สินค้าทั้งที่เป็นอาหารและไม่ใช่อาหารจะมีแนวโน้มแพงขึ้นเป็นลำดับอันอาจส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของการส่งออกสินค้าของไทยไปยังตลาดรัสเซียไม่หือหวา แต่จะเป็นไปในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป 