

ห้ามเยี่ยมออก

# สหพันธรัฐรัสเซียตลาดใหม่ที่ท่าทนายของไทย

โดย นันทวัลย์ ศกุนตนาค  
กรมส่งเสริมการค้าส่งออก  
กระทรวงพาณิชย์

# สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 สภาวะปัญหาในปัจจุบัน	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตและขั้นตอนในการดำเนินการ	2
1.4 ความยุ่งยากในการดำเนินการ	3
1.5 ข้อเสนอแนะ	3
<b>บทที่ 2 ภาพรวมของสหพันธรัฐรัสเซีย</b>	<b>4</b>
2.1 ข้อมูลประเทศและประชากร	4
2.2 ข้อมูลทางเศรษฐกิจที่สำคัญ	5
2.3 สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจ	5
2.4 สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	6
2.5 การค้าระหว่างประเทศ	7
2.6 ปัญหาอุปสรรคสำคัญ	9
<b>บทที่ 3 โครงสร้างทางเศรษฐกิจ</b>	<b>10</b>
3.1 อุตสาหกรรม	10
3.2 พลังงาน	10
3.3 เหมืองแร่	10
3.4 เกษตรกรรม	11
3.5 ป่าไม้	12
3.6 ประมง	12

	หน้า
<b>บทที่ 4 การปฏิรูปทางเศรษฐกิจ</b>	<b>13</b>
4.1 เป้าหมาย	13
4.2 การดำเนินการ	13
4.3 ผลการปฏิรูป	15
4.4 แนวโน้มในอนาคต	16
<b>บทที่ 5 ปัจจัยทางการตลาดและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า</b>	<b>17</b>
5.1 ช่องทางการจำหน่าย	17
5.2 การส่งเสริมการขายและการโฆษณา	18
5.3 การคมนาคมขนส่ง	19
5.4 ระบบการเงินและการธนาคาร	22
5.5 รูปแบบการชำระเงิน	22
5.6 ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	23
<b>บทที่ 6 การค้าระหว่างไทยกับสหพันธรัฐรัสเซีย</b>	<b>25</b>
6.1 มูลค่าการค้า	25
6.2 การส่งออก	26
6.3 การนำเข้า	28
6.4 คู่ทางการค้า	30
6.5 ปัญหาและอุปสรรค	33
6.6 ความตกลงทวิภาคี ระหว่างไทยกับสหพันธรัฐรัสเซีย	34

	หน้า
<b>บทที่ 7 ข้อเสนอแนะในการเดินทางไปทำธุรกิจในสหพันธรัฐรัสเซีย</b>	<b>35</b>
7.1 การขอวีซ่าเข้าประเทศ	35
7.2 การกรอกแบบฟอร์มเข้าประเทศ	35
7.3 การเดินทาง	36
7.4 โรงแรมที่พัก	36
7.5 เงินตรา	36
7.6 สิ่งที่ต้องนำติดตัวไป	37
7.7 ปัญหาที่อาจประสบ	37
7.8 สถานที่ติดต่อ	38
<b>บทที่ 8 การวิเคราะห์และวางแผนเจาะขยายตลาด</b>	<b>39</b>
8.1 การวิเคราะห์ตลาดรัสเซีย	39
8.2 กิจกรรมส่งเสริมการส่งออก	43
8.3 การวางแผนเจาะตลาดในอนาคต	46
8.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	48
8.5 บทสรุป	51

## **บรรณานุกรม**



## ภาคผนวก

1. สถิติการค้าระหว่างไทยกับสหพันธรัฐรัสเซีย
2. สถิติการค้าระหว่างไทยกับกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช (CIS)
3. เมืองท่าที่สำคัญของรัสเซีย
4. อัตราค่าเช่าโกดัง (Bonded Warehouse) ในมอสโก และเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก
5. รายชื่อธนาคารที่มีทรัพย์สินมากที่สุด 25 อันดับ ของรัสเซีย
6. สถิติการค้าของรัสเซียกับภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก
7. สถิติการค้าของรัสเซียกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
8. สถิติการค้าระหว่างรัสเซียกับอาเซียน
9. สถิติการนำเข้าของรัสเซีย
10. สถิติการส่งออกของรัสเซีย
11. รายชื่อประเทศที่เกิดจากอดีตสหภาพโซเวียต

## บทที่ 1 บทนำ

### 1.1 สถานะปัญหาในปัจจุบัน

การขยายตัวของการส่งออกของไทยในครึ่งปีแรกของปี 2539 มีอัตราต่ำกว่าที่คาดหมายไว้มาก คือ จากเป้าหมายอัตราการขยายตัวของการส่งออกที่ร้อยละ 18 ปรากฏว่า มูลค่าการส่งออกในช่วงครึ่งปีแรกเพิ่มเพียงร้อยละ 2-3 เท่านั้น (ตัวเลขเบื้องต้น) ทำให้ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชนต่างเร่งระดมความคิด ถึงวิธีการจะลดปัญหาอุปสรรคในการส่งออก ตลอดจนเร่งปรับมาตรการในการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกให้สอดคล้องกับสถานะตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

มาตรการส่งเสริมการส่งออกที่สำคัญประการหนึ่งคือ การมุ่งเจาะตลาดใหม่ เพื่อลดความพึ่งพาสถานที่หลักเพียงไม่กี่ตลาด ซึ่งมีการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะลง

โดยที่สหพันธรัฐรัสเซีย เป็นตลาดใหม่ที่มีขนาดใหญ่ มีประชากรถึงเกือบ 150 ล้านคน แต่กลับมีการทำการค้ากับประเทศไทยน้อยมาก คือประมาณร้อยละ 1.3 ของมูลค่าการค้ารวมของไทยเท่านั้น โดยเฉพาะมูลค่าที่ไทยส่งออกไปรัสเซีย เป็นเพียงร้อยละ 0.7 ของยอดส่งออกทั้งหมด ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศรัสเซียตั้งแต่เปิดประเทศมีสถานะเศรษฐกิจที่ไม่มีเสถียรภาพ เป็นที่ทราบกันทั่วไปว่า ประชาชนส่วนใหญ่ค่อนข้างยากจน มีอำนาจซื้อต่ำ ระเบียบข้อบังคับในการนำเข้าเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสับสน มีปัญหาดอกเบี้ยสูง เงินเฟ้อสูง และค่าของเงินรูเบิลตกต่ำลงทุกวัน

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลรัสเซียได้พยายามฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจการเงิน การคลังอย่างจริงจัง ส่งผลให้เศรษฐกิจของรัสเซียในปัจจุบันมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ประชากรมีรายได้สูงขึ้น จึงน่าจะเป็นโอกาสเหมาะที่ผู้ส่งออกไทยจะเข้าไปทำความรู้จักเพื่อหาช่องทางขยายการค้าต่อไปเมื่อตลาดเปิดเสรียิ่งขึ้น และมีมาตรการที่ทางการค้าที่เป็นสากล

นอกจากเป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพ รัสเซียยังเป็นแหล่งวัตถุดิบหลายประเภทที่อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกของไทยต้องการ อาทิเช่น เหล็กและเหล็กกล้า ผ้าฝ้าย ด้ายและเส้นใยพลาสติกแข็ง กระจกและกระจกแข็ง และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ทำให้ประเทศรัสเซียเป็นประเทศคู่ค้าที่น่าสนใจยิ่งขึ้น ในสถานะที่การส่งออกของไทยมีปัญหาทั้งในแง่การกระจาย ตลาด และการขาดแคลนวัตถุดิบเช่นในปัจจุบัน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การรวบรวมศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1.2.1 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับกรมฯ ในการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการส่งออก
- 1.2.2 เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิง และเป็นแนวทางในการเจาะตลาด สำหรับภาคเอกชนที่สนใจจะเข้าไปบุกเบิกตลาด เนื่องจากผู้ส่งออกไทยจะรู้จักตลาดนี้น้อย และข้อมูลต่าง ๆ ก็ค่อนข้างหายาก ตลอดจนอยู่กระจัดกระจาย
- 1.2.3 เพื่อชี้แนะโอกาสและช่องทางการค้าที่มีในตลาดรัสเซีย สำหรับอุตสาหกรรมของไทยหลายประเภท เพื่อประโยชน์ในการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ในการเจาะตลาด
- 1.2.4 เพื่อให้ทราบปัญหาและอุปสรรคในการทำการค้ากับรัสเซีย เพื่อเตรียมการแก้ไข และ/หรือ ป้องกันไว้ล่วงหน้า

## 1.3 ขอบเขตและขั้นตอนในการดำเนินการ

- 1.3.1 การเก็บข้อมูลเบื้องต้น (desk research) เป็นการกำหนดกรอบของรายงาน และศึกษาหาแหล่งของข้อมูลจากทั้งหน่วยงานภาครัฐ อาทิ สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก กรมการค้าต่างประเทศและกระทรวงการต่างประเทศ จากสถาบันภาคเอกชน จากเอกสารทางวิชาการ และจากรายงานที่จัดทำโดยบริษัทที่ปรึกษาและหน่วยงานต่างประเทศ
- 1.3.2 การสอบถามข้อมูลและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากบุคคลต่าง ๆ ที่เคยเดินทางไปเจาะหรือศึกษาตลาด เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลาย
- 1.3.3 การศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลและสถิติต่าง ๆ เพื่อเจาะลึกสถานะการค้าระหว่างไทยและรัสเซีย เพื่อให้ได้ข้อสรุป โอกาสและช่องทางของผู้ส่งออกไทยอย่างชัดเจน โดยประเมินความคู่ไปกับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ในตลาด และจุดอ่อนจุดแข็งของประเทศไทยในฐานะประเทศผู้ผลิตด้วย

## 1.4 ความยุ่งยากในการดำเนินการ

ความยุ่งยากที่พบในการทำการศึกษามีหลายประการดังนี้

- 1.4.1 ที่สำคัญและเด่นชัดที่สุดคือ ความหายากของข้อมูล ข้อมูลที่มีโดยมากจะล้าสมัย ในขณะที่ตลาดเปลี่ยนแปลงเร็ว ข้อมูล 2-3 ปีก่อน นับว่าไม่ให้ภาพที่ใกล้เคียงความจริง จึงต้องติดต่อเสาะหาจากหลายแหล่ง
- 1.4.2 เนื่องจากระบบการจัดเก็บสถิติในรัสเซียยังล้าสมัย ทำให้ข้อมูลที่ได้จากแต่ละแหล่งมักไม่ตรงกัน โดยเฉพาะสถิติการค้า และตัวเลขข้อมูลทางเศรษฐกิจ ซึ่งแม้จะจัดทำโดยบริษัทที่ปรึกษาสากล หรือหน่วยงานระหว่างประเทศ ข้อมูลแต่ละแหล่งจะได้ไม่ครบถ้วน ตลอดจนมุมมองภาพที่ต่างกัน ทำให้ต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการตรวจสอบความถูกต้อง และทำการวิเคราะห์
- 1.4.3 มีบุคคลที่เคยเดินทางเข้าไปในตลาดน้อยราย ทั้งภาคราชการและเอกชน ทำให้มีแหล่งของข้อมูล first hand ค่อนข้างจำกัด

## 1.5 ข้อเสนอแนะ

นอกจากการรวบรวมข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ส่งออกแล้ว เอกสารฉบับนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์ตลาดเพื่อให้เห็นชัดเจนถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของประเทศไทย ในการจะทำการค้ากับรัสเซีย และระบุช่องทางโอกาสที่น่าจะเข้าไปผนวกด้วย ตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่ทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องเตรียมตัวให้พร้อมที่จะเผชิญ

โดยที่รัสเซียเป็นตลาดใหม่ที่แม้ศักยภาพในระยะยาวจะดีมาก แต่ในปัจจุบันและในอนาคตอันใกล้ยังคงมีความเสี่ยงสูง และมีความไม่พร้อมที่จะทำการค้าในระบบตลาดเสรีอีกหลายประการ ในข้อเสนอแนะของผู้เขียน จึงได้เน้นถึงความสำคัญที่ภาครัฐจะต้องให้ความช่วยเหลือ จะต้องเป็นผู้ริเริ่มเชิญชวนให้ภาคเอกชนเห็นถึงศักยภาพของตลาดนี้ และเป็นผู้เตรียมความพร้อมให้ภาคเอกชน เพื่อให้เข้าสู่ตลาดได้อย่างมั่นคงต่อไป





## บทที่ 2 ภาพรวมของสหพันธรัฐรัสเซีย

### 2.1 ข้อมูลประเทศและประชากร

<b>เมืองหลวง</b>	มอสโก (Moscow) มีประชากรประมาณ 10.5 ล้านคน
<b>พื้นที่</b>	17 ล้าน ตร.กม. คิดเป็น 1/8 ของพื้นผิวโลก
<b>ประชากร</b>	149.9 ล้านคน (ปี 1995) ร้อยละ 82.6 เป็นชาวรัสเซีย ส่วนที่เหลือเป็นชนกลุ่มน้อย 38 กลุ่ม
<b>การปกครอง</b>	สหพันธรัฐรัสเซีย ได้แยกตัวออกจากสหภาพโซเวียตอย่างเป็นทางการ ตั้งแต่วันที่ 25 ธันวาคม 1991 โครงสร้างการปกครองด้านการเมือง และเศรษฐกิจได้เปลี่ยนจุดมุ่งหมายการพัฒนาประเทศไปสู่ระบบประชาธิปไตย และระบบเศรษฐกิจการค้าเสรี ด้านโครงสร้างการปกครอง เป็นแบบสหพันธรัฐฯ ประกอบด้วย สาธารณรัฐปกครองตนเอง (Autonomous Republic) 16 รัฐ ภาคปกครองตนเอง (Autonomous Region) 5 ภาค และดินแดนปกครองตนเอง (Autonomous Area) 10 เขต
<b>ศาสนา</b>	คริสต์นิกายออร์ทอดอกซ์ นับถือในกลุ่มชาวรัสเซีย ส่วนชนกลุ่มน้อยอื่น ๆ มีทั้งที่นับถือศาสนาอิสลาม และพุทธศาสนานิกายมหายาน
<b>ภาษา</b>	รัสเซีย
<b>สกุลเงิน</b>	รูเบิล (rouble)
<b>อัตราแลกเปลี่ยน</b>	1. เหรียญสหรัฐ = 5,800 รูเบิล (พ.ศ. 39)
<b>วันชาติ</b>	12 มิถุนายน
<b>ประมุข</b>	ประธานาธิบดี Boris Yel'tin
<b>นายกรัฐมนตรี</b>	Mr.Viktor Shernomyedin
<b>ประธานรัฐสภา</b>	Mr.Ivan Rybkin
<b>รมว.เศรษฐกิจ</b>	Mr.Alexsander Shohkin
<b>รมว.เศรษฐกิจสัมพันธ์</b>	Mr.Alex D.Doveydo
<b>รมว.คลัง</b>	Mr.Sergiey Dubinin
<b>รมว.ต่างประเทศ</b>	Mr.Andrei Kozyrev
<b>ประธานธนาคารชาติ</b>	Mr.Viktor Geraschenko

**ความสัมพันธ์กับ CIS** สหพันธรัฐรัสเซีย เป็นส่วนหนึ่งของประชาคมรัฐเอกราช ซึ่งประกอบด้วย  
สาธารณรัฐเอกราช 11 ประเทศ โดยก่อตั้งขึ้นหลังจากการล่มสลายของ  
สหภาพโซเวียตในเดือนธันวาคม 1991

## 2.2 ข้อมูลทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

<b>GDP</b>	639 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (พ.ศ. 39)
<b>GDP per capita</b>	4290 เหรียญสหรัฐฯ (พ.ศ. 39)
<b>อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ</b>	-12%
<b>ปริมาณการผลิต</b>	84.84 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ
<b>การผลิตสินค้าอุตสาหกรรม</b>	76.15 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ
<b>การผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค</b>	22.34 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ
<b>การลงทุนจากแหล่งต่าง ๆ</b>	23.38 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ
<b>การลงทุนจากต่างประเทศ</b>	702 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ม.ย. 2537)
<b>การบริการ</b>	8.62 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ
<b>การค้ากับต่างประเทศ</b>	123.7 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (2538)
<b>มูลค่าส่งออก</b>	77.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (2538)
<b>มูลค่านำเข้า</b>	46.3 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (2538)
<b>สินค้าออกสำคัญ</b>	แก๊สธรรมชาติ น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์น้ำมัน เหล็ก เครื่องจักร เคมีภัณฑ์ พาหนะทางบก อลูมิเนียม
<b>สินค้าเข้าสำคัญ</b>	เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องจักรไฟฟ้า เสื้อผ้า สิ่งทอ
<b>อัตราเงินเฟ้อ</b>	40% (พ.ศ. 39)
<b>อัตราการว่างงาน</b>	8.2% (2539)
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>	91.18 เหรียญสหรัฐฯ (ต.ค. 2537)

## 2.3 สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

สหพันธรัฐรัสเซีย เป็นประเทศใหม่ที่มีรากฐานมาจากสหภาพโซเวียต ประเทศนี้มี  
ขนาดพื้นที่ใหญ่ที่สุดในโลก และอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำมันและแก๊สธรรมชาติ  
เพชร แร่ธาตุชนิดต่าง ๆ ป่าไม้และประมง นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรบุคคลที่มีการศึกษาโดยเฉลี่ย

ในระดับค่อนข้างสูง และมีประชากรรวมถึงเกือบ 150 ล้านคน จึงทำให้รัสเซียเป็นตลาดใหม่ขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสูงในทางเศรษฐกิจ

รัสเซีย เป็นหนึ่งใน 12 ประเทศสมาชิกของ Commonwealth of Independent States (CIS) สมาชิกอื่น ๆ ได้แก่ ยูเครน คาซัคสถาน เบลารุส อุซเบกิสถาน อาร์เมเนีย อาเซอร์ไบจาน มอลโดวา จอร์เจีย คีร์กีซสถาน ทาจิกิสถาน และเติร์กเมนิสถาน ทั้งนี้รัสเซียเป็นแกนนำของกลุ่มภูมิภาคนี้ และเป็นศูนย์กลางของการติดต่อธุรกิจทางการเงินและการค้าใน (CIS) รวมทั้งเป็นเส้นทางขนส่งสินค้าของประเทศอื่นบางประเทศใน CIS ออกไปนอก CIS

สหภาพโซเวียต พัฒนาอุตสาหกรรมโดยเน้นอุตสาหกรรมหนัก (โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตอาวุธและการพัฒนาเทคโนโลยีทางการทหาร) มากกว่าอุตสาหกรรมเบา และเน้นในด้านการผลิตมากกว่าการบริการ การปฏิรูปเศรษฐกิจของรัสเซียให้เข้าสู่ระบบตลาดจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานดังกล่าวนี้

แม้ว่าการปฏิรูปเศรษฐกิจภายใต้โครงการเปเรสตรอยก้าจะเริ่มขึ้นตั้งแต่สมัยประธานาธิบดีกอร์บาซอฟในปี 2528 แต่ก็ดำเนินไปอย่างเชื่องช้า การปฏิรูปทางโครงสร้างเริ่มขึ้นอย่างจริงจังหลังจากสหภาพโซเวียตล่มสลายลงในปลายปี 2534 ช่วงเวลาเพียง 4 ปีนี้ จึงนับเป็นช่วงต้นของการปฏิรูปเศรษฐกิจ ที่รัสเซียต้องเผชิญกับผลของการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันจากการสลายตัวของสหภาพโซเวียต และกลายเป็นประเทศใหม่ที่ใช้ระบบการเมืองและระบบเศรษฐกิจแบบใหม่หลังจากที่อยู่ในระบบคอมมิวนิสต์มาเป็นเวลากว่า 70 ปี

#### 2.4 สถานะเศรษฐกิจการค้าในปัจจุบัน

จากภาวะเศรษฐกิจที่ขาดเสถียรภาพ ผลผลิตตกต่ำโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลผลิตจากอุตสาหกรรมเบาและอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล และเงินเฟ้อในอัตราสูง รัฐบาลได้ใช้มาตรการทางการเงินและการคลังแบบเข้มงวด เพื่อควบคุมภาวะเงินเฟ้อและรักษาเสถียรภาพของเงินสกุลท้องถิ่น (รูเบิล) ซึ่งทำให้เศรษฐกิจมีเสถียรภาพขึ้น โดย OECD ได้ประเมินไว้ว่า ในปี 2539 นี้ การปฏิรูปเศรษฐกิจจะเริ่มส่งผลให้เศรษฐกิจเติบโตขึ้นร้อยละ 2 หลังจากที่เศรษฐกิจถดถอยมาหลายปี

ในปัจจุบัน แม้ชาวรัสเซียส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการปฏิรูปเศรษฐกิจ แต่ชาวรัสเซียส่วนหนึ่งก็ได้รับประโยชน์จากความเปลี่ยนแปลงและกลายเป็นชนชั้นร่ำรวย (new rich) คนกลุ่มนี้มีประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ (14 ล้านคนจากประชากรรวม 150 ล้านคน) และอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ๆ เช่น มอสโก และเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก ซึ่ง



มีคนกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางรวมอยู่ด้วย คนสองกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ จึงทำให้เมืองใหญ่มีสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพและราคาสูงจากต่างประเทศมาขายอยู่ทั่วไป นอกเหนือจากสินค้านำเข้าราคาถูกที่หลั่งไหลเข้ามาในรัสเซีย

เศรษฐกิจรัสเซีย ยังอยู่ในช่วงการปรับตัว (transition) ให้เข้าสู่ระบบเสรีนิยม แม้โอกาสจะเปิดกว้างสำหรับธุรกิจการค้าและการลงทุนกับรัสเซีย แต่ก็มีหลายปัจจัยที่สร้างปัญหาและอุปสรรค ทำให้การทำธุรกิจมีความเสี่ยงสูง แต่ในขณะเดียวกันก็มีโอกาสที่จะทำกำไรได้มาก ในสถานการณ์ที่รัสเซียเริ่มใช้ระบบทุนนิยมแต่ยังขาดตัวจักรพื้นฐานที่จำเป็นในการสร้างระเบียบและเสถียรภาพ

รัสเซีย ได้สมัครเข้าเป็นสมาชิก WTO จึงต้องปรับปรุงและ/หรือออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้าให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของ WTO และเมื่อเข้าเป็นสมาชิก WTO แล้ว รัสเซียก็ต้องควบคุมนโยบายและการดำเนินการทางเศรษฐกิจการค้าให้อยู่ในกรอบกฎเกณฑ์ของ WTO ด้วย อุปสรรคต่อการค้าและการลงทุนในรัสเซีย จึงน่าจะลดน้อยลงในอนาคต

## 2.5 การค้ากับต่างประเทศ

นับตั้งแต่เปิดประเทศ และใช้ระบบการค้าเสรี รัสเซียส่งออกสินค้าวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นมาก (โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งออกไปยังประเทศในกลุ่ม OECD) และอัตราเพิ่มนี้สูงกว่าอัตราเพิ่มของการนำเข้า ทำให้รัสเซียได้ดุลการค้ากับต่างประเทศ

ในช่วง ปี 2538 รัสเซียส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับปีก่อน และนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.2 สินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ วัตถุดิบ เชื้อเพลิง และพลังงาน เครื่องจักร และเคมีภัณฑ์ สินค้าที่นำเข้ามากคือเครื่องจักรกลและสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เสื้อผ้า รองเท้า และอาหาร เป็นต้น เพราะอุตสาหกรรมภายในของรัสเซียอยู่ในภาวะที่ล้าหลังและผลิตสินค้าคุณภาพต่ำ การเปิดตลาดทำให้สินค้าจากต่างประเทศทะลักเข้ามาแข่งขันในทุกระดับราคาและคุณภาพจึงยิ่งส่งผลกระทบทำให้ผลผลิตจากอุตสาหกรรมนี้ลดต่ำลงไปอีก

### มูลค่าการค้า (2538/1995)

การค้ารวม	123,757	ล้านเหรียญสหรัฐ
การส่งออก	77,398	ล้านเหรียญสหรัฐ
การนำเข้า	46,359	ล้านเหรียญสหรัฐ
ดุลการค้า	+31,039	ล้านเหรียญสหรัฐ



### สินค้าออกและนำเข้าที่สำคัญของรัสเซีย

- สินค้าออกที่สำคัญ : ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ เหล็ก เครื่องจักร และเคมีภัณฑ์ วัตถุดิบ ประเภทไม้คอร์ก เพชรและโลหะ
- สินค้านำเข้าที่สำคัญ : เครื่องจักรและอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์อาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค เคมีภัณฑ์

### ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของรัสเซีย

- ตลาดส่งออกที่สำคัญ : ยูเครน สวิสเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เบลารุส จีน
- แหล่งนำเข้าที่สำคัญ : เยอรมนี ยูเครน เบลารุส สหรัฐอเมริกา คาซัคสถาน ฟินแลนด์

### คู่ค้าที่สำคัญของรัสเซียสามารถจัดแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) ประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ เยอรมัน สหรัฐฯ และญี่ปุ่น
- 2) ประเทศใกล้เคียง ประเทศในยุโรปตะวันตก และตะวันออก ประเทศใน CIS (การค้า ระหว่างรัสเซียกับประเทศอื่น ๆ ใน CIS ลดลง) รวมทั้งเกาหลี และ ตุรกี
- 3) ประเทศที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดมาตั้งแต่สมัยสหภาพโซเวียต จีน อินเดีย เวียดนาม

นอกจากจะเข้ามาบุกตลาดรัสเซียอย่างจริงจังแล้ว ประเทศเหล่านี้ได้เปรียบ

ประเทศคู่ค้าอื่นเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น

- 1) ได้เปรียบด้านระยะทางการขนส่ง
- 2) มีประสบการณ์ทางการค้ามาตั้งแต่สมัยสหภาพโซเวียต
- 3) เป็นหนี้รัสเซียและจ่ายเงินเป็นสินค้า ทำให้สินค้าติดตลาด
- 4) รัฐบาลให้ความสนับสนุน โดยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับรัฐบาลรัสเซีย เช่น โดยการให้เงินกู้ยืมหรือเงินช่วยเหลือแก่รัสเซีย

ประเทศที่เป็นคู่ค้าสำคัญของรัสเซียส่วนใหญ่ เข้ามาลงทุนในรัสเซียด้วยเพราะ รัสเซียขาดแคลนเงินทุน การลงทุนจึงเป็นยุทธวิธีสำคัญวิธีหนึ่งที่จะทำให้สามารถแข่งขันและครอง ตลาดรัสเซียซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ได้ง่ายขึ้น

## 2.6 ปัญหาที่สำคัญของประเทศ

โดยสรุปแล้วหากมองในภาพรวมประเทศรัสเซียแม้จะมีศักยภาพที่ดีแต่ก็ยังมี ปัญหาอุปสรรคอีกหลายประการที่แม้ทางรัฐบาลกำลังพยายามแก้ไข แต่ต่างประเทศจะต้องคำนึง ถึงด้วยในการวางแผนธุรกิจ และเข้าสู่ตลาด

2.6.1 กฎหมายด้านต่าง ๆ ของรัสเซีย รวมทั้งด้านการค้าและการลงทุนยังไม่ สมบูรณ์ และยังมีความแปรปรวนอยู่มาก ในส่วนที่มีกฎหมายควบคุมอยู่แล้วก็ยังคงขาดประสิทธิ ภาพในการดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย

2.6.2 ระบบการเงินและการธนาคารของรัสเซีย ยังคงขาดเสถียรภาพ และเนื่อง จากภาวะเศรษฐกิจที่ทรุดต่ำ รัสเซียจึงขาดแคลนเงินทุน ทำให้เกิดปัญหาด้านการชำระเงิน

2.6.3 ระบบภาษี สร้างภาระหนักแก่ผู้ทำธุรกิจการค้าและการลงทุน

2.6.4 ปัญหาคอร์รัปชัน เพิ่มต้นทุนทางอ้อมให้แก่ธุรกิจ

2.6.5 ปัญหาอาชญากรรม และมาเฟีย เป็นการเพิ่มต้นทุนและความเสี่ยงให้กับ ธุรกิจที่สำคัญอีกประการหนึ่ง



### บทที่ 3 โครงสร้างทางเศรษฐกิจ

#### 3.1 อุตสาหกรรม

เมื่อปี 2533 บริษัทผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในรัสเซีย มีจำนวนประมาณ 28,000 บริษัทซึ่งทำให้มีการจ้างงานถึงร้อยละ 30 ของการจ้างงานทั้งหมด จำนวนของบริษัทในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มสูงขึ้นเป็น 87,000 บริษัท ในปี 2536 ซึ่งในจำนวนนี้ มีบางส่วนที่แยกออกมาจากบริษัทใหญ่ด้วย

ในสมัยสหภาพโซเวียต นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรม เน้นไปในด้านอุตสาหกรรมหนักโดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า และพลังงาน ตลอดจนอุตสาหกรรมด้านการทหาร อุตสาหกรรมผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค มีการพัฒนาในระดับต่ำ ในปี 2534 ผลผลิตสินค้าประเภทนี้ มีอยู่เพียงหนึ่งในสี่ส่วนของผลผลิตจากอุตสาหกรรมทั้งหมดสินค้าอุปโภคบริโภคของรัสเซียจึงยังไม่ได้รับการพัฒนา และสถานการณ์ในภาพรวมของอุตสาหกรรมในรัสเซีย นับว่าอยู่ในสภาวะตกต่ำ เพราะผลกระทบจากการปฏิรูปเศรษฐกิจ

#### 3.2 พลังงาน

รัสเซียมีแหล่งน้ำมัน แก๊สธรรมชาติ และถ่านหิน ซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรสำรองขนาดใหญ่และเป็นประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก

น้ำมัน รัสเซีย เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของโลก และมีผลผลิตร้อยละ 16.4 ของผลผลิตน้ำมันของโลก ในปี 2534

แก๊สธรรมชาติ มีแหล่งแก๊สธรรมชาติ ปริมาณรวม 42 พันล้านคิวบิกเมตร

น้ำมันและแก๊สธรรมชาติ เป็นสินค้าหลักที่นำรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศให้รัสเซีย

#### 3.3 เหมืองแร่

สหภาพโซเวียต เป็นผู้ผลิตสินแร่รายสำคัญของโลก

- ทองคำ สหภาพโซเวียตเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับสองของโลก
- โครเมียม เหล็ก แมกนีเซียม แมงกานีส สารปรอท นิเกิล และทังสแตน สหภาพโซเวียตผลิตได้มากกว่าร้อยละ 20 ของผลผลิตรวมของโลก



รัสเซียมีทรัพยากรแร่ธาตุหลายชนิด แหล่งที่มีแร่ธาตุมากคือแถบเทือกเขาอูราล ไชบีเรีย และภาคตะวันออกไกล ซึ่งนับว่าเป็นศูนย์รวมของทรัพยากรแร่ธาตุตั้งแต่สมัยสหภาพโซเวียต

ในปี 2536 รัสเซียผลิตสินแร่เหล็กได้ 76 ล้านตัน ลดลงจากปริมาณ 107 ล้านตัน ที่ผลิตได้ในปี 2533 สำหรับสินแร่ที่ไม่มีเหล็กผสมอยู่ ก็ลดลงในสัดส่วนที่มากกว่านั้น อย่างไรก็ตาม การส่งออกอลูมิเนียมเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 26 ในปี 2535 และเพิ่มในอัตราที่สูงขึ้นในปี 2536 และ 2537 การที่รัสเซียส่งออกอลูมิเนียมได้มาก ก็เป็นเพราะความต้องการใช้ในประเทศอ่อนตัวลง ประกอบกับราคาของพลังงานที่ใช้ในอุตสาหกรรมทำเหมืองอลูมิเนียมก็ลดลงด้วย ราคาสินค้าชนิดนี้ของรัสเซีย จึงต่ำกว่าราคาของประเทศคู่แข่ง

รัสเซีย ยังมีแหล่งแร่ธาตุที่ยังไม่ได้สำรวจหรือพัฒนาอีกมาก และอุตสาหกรรมเหมืองแร่ก็เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่บริษัทต่างชาติให้ความสนใจที่จะเข้ามาลงทุน

### 3.4 เกษตรกรรม

แม้ว่ารัสเซียจะมีขนาดพื้นที่ประมาณสามในสี่ส่วนของสหภาพโซเวียตเดิม แต่พื้นที่ส่วนใหญ่ของรัสเซีย ไม่เหมาะกับการเกษตร พื้นที่ที่มีดินอุดมเหมาะแก่การเพาะปลูก นับว่ามีอยู่น้อย และโดยเฉพาะภาคเหนือ เป็นแถบที่คุณภาพของดินต่ำ เพราะมีกรดมาก นอกจากนี้รัสเซียยังเป็นประเทศที่มักจะประสบกับภาวะอากาศแห้งแล้งโดยเฉลี่ยทุกระยะสามปี ภาคเหนือของประเทศ เป็นแหล่งการทำฟาร์มปศุสัตว์ ส่วนทางภาคใต้และไชบีเรียตะวันตก เป็นแหล่งผลิตธัญพืช ในปี 2536 ภาคเกษตรมีผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 10 ของผลผลิตรวมของประเทศ และก่อให้เกิดการว่างงานร้อยละ 13 ของการจ้างงานทั้งหมด

นับแต่สมัยสหภาพโซเวียต ระบบการทำเกษตรกรรมแบบรวม (collective farming) ทำให้การผลิตขาดประสิทธิภาพ และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานในการเก็บรักษาผลผลิตเกษตรก็ไม่เพียงพอ นอกจากนี้ การสูญเสียผลผลิตเกษตร ในช่วงการเก็บเกี่ยว การขนส่ง และการเก็บรักษา ก็มีอัตราสูงประมาณร้อยละ 25 - 30 และในบางกรณีโดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีสินค้าเกษตรที่เป็น perishable products ก็มีความสูญเสียในอัตราสูงถึงร้อยละ 70 ภาคเกษตรของสหภาพโซเวียตในระยะก่อนที่จะล่มสลายลง จึงอยู่ในภาวะที่ตกต่ำมาก และเนื่องจากผลผลิตในประเทศไม่เพียงพอับความต้องการ สหภาพโซเวียตจึงต้องนำเข้าสินค้าเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธัญพืชและอาหารสัตว์ เป็นปริมาณสูงในแต่ละปี

ปัจจุบันรัสเซียก็ยังเป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้าอาหารและสินค้าเกษตรอื่น ๆ อยู่ในปี 2534 รัสเซียนำเข้าเนื้อสัตว์ประมาณ ร้อยละ 15 ธัญพืช ร้อยละ 17 น้ำตาล ร้อยละ 29 และมันฝรั่ง ร้อยละ 12 ของปริมาณการบริโภค

สภาพที่ตกต่ำของภาคเกษตร ทำให้รัฐบาลรัสเซียเร่งปฏิรูประบบการเกษตร โดยปล่อยให้ราคาสินค้าเกษตรลอยตัวสูงขึ้น เพื่อเป็นเครื่องจูงใจสำหรับเกษตรกรให้เพิ่มผลผลิตและดำเนินการลดสัดส่วนการทำการเกษตรรวม (de-collectivisation) ทำให้มีการทำฟาร์มส่วนบุคคล (private farming) มากขึ้น (12,700 แห่งในปี 2535 ครอบคลุมพื้นที่กสิกรรม 5 ล้านเฮกแตร์) และเมื่อเดือนตุลาคม 2536 รัฐบาลได้ออกกฤษฎีกาอนุญาตให้มีการขายที่ดินให้แก่เกษตรกรรายบุคคลได้

### 3.5 ป่าไม้

รัสเซีย เป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกไม้รายสำคัญของโลก ทรัพยากรไม้ (ที่อยู่ในข่ายการอนุญาตให้ตัดได้) ในรัสเซีย มีอยู่ประมาณ 81.6 พันล้านคิวบิกเมตร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95 ของทรัพยากรไม้ทั้งหมดในภูมิภาค CIS อุตสาหกรรมการผลิตไม้ของรัสเซียอยู่ในสภาวะวิกฤติเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ส่วนใหญ่ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา การลงทุนในอุตสาหกรรมนี้หยุดชะงักลง ทำให้การผลิตและการส่งออกได้ลดลงอย่างมาก การผลิตในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันคืออุตสาหกรรมกระดาษและเยื่อเซลลูโลสจึงลดลงตามไปด้วย ผลผลิตกระดาษของรัสเซียลดลงจาก 5.2 ล้านตันในปี 2533 เหลือเพียง 2.9 ล้านตันในปี 2536

### 3.6 ประมง

อุตสาหกรรมประมงของรัสเซีย ใหญ่เป็นอันดับสี่ของโลกรองจากญี่ปุ่น สหรัฐฯ และจีน ในช่วงปลายทศวรรษที่ 80 (1980s) ปลาที่รัสเซียจับได้มีปริมาณสามในสี่ส่วนของปริมาณรวมของสหภาพโซเวียต และคิดเป็นหนึ่งในสี่ของสินค้าปลาสดและปลาแช่แข็งของโลกและหนึ่งในสามของผลผลิตปลากระป๋องของโลก หลายภูมิภาคของรัสเซีย เช่น Astrakhan, Kamchatka, Kaliningrad, Murmansk และ Sakhalin ทำการประมงเป็นอุตสาหกรรมหลัก อย่างไรก็ตาม ปลาและผลิตภัณฑ์อื่นที่ได้จากทะเลมีปริมาณลดลงจาก 7.9 ล้านตัน ในปี 2533 เหลือเพียง 4.3 ล้านตัน ในปี 2536



## บทที่ 4 การปฏิรูปเศรษฐกิจ (Economic Reform)

### 4.1 เป้าหมาย

รัฐบาลของประธานาธิบดีเยลชิน มีเป้าหมายที่จะสร้างเสถียรภาพและความเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยมีมาตรการหลักได้แก่ การดำเนินขั้นตอนปรับโอนกิจการของรัฐเป็นของเอกชน Privatization การลดการผูกขาด การส่งเสริมการแข่งขัน และการเปิดให้เอกชนดำเนินธุรกิจทั้งภายในประเทศและกับต่างประเทศอย่างเสรี การเลิกใช้ระบบการวางแผนจากส่วนกลางในด้านการผลิตและการกระจายผลผลิตสินค้า การยกเลิกการควบคุมราคาสินค้าส่วนใหญ่ ลดการขาดดุลงบประมาณแผ่นดินตลอดจนการลดระดับเงินเฟ้อ

### 4.2 การดำเนินการ

โครงสร้างของเศรษฐกิจรัสเซียได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนขึ้น ในช่วงปี 2535-2536 จำนวนธุรกิจการค้าของเอกชนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและรัฐบาลก็เร่งออกกฎหมายที่จำเป็นขึ้นมารองรับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ แม้ในระยะแรกนโยบายเร่งรัดการปฏิรูปเศรษฐกิจและการสร้างเสถียรภาพของเศรษฐกิจ ถูกกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ต่อต้านอย่างหนักและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการของรัฐ ต่อมาเมื่อปลายปี 2536 การเปลี่ยนแปลงรัฐธรรมนูญและคณะรัฐบาลได้ทำให้การประสานนโยบายเศรษฐกิจมหภาคเป็นไปอย่างราบรื่นและสอดคล้องกันมากขึ้น ความก้าวหน้าในการปฏิรูปเข้าสู่ระบบตลาด จึงปรากฏผลที่ชัดเจนขึ้น

#### 4.2.1 การโอนกิจการของรัฐเป็นของเอกชน Privatization

โครงการ Privatization ซึ่งเริ่มขึ้นในช่วงกลางปี 2535 มีขอบข่ายดำเนินการอย่างกว้างขวาง และนับเป็นหัวใจของการปฏิรูปเศรษฐกิจของรัสเซีย

