



เปิดประตู สู่ตลาดใหม่

ภูมิภาคพันธ์ 2563

เข้าใจเทรนด์ผู้บริโภค ... ก่อนรุกตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามแดนหมีขาว



HIGHLIGHTS

- ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามในรัสเซียมีแนวโน้มขยายตัวดีต่อเนื่อง
- รัสเซียเป็นฐานกระจายสินค้าหลักของภูมิภาคโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ CIS
- ตลาดขนาดใหญ่อยู่ที่ กรุง Moscow และเมือง Saint Petersburg ซึ่งมีประชากรมากและกำลังซื้อสูง
- ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก และผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ



ผลิตภัณฑ์เสริมความงามในบทความฉบับนี้ ประกอบด้วย เครื่องสำอาง น้ำหอม ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก และผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ



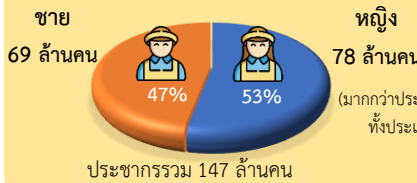
ทำไมต้องรัสเซีย?

สหพันธรัฐรัสเซีย (RUSSIA FEDERATION)



- ที่ตั้ง : ทวีปยุโรปและทวีปเอเชีย
- เมืองสำคัญ : กรุง Moscow (เมืองหลวง/เมืองเศรษฐกิจ) เมือง Saint Petersburg (เมืองท่า)
- พื้นที่ทั้งหมด : 17.08 ล้าน ตร.กม. (อันดับ 1 ของโลก)
- ประชากร : 147 ล้านคน (อันดับ 9 ของโลก ปี 2561)
- ภาษาราชการ : ภาษารัสเซีย
- สกุลเงิน : รูเบิล (RUB)
1 USD = 62.5 RUB (ณ 18 ธ.ค. 2562)
- ระบอบการปกครอง : สหพันธรัฐ มีประธานาธิบดีเป็นประมุขและหัวหน้ารัฐบาล
- ข้อมูลเศรษฐกิจสำคัญ ปี 2561
 - GDP : 1,657.3 BiL.USD
 - มูลค่านำเข้ารวมของรัสเซีย : 238.2 BiL.USD
 - มูลค่าส่งออกของไทยไปรัสเซีย : 1.2 BiL.USD
 - สินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปรัสเซีย : รถยนต์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง อัญมณีและเครื่องประดับ ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ
 - สถานเอกอัครราชทูตและสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของไทย : ตั้งอยู่ ณ กรุงมอสโก

“ตลาดขนาดใหญ่ โดยประชากรหญิงมีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งประเทศและมีกำลังซื้อสูงเมื่อเทียบกับประเทศตลาดใหม่”



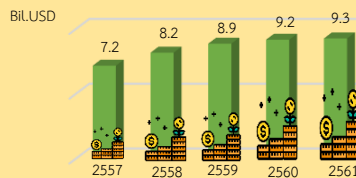
ที่มา : UNCTAD และ IMF

กำลังซื้อเฉลี่ย 11,163 USD/คน/ปี
“กำลังซื้อของรัสเซียสูงกว่าทุกประเทศใน BRICS”

BRICS ประกอบด้วย บราซิล รัสเซีย อินเดีย จีน แอฟริกาใต้

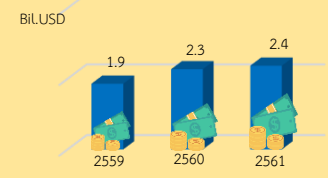
“ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เติบโตอย่างต่อเนื่อง”

“มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามขยายตัวเฉลี่ย 6.4% ต่อปี ในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา”



ที่มา : Trade Map และ Euromonitor

“มูลค่านำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมความงามขยายตัวเฉลี่ย 9.4% ต่อปี ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา”



“ชาวรัสเซียใช้จ่ายซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามถึง 1 ใน 3 ของรายได้ต่อเดือน”

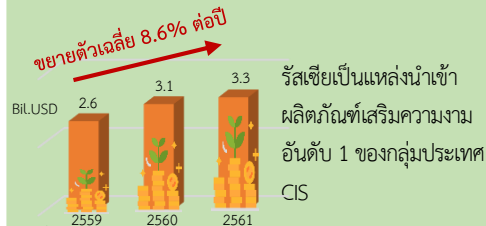


เฉพาะใน กรุง Moscow ใช้จ่ายเฉลี่ย 34-58 USD ต่อครั้ง

ที่มา : Euromonitor และ Deloitte



“เป็นฐานกระจายสินค้าหลักสู่กลุ่มประเทศ CIS”



ที่มา : Trade Map CIS คือ กลุ่มประเทศเศรษฐกิจรวม ประกอบด้วย 12 ประเทศ เช่น คาซัคสถาน ยูเครน อุซเบกิสถาน เบลารุส



เมืองศักยภาพของรัสเซีย

“รัสเซียเป็นตลาดขนาดใหญ่ ประกอบด้วยเขตการปกครองกว่า 80 เขต ดังนั้น การเริ่มต้นเจาะตลาดรัสเซียอาจเริ่มจากเมืองที่มีขนาดใหญ่ก่อน”

Saint Petersburg

“เมืองท่าหลัก”

- เมืองท่องเที่ยว
- เมืองใหญ่ อันดับ 2
- ประชากร 5.4 ล้านคน (อันดับ 2 ของประเทศ)

Moscow

“ศูนย์กลางเศรษฐกิจ”

- เมืองหลวง
- เมืองใหญ่ อันดับ 1
- ประชากร 12.5 ล้านคน (มากที่สุดในประเทศ)
- รายได้ต่อหัวเฉลี่ยสูงสุดในประเทศราว 18,000 USD ต่อปี

Kazan

“แหล่งรวมสถาบันการศึกษาและศูนย์กีฬา”

- เมืองใหญ่ อันดับ 5
- ประชากร 1.3 ล้านคน

Novosibirsk

“เมืองอุตสาหกรรมหลัก”

- เมืองใหญ่ อันดับ 3
- ประชากร 1.7 ล้านคน

Yekaterinburg

“Trading Center ระหว่าง โซบิเรีย เอเชียกลาง และยุโรป”

- เมืองใหญ่ อันดับ 4
- ประชากร 1.5 ล้านคน



“สินค้าไทยเริ่มเป็นที่รู้จัก”



ผลสำรวจความนิยมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากต่างประเทศของชาวรัสเซียพบว่า

- 34% ของกลุ่มตัวอย่าง พร้อมซื้อสินค้าไทย
- สินค้าไทย ติด 1 ใน 7 ของสินค้าต่างประเทศที่ชาวรัสเซียยอมรับ

ที่มา : Deloitte



มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์เสริมความงามของไทยไปรัสเซียขยายตัวเฉลี่ยสูงถึง 45% ต่อปี ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมาก

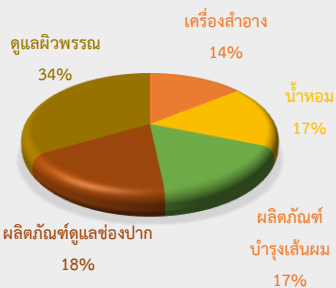


ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

Market Highlights

“โครงสร้างตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามปี 2561”

(แบ่งตามมูลค่าตลาด)



ที่มา : Euromonitor

“เทรนด์สินค้าที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติมาแรง”



ผลสำรวจระบุว่า 6 ใน 10 ของชาวรัสเซีย เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ

เช่นเดียวกับ 84% ของกลุ่มตัวอย่าง สนใจเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ

ที่มา : Euromonitor และ Deloitte

“ชาวรัสเซียให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทดลองกับสัตว์”



ผลสำรวจพบว่า 68% ของกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญและหาข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์สินค้าที่ไม่ทดลองกับสัตว์

สัญลักษณ์ Cruelty-Free ซึ่งบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทดลองกับสัตว์

ที่มา : Deloitte

กลยุทธ์การรุกตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามในรัสเซีย

Product : กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติและไม่มีทดลองกับสัตว์

- ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม
- ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก
- ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ



เจาะตลาดกลุ่มสินค้าตัวรุ่ง

วางสินค้าให้ถูกช่องทาง

ปรับกลยุทธ์การตลาด

Packaging :

- ออกแบบ Package โทนสีเขียวเน้นความเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากธรรมชาติ
- ฉลากสินค้าควรระบุชื่อสินค้า ประเทศผู้ผลิต คำแนะนำการใช้สินค้า (ควรมีภาษารัสเซียกำกับ)

Promotion :

เสนอส่วนลดราคาพิเศษ ในช่วงทดลองตลาด

Place :

เน้นเจาะตลาดเมืองใหญ่ที่มีกำลังซื้อสูง เช่น กรุง Moscow และ เมือง Saint Petersburg



Channel : ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมความงามในรัสเซียมี 2 ช่องทางหลัก

ร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์เสริมความงามชั้นนำ เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูง เช่น L'Etoile, Rive Gauche และ Ile de Beaute

ค่าใช้จ่ายการซื้อในร้านค้าปลีก

- ซื้อ 2 ครั้ง/เดือน
- ครั้งละ 30 USD

E-Commerce Platforms ที่ได้รับความนิยม คือ Wildberries, Ozon และ Aliexpress

ค่าใช้จ่ายการซื้อใน E-commerce

- ซื้อ 1.4 ครั้ง/เดือน
- ครั้งละ 40 USD

Tips

- ✓ ผู้ประกอบการไทยที่เริ่มสนใจอยากทดลองทำตลาดรัสเซีย ควรเริ่มจากการหาตัวแทนนำเข้าชาวรัสเซีย เนื่องจากการนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายโดยตรงต้องจดทะเบียนธุรกิจจในรัสเซียก่อน
- ✓ สินค้านำเข้าจากต่างประเทศต้องได้รับใบรับรองมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานของรัสเซีย เช่น GOST Russia Certificates of Conformity

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด