

ตลาดเครื่องดื่มออร์แกนิกในรัสเซีย

- ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ มูลค่าการค้าปลีกเครื่องดื่มออร์แกนิก ๒ พันล้านรูเบิล เติบโตร้อยละ ๒
- อัตราการบริโภคเครื่องดื่มออร์แกนิกยังมีสัดส่วนต่ำ
- หมวดน้ำผลไม้ออร์แกนิกมีอัตราการเติบโตของมูลค่าการค้าปลีกสูงที่สุดที่ร้อยละ ๒
- คาดว่าในระยะ ๕ ปีข้างหน้า เครื่องดื่มออร์แกนิกจะเติบโตร้อยละ ๔ โดยยอดจำหน่ายจะมีมูลค่า ๒.๙ พันล้านรูเบิล ในปี พ.ศ. ๒๕๖๖

แนวโน้ม

วัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มออร์แกนิกยังมีการพัฒนาน้อยมาก

ถึงแม้ว่ากระแสความสนใจเกี่ยวกับการกีฬาและการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพดีจะมาแรงเพียงใด ความต้องการสินค้าออร์แกนิกกลับไม่ได้เติบโตไปในทิศทางเดียวกัน สาเหตุมาจากผู้บริโภคยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลดีและผลร้ายของการบริโภคสินค้าออร์แกนิก โดยกลุ่มที่อาศัยในเขตเมืองที่ถือว่ามียอดรายได้สูงกว่าและมีความต้องการสินค้าที่ดีต่อสุขภาพมากกว่าจะให้ความสนใจกับรายละเอียดบนสลากที่ติดบนบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องความเป็นธรรมชาติและปราศจากการตัดแต่งพันธุกรรม (GMO Free) อย่างไรก็ตามเมื่อสังเกตเห็นคำว่า “bio-products” ผู้บริโภคก็ยังคงสับสนและไม่สามารถเข้าใจได้ชัดเจนว่ามันเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือมาจากการผลิตโดยใช้วัตถุดิบตามธรรมชาติกันแน่

เครื่องดื่มออร์แกนิกยังถือว่าเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม

สินค้าเครื่องดื่มออร์แกนิกส่วนมากจะเป็นน้ำผลไม้จากภายในประเทศที่ครองสัดส่วนตลาดสูงทั้งหมดเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์และหมวดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ พัฒนาการของเครื่องดื่มเหล่านี้จะมากขึ้นเรื่อยๆ ขึ้นอยู่กับกำลังซื้อของผู้บริโภคและสภาพของเศรษฐกิจมหภาค ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะเคยชินกับพฤติกรรมที่ต้องรัดเข็มขัดประหยัดรายจ่ายในช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอยตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงใช้ชีวิตที่รีบเร่งรวมทั้งพยายามหลีกเลี่ยงการใช้จ่ายในสินค้าที่จำเป็นลง โดยน้ำผลไม้ถือว่าเป็นสินค้าตัวเลือกที่สำคัญที่ผู้บริโภคจะหยิบใส่ในตะกร้าซึ่งหมายความว่าน้ำผลไม้หรือผักออร์แกนิกจะยังคงเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ทั้งนี้สำหรับเครื่องดื่มร้อนแบบออร์แกนิกทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคต่างให้ความสนใจในหมวดหมู่นี้เป็นอย่างมากซึ่งแนวโน้มคงจะไม่เปลี่ยนแปลงง่ายๆ ในอนาคตช่วงระยะปานกลาง



รัฐบาลออกกฎระเบียบควบคุมสินค้าออร์แกนิก

รัฐบาลของรัสเซียได้พยายามสร้างระบบควบคุมการผลิตและการขายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งการริเริ่มสร้างมาตรฐานและการออกกฎระเบียบในการออกเอกสารรับรองนี้ได้เริ่มดำเนินการมาร่วมสิบปีแล้วแต่กระบวนการพิจารณาก็ยังเป็นเพียงตามความสมัครใจ อย่างไรก็ตามปีนี้ตัวบทกฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกได้รับการบัญญัติพร้อมจะเริ่มใช้บังคับอย่างเป็นทางการในวันที่ ๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๓ เป็นต้นไป รวมทั้งการเปิดให้ลงทะเบียนเป็นสินค้าเพื่อการส่งออกด้วย นอกจากนี้หวังว่าจากการสนับสนุนของภาครัฐจะช่วยให้สินค้าออร์แกนิกมีการพัฒนาไปในทางบวกมากขึ้นแม้ว่าจะไม่ใช่ในอนาคตอันใกล้ก็ตาม

การแข่งขัน

บริษัท Biotta เจ้าของตราสินค้า Biotta ยังคงเป็นผู้นำของตลาดเครื่องดื่มออร์แกนิกโดยมีจุดแข็งที่ได้รับความนิยมสูงสุดและมีการกระจายสินค้าได้อย่างกว้างขวางไม่เพียงแต่เครื่องธุรกิจค้าปลีกสินค้าระดับบนเท่านั้นแต่รวมทั้งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ด้วยโดยที่การแข่งขันยังคงไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก การพัฒนาของผู้ผลิตรายย่อยหรือในประเทศมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นได้หากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจดีขึ้นและการรับรู้ด้านสุขภาพเพิ่มขึ้นในฐานะผู้บริโภคที่กว้างขึ้นของรัสเซีย

ผู้ที่มีบทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมนี้คือผู้นำเข้าสินค้า ซึ่งจากข้อมูลของสหภาพออร์แกนิกของรัสเซียพบว่าผู้ผลิตสินค้าอาหารและเครื่องดื่มภายในประเทศที่ได้รับการรับรองทั้งสิ้นไม่เกิน ๗๐ ราย ขณะที่กระบวนการที่จะให้ได้มาซึ่งเอกสารรับรองมีต้นทุนแพงมากและยังไม่มีกฎหมายบังคับใช้อย่างเป็นทางการ จึงทำให้การผลิตสินค้าเครื่องดื่มออร์แกนิกมีพัฒนาการต่ำมาก แต่ถ้ากฎหมายมีผลบังคับเมื่อใดจะช่วยให้กระบวนการออกใบรับรองมีความโปร่งใสมากขึ้น ทั้งนี้ในเบื้องต้นจะเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นการทั่วไปก่อนแล้วผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจะตามมาในภายหลัง

ระดับราคาขายต่อหน่วยแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านๆ มา โดยร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าเฉพาะกลุ่มต่างๆ ก็ไม่ยอมปรับราคาขึ้น โดยเฉพาะเครื่องดื่มออร์แกนิกสำหรับการเล่นกีฬาที่มีราคาสูงกว่าเครื่องดื่มทั่วไปถึง ๕ เท่า เนื่องจากสถานะทางเศรษฐกิจในช่วงฟื้นตัวที่ผู้บริโภคยังคงติดนิสัยประหยัดทำให้ระดับราคาสินค้าอ่อนไหวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ส่วนภัยคุกคามในอนาคตได้แก่นโยบายการตั้งราคาที่สูงอยู่กับอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราและสถานการณ์เศรษฐกิจมหภาคเป็นสำคัญ



ที่มา: Organic Beverages in Russia, Euromonitor International