รัฐบาลได้ใช้วิธีการออกเอกสารสิทธิ์ในรูปแบบตั๋วเงิน (VOUCHER) มูลค่าใบละ 10,000 รูเบิล จำนวน 150 ล้านใบ แจกให้ประชาชนชาวรัสเซียอย่างทั่วถึง เพื่อใช้แลกเป็นเงินสดไปหุ้นในกิจการต่าง ๆ หรือโอนเข้ากองทุนเงินลงทุน (investment funds) และในเดือนธันวาคม 2535 รัฐบาลได้เปิดให้เอกชนประมูลการซื้อหุ้นในกิจการของรัฐบาล โครงการเปิดประมูลนี้สิ้นสุดลงเมื่อเดือนมิถุนายน 2537



โครงการนี้ ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากว่า การประมูลทำให้หุ้นส่วนใหญ่ในกิจการที่ทำกำไร หรือมีศักยภาพที่จะทำกำไรได้มาก ตกไปอยู่ในมือของบุคคลที่มีอิทธิพลบางกลุ่ม หรือกลุ่มนักธุรกิจการธนาคารที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับฝ่ายรัฐบาล

อย่างไรก็ดี การ privatization ในรัสเซีย นับว่าประสบความสำเร็จมากพอสมควร เพราะทำให้ประมาณร้อยละ 70 ของบริษัทขนาดใหญ่และขนาดกลาง (20,000 บริษัท จากจำนวนรวม 28,000 บริษัท) ที่เคยเป็นของรัฐถูกโอนมาเป็นของเอกชน จนถึงเดือนสิงหาคม 2537 บริษัทซึ่งมีขนาดต่าง ๆ กันในทุกภาคเศรษฐกิจ รวมทั้งหมด 106,000 บริษัท ได้กลายเป็นวิสาหกิจเอกชน

#### 4.2.2 การลดการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจ

รัฐบาลได้เริ่มกำหนดโครงสร้างทางสถาบันและกฎหมายเพื่อรองรับนโยบายลดการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการลดเลิกการวางแผนและควบคุมการผลิตโดยภาครัฐ และสร้างสภาวะที่เอื้ออำนวยต่อการแข่งขัน โครงการนี้คลุมถึงการค้ากับต่างประเทศด้วย ทั้งนี้กฎหมายใหม่ของรัสเซีย มีข้อบัญญัติห้ามหน่วยงานของรัฐเข้าไปแทรกแซงในการแข่งขันของภาคเอกชน

ในส่วนของการจัดการผูกขาดในการทำการค้ากับต่างประเทศนั้น รัฐบาลได้ออกรัฐบัญญัติ Presidential Decree of November 15, 1991 on Liberalization of Foreign Economic Activity on the Territory of the Russian Federation วิสาหกิจเอกชนมีสิทธิในการทำการค้ากับต่างประเทศไม่ว่าวิสาหกิจนั้น ๆ จะมีรูปแบบการเป็นเจ้าของ (form of ownership) ในลักษณะใดก็ตาม แต่ทั้งนี้ยังมีข้อจำกัดอยู่บ้างในเรื่องของสิทธิในการส่งออกสินค้าวัตถุดิบที่สำคัญทางยุทธศาสตร์ (strategically important raw materials) เช่น น้ำมัน เชื้อเพลิง ไฟฟ้า ไม้ และแร่โลหะที่หายาก ขนสัตว์ และัญพืช ถูกจำกัดเฉพาะสำหรับองค์กรที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกระทรวงความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับต่างประเทศ (Ministry of Foreign Economic Relations - MFER) อย่างไรก็ตามระบบการควบคุมการส่งออกสินค้านี้ ได้ถูกยกเลิกไปเมื่อเดือนกรกฎาคม 2537

สินค้าบางประเภท เช่น น้ำมัน แก๊สและโลหะมีค่า ยังอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล และสินค้าอื่น ๆ ที่รัฐบาลเคยกำหนดให้ผู้ส่งออกขอใบอนุญาตในการส่งออก ได้แก่ แร่ธาตุ สินค้า เชื้อเพลิงประเภทอื่น อาหาร โลหะ เคมีภัณฑ์ ไม้ และสิ่งทอ ก็กลายเป็นสินค้าที่ต้องเสียภาษีส่งออก แต่รัฐบาลก็ได้เริ่มลดอัตราภาษีสินค้าออกเหล่านี้ในปี 2538

### 4.2.3 การปล่อยให้ราคาเคลื่อนไหวตามกลไกตลาด

รัฐบาลได้เริ่มปล่อยให้สินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนใหญ่ ถูกขายในราคาตลาดได้ตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา ระบบการกำหนดราคาของสินค้าน้ำมันและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม สินค้าอาหารส่วนใหญ่ ค่ารถไฟ ค่าตัวเครื่องบิน ค่าน้ำ และค่าบริการขนส่งทางถนน ได้ถูกยกเลิกไป แต่สำหรับน้ำมันและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมนั้น รัฐบาลยังคงใช้วิธีกำหนดเพดานของส่วนกำไร (profit margins) แต่ก็ไม่ได้วางข้อห้ามเรื่องการกำหนดราคา

รัฐบาลควบคุมราคาขายปลีกเฉพาะสินค้าและบริการสาธารณูปโภค เช่น แก๊ส ไฟฟ้า พลังงานบางประเภท ตัวโดยสารรถไฟ และเรือ บริการด้านโทรคมนาคม รวมทั้งโลหะ และหินมีค่า

การลดการควบคุมราคาสินค้าและบริการ ได้ทำให้อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้น รัฐบาล (และธนาคารกลาง) จึงต้องใช้นโยบายจำกัดการใช้เงินงบประมาณและสินเชื่อ ซึ่งได้ช่วยทำให้อัตราเงินเฟ้อในช่วงปลายปี 2538 จนถึงต้นปี 2539 นี้เริ่มทรงตัว และมีแนวโน้มลดลง

### 4.3 ผลการปฏิรูป

ปัจจุบันรัสเซียยังอยู่ในช่วงของการปรับตัวเข้าสู่ระบบตลาด เมื่อรัสเซียเริ่มปฏิรูปเศรษฐกิจในปี 2535 รัฐบาลได้ลดงบประมาณด้านการทหารลงอย่างฮวบฮาบ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงทิศทางการพัฒนาและโครงสร้างเศรษฐกิจจากเดิมที่มุ่งเน้นอุตสาหกรรมหนักโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิตอาวุธและอุปกรณ์ทางการทหารทำให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจของรัสเซียในวงกว้างดังนี้

1. ระหว่างปี 2534 ถึง 2537 การผลิตในอุตสาหกรรมเบาและการผลิตเครื่องจักรกล ลดลงมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในขณะที่ผลผลิตด้านอุตสาหกรรมไฟฟ้าเชื้อเพลิงและเหมืองแร่ขยายตัว การที่ผลผลิตเครื่องจักรลดลงแสดงให้เห็นว่าการปฏิรูปได้ทำให้อุตสาหกรรมหนักที่ขาดประสิทธิภาพหดตัวลง สำหรับอุตสาหกรรมเบาที่ผลผลิตลดลงเป็นเพราะอุตสาหกรรมภายในประเทศ ผลิตสินค้าคุณภาพต่ำ ทำให้มีการนำเข้าอย่างรวดเร็วเมื่อรัสเซียเปิดตลาดการค้าเสรี

2. ความเติบโตของภาคบริการ ปรากฏชัดเจนจากสัดส่วนผลผลิตของภาคนี้ใน GDP จากร้อยละ 33 ในปี 2533 เพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 50 ในปี 2537 ซึ่งเป็นครั้งแรก ตั้งแต่สมัยสหภาพโซเวียตที่ผลผลิตจากด้านบริการ เพิ่มสูงกว่าผลผลิตที่เป็นสินค้า ส่วนที่ขยายตัวมากในภาคบริการ คือบริการด้านการค้าปลีก และด้านการเงิน



3. การควบคุมอัตราเงินเฟ้อ เป็นเป้าหมายหลักของรัฐบาลรัสเซียในการรักษาเสถียรภาพและสร้างความเติบโตของเศรษฐกิจ และนับตั้งแต่การเลิกควบคุมราคาในเดือนมกราคม 2535 อัตราเงินเฟ้อก็เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม มาตรการควบคุมปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจเริ่มส่งผลทำให้อัตราเงินเฟ้อรายเดือนลดระดับลง ตั้งแต่ปลายปี 2536 ต่อเนื่องมาจนถึงปลายปี 2537 ซึ่งอัตราเงินเฟ้อรายเดือนเริ่มเป็นตัวเลขตัวเดียว ในปี 2538 อัตราเงินเฟ้อยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง ถึงระดับร้อยละ 3.2 เมื่อเดือนธันวาคม 2538 ซึ่งเป็นระดับต่ำที่สุดเป็นประวัติการณ์ และอยู่ในภาวะที่คงตัว โดยมีแนวโน้มในทิศทางที่ลดลงตั้งแต่ต้นปี 2539 นี้ ซึ่งนับว่าเป็นสัญญาณในทางบวกต่อเศรษฐกิจรัสเซียหากรัฐบาลรัสเซียดำเนินนโยบายและมาตรการเปิดเสรีทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องต่อไป

#### 4.4 แนวโน้มในอนาคต

OECD ได้ศึกษาวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจของรัสเซีย และคาดการณ์ว่าในปี 2539 เศรษฐกิจของรัสเซีย จะเริ่มเข้าสู่ช่วงของการเติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะภาวะเศรษฐกิจมหภาคเริ่มมีเสถียรภาพในปี 2538 และ GDP เริ่มขยายตัว แต่หากเงินเฟ้อยังคงอยู่ในอัตราสูงและผันแปรมาก ๆ หรือนโยบายเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจการค้าดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไม่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและไม่ส่งเสริมให้มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรไปสู่สาขาเศรษฐกิจที่จะใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว การเติบโตของเศรษฐกิจก็อาจแปรกลับได้ อย่างไรก็ตาม อัตราการว่างงานจะยังคงสูงขึ้นไปอีกในปีนี้แม้ว่าผลผลิตจะเพิ่มขึ้นก็ตาม

รายการ	1992	1993	1994	1995	1996
อัตราการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ	-19	-12	-15	-5	2
อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค	2521	840	215	110	60
อัตราการว่างงานเป็น% ของประชากรในวัยทำงาน	4.9	5.5	6	8	9
ดุลการค้า	7.3	10.8	13	13	10

Source : OECD Secretariat.



## บทที่ 5 ปัจจัยทางการตลาดและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า

ในการเข้าสู่ตลาดใหม่ มีปัจจัยทางการตลาดหลายประการที่จะต้องนำมาพิจารณาประกอบในการวางแผนบุกตลาด บทนี้จะกล่าวถึงช่องทางการจำหน่ายในรัสเซีย รูปแบบการส่งเสริมการขายและการโฆษณาที่ผู้ส่งออกไทยอาจพิจารณาเลือกใช้ให้เหมาะกับประเภทสินค้าและงบประมาณที่มีอยู่ เครือข่ายการคมนาคมขนส่งของรัสเซีย ทั้งในแง่ของการนำสินค้าเข้า และการขนถ่ายในประเทศ ระบบการเงินและการธนาคารซึ่งช่วยให้เห็นถึงเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนของเงินรูเบิล ซึ่งจะเป็นผลกระทบโดยตรงต่อราคาสินค้าที่ไทยเสนอขาย ตลอดจนรูปแบบการชำระเงินที่พ่อค้ารัสเซียนิยมใช้ และท้ายสุดจะกล่าวถึงบทบาทของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าของไทย ที่จะสามารถช่วยอำนวยความสะดวก และลดความเสี่ยงให้แก่ผู้ส่งออกไทย

### 5.1 ช่องทางการจำหน่าย

ระบบช่องทางการจำหน่ายสินค้าของรัสเซียแบ่งออกเป็น

**5.1.1 ผ่านผู้นำเข้า** ได้แก่ บริษัทใหญ่ ๆ และ Industrial State Collectives ซึ่งปัจจุบันดำเนินกิจกรรมในตลาดต่างประเทศด้วยการสร้างหน่วยงานผู้เชี่ยวชาญด้านการพาณิชย์ต่างประเทศ บริษัทนำเข้าใหญ่ ๆ โดยมากเป็นบริษัทจำกัดที่ทำงานอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของกระทรวงเศรษฐกิจสัมพันธ์ต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีบริษัทจำกัดและบริษัทเล็ก ๆ ที่เพิ่งก่อตั้ง ตลอดจนบริษัทที่ได้รับทุนการดำเนินงานจากนักการเงินต่างประเทศ

**5.1.2 ผ่านผู้ค้าส่ง** ในขณะนี้ทั้งบริษัทเอกชนและบริษัทของรัฐดำเนินการด้านการค้าส่ง การที่บริษัทของรัฐต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าส่ง เนื่องจากต้องการที่จะสร้างทางเลือกในการแข่งขันให้กับ supplier รวมไปถึงผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลาง กำไรที่ได้ของผู้ค้าส่งประมาณร้อยละ 10-30

**5.1.3 ผ่านตัวแทนจำหน่าย** ในทางตรงกันข้ามกับผู้ค้าส่งซึ่งมักไม่ต้องการให้ผู้ซื้อรู้จักกับผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่ายจะมีหน้าที่ในการค้นหาและสร้างความสัมพันธ์ขึ้นระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ ตลอดจนมีบทบาทในการสร้างข้อตกลงระหว่างผู้ผลิตและบริษัทค้าส่ง ค่าคอมมิชชั่นของตัวแทนจำหน่ายจะขึ้นอยู่กับปริมาณการซื้อขายโดยประมาณร้อยละ 1-5 ของการสั่งซื้อแต่ละครั้ง

**5.1.4 การขายผ่านตัวแทนของผู้ผลิต** ผู้ซื้อในรัสเซียจะค้นหาผู้ขายรายใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาด้วยความพยายามที่จะลดต้นทุนสินค้าที่นำเข้า ทั้งนี้เนื่องจากผู้ซื้อมักต้องการได้รับสินค้าโดยเร็วที่สุด ดังนั้นหากผู้ผลิตสามารถไปตั้งตัวแทนขายในรัสเซียที่มีสต็อกสินค้าให้เลือกเลยจะเป็นที่ต้องการมาก ทั้งนี้ผู้ผลิตต่างประเทศสามารถตั้งตัวแทนขายในรัสเซียได้ตามกฎหมายรับรองบริษัทต่างชาติ

**5.1.5 ช่องทางการขายอื่น ๆ** ได้แก่ การค้าขายหรือนำเข้าสินค้าทางชายแดนอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งมักเข้ามาจากตุรกี โปแลนด์ จีน และเกาหลี นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าสินค้าโดยเอกชนรายย่อยจำนวนมากที่เดินทางออกไปเลือกซื้อสินค้าแล้วนำกลับไปยังชาย (Shuttle Trade) ในส่วนนี้ในปี 2536 กฎหมายศุลกากรของรัสเซียอนุญาตให้นำเข้าสินค้าอย่างเสรี แต่มีมูลค่าไม่เกิน 5,000 เหรียญสหรัฐ (ทั้งที่นำติดตัวและไม่นำติดตัว) โดยไม่ต้องเสียภาษีอากรขาเข้า แต่มีการเปลี่ยนแปลงในปี 2537 โดยรัฐบาลได้จำกัดสิทธิในการนำเข้าสินค้าให้มีมูลค่าไม่เกิน 2,000 เหรียญสหรัฐ แทนจึงไม่จูงใจให้ชาวรัสเซียเดินทางออกไปซื้อสินค้าจากต่างประเทศแล้วนำกลับมาจำหน่ายมากเช่นเดิม

## 5.2 การส่งเสริมการขายและการโฆษณา

ในปัจจุบันรัสเซียก็เหมือนกับหลาย ๆ ประเทศที่ใช้สื่อเพื่อการโฆษณาออกสู่สาธารณชนอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การสื่อสารมวลชน (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์) นอกเหนือจากการโฆษณา(แผ่นกระดาน แผ่นป้ายโฆษณา การโฆษณาลงบนรถขนส่งมวลชน) ส่งข้อมูลทางไปรษณีย์โดยตรงผ่านแผ่นพับหรือ electronic mail เป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาและการแสดงวัฒนธรรม เป็นต้น หรือการโฆษณาเดี่ยว ๆ เช่น ตามงานแสดงสินค้า

### ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อแต่ละประเภทมีดังนี้

**5.2.1 การโฆษณาทางโทรทัศน์** แม้ค่าใช้จ่ายจะสูงแต่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงจำนวนช่องรับที่มีอยู่น้อย เปรียบเทียบกับจำนวนผู้ชม กล่าวคือ ในส่วนกลางมี 5 หรือ 6 ช่อง ท้องถิ่น 2 หรือ 3 ช่อง และช่องทีวีแห่งชาติอีก 2 ช่อง กับจำนวนผู้ชมมหาศาลที่ดูโทรทัศน์ 5 ช่อง



**5.2.2 การโฆษณาในหนังสือพิมพ์** เป็นทางเลือกที่นิยมมากเป็นอันดับสอง ในรัสเซียมีหนังสือพิมพ์เฉพาะด้านที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการโฆษณาและการให้ข้อเสนอทางด้านธุรกิจด้วย สำหรับกฎหมายเกี่ยวกับโฆษณามีข้อห้ามคือไม่ให้มีการกระตุ้นในเรื่องชั้นวรรณะ ชนชาติ ศาสนา หรือการโฆษณาในเรื่องเกี่ยวกับสงคราม เป็นต้น

**5.2.3 การโฆษณาลงแผ่นป้ายโฆษณา** เป็นการโฆษณาที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย แต่มักเป็นสินค้าที่ค่อนข้างเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว

**5.2.4 การจัดส่งแผ่นพับ** โดยตรงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (direct mail) และการส่งข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เริ่มมีการใช้แพร่หลายมากขึ้นโดยเฉพาะประเภทแรกซึ่งมีต้นทุนค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ และยังสามารถเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้ แต่ทั้งนี้หากจะให้มีประสิทธิภาพการจัดทำแผ่นพับต้องเป็นภาษารัสเซีย และต้องคัดเลือกชื่อ mailing List ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายของบริษัท

**5.2.5 การเข้าร่วมงานนิทรรศการและงานแสดงสินค้า** ปัจจุบันมีจำนวนงานแสดงสินค้าเพิ่มมากขึ้นเป็นเท่าตัวจากเมื่อปี 2536 ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เมืองใหญ่ในรัสเซียหลายเมืองต่างมีการจัดงานแสดงสินค้าขึ้น ซึ่งมีศูนย์กลางที่สำคัญคือ เมืองมอสโก (Moscow) เมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก (Saint Petersburg) เมืองนิซนินอัสโกรอด (Nizhni Novgorod) และเมืองทเวอร์ (Tver) งานแสดงสินค้าที่ยิ่งใหญ่ระดับนานาชาติ อาทิเช่น งาน Consumexpo งานแสดงสินค้าสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ซึ่งกรมส่งเสริมการส่งออกพาผู้ส่งออกไปร่วมงานด้วยทุกปี งาน Prodexpo งานแสดงสินค้าสำหรับอาหารและวัตถุดิบพื้นฐานในการผลิตสินค้าอาหาร งานแสดงรถนานาชาติ งานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ และพรม เป็นต้น

### 5.3 การคมนาคมขนส่ง

เนื่องจากสหพันธรัฐรัสเซีย มีอาณาเขตกว้างใหญ่ไพศาล และในภูมิภาคต่าง ๆ ของรัสเซีย ก็มีสภาพทางภูมิศาสตร์ และภาวะอากาศที่หลากหลาย ระดับการพัฒนาระบบการขนส่งในภูมิภาคต่าง ๆ ของรัสเซียจึงยังแตกต่างกันอยู่มาก

เครือข่ายของการขนส่งทางบกจะค่อนข้างดีในใจกลางภาคยุโรปของรัสเซีย ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แถบกลางและแถบใต้ของอูราล เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ สำหรับพื้นที่ทางทิศเหนือของภาคยุโรปและไซบีเรียนั้น ถนนยังมีอยู่น้อย ต้องพึ่งพาการคมนาคมและขนส่งทางน้ำเป็นหลัก แต่ก็มีข้อจำกัดในฤดูหนาว ซึ่งน้ำในแม่น้ำและคูคลองส่วนใหญ่กลายเป็นน้ำแข็ง ต้องหันไปใช้ทางอากาศแทน

โดยสรุปแล้ว การขนส่งสินค้าส่วนใหญ่ในรัสเซีย เป็นการขนส่งทางบกโดยรถยนต์ /รถบรรทุก และรถไฟ รองลงมาคือการขนส่งโดยทางน้ำและทางทะเล และน้อยที่สุดคือทางอากาศ

### 5.3.1 รถไฟ

การขนส่งสินค้าส่วนใหญ่ในรัสเซีย เป็นการขนส่งทางรถไฟ ร้อยละ 26 ของรถไฟของรัสเซียอยู่ในสภาพที่ล้าหลังมาก

เมื่อเทียบกับขนาดพื้นที่ของประเทศ รางรถไฟในรัสเซียมีสัดส่วนเฉลี่ยประมาณ 9.3 กิโลเมตร ต่อ 1,000 ตารางกิโลเมตร เท่านั้น ซึ่งไม่เพียงพอกับความต้องการใช้บริการ นอกจากนี้การติดต่อโดยทางรถไฟระหว่างภาคกลางของรัสเซียกับไซบีเรียตะวันออกและตะวันออกไกล (Far East) นับว่าจำกัดมากที่สุด เพราะมีบริการรถไฟอยู่เพียงสายเดียวคือ Transiberian Express อย่างไรก็ตามรัฐบาลมีโครงการที่จะสร้างทางรถไฟเชื่อมระหว่างภาคตะวันออกและภาคตะวันตกของประเทศอีกสายหนึ่งโดยให้ชื่อว่า Baikal-Amurskaya Line

รางรถไฟของรัสเซียและประเทศอื่น ๆ ที่เคยอยู่ภายใต้สหภาพโซเวียต รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านบางประเทศในยุโรป เช่นฟินแลนด์ และสโลวาเกีย มีขนาดกว้างกว่ารางมาตรฐานของยุโรปอยู่ 85 มิลลิเมตร ซึ่งทำให้ต้องเสียเวลาในการขนถ่ายสินค้าของฝ่ายหนึ่งมายังรถไฟของอีกฝ่ายหนึ่งอยู่เสมอ

### 5.3.2 ถนน

เครือข่ายของถนนในรัสเซีย ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 934,000 กิโลเมตร ซึ่งทำให้รัสเซียอยู่ในระดับ 4 ของโลก รองจากสหรัฐฯ บราซิล และจีน และร้อยละ 99 เป็นถนนลาดยาง แต่เนื่องจากรัสเซียมีพื้นที่ขนาดใหญ่ จำนวนของถนนเมื่อเทียบกับขนาดพื้นที่ ก็ยังนับว่ามีสัดส่วนน้อยมากคือ 39.6 กิโลเมตร ต่อ 1,000 ตารางกิโลเมตร เท่านั้น ในปี 2534

### 5.3.3 ระบบขนส่งสาธารณะ

รถบัสเป็นพาหนะประเภทหลัก ที่ประชาชนชาวรัสเซียใช้โดยสาร รองลงมาคือ รถไฟและเครื่องบิน นอกจากนี้ เมืองสำคัญในรัสเซีย 6 เมือง คือ Moscow, St. Petersburg, Ekaterinberg, Nizhniy, Novgorod, Novosibirsk และ Samara มีระบบรถไฟฟ้ายูเรล

### 5.3.4 โทรคมนาคม

ระบบโทรคมนาคมของรัสเซีย อยู่ในสภาพที่ล้าหลังอย่างมาก ในปี 2534 โทรศัพท์ทั้งหมดในรัสเซีย มีเพียง 25.4 ล้านคู่สาย (17 ล้านคู่สายเป็นโทรศัพท์ส่วนบุคคล) รัสเซียจึงมีโทรศัพท์เพียง 15 คู่สายต่อจำนวนประชากร 100 คน ซึ่งนับว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนประเทศในยุโรปตะวันตกซึ่งมีโทรศัพท์ 40 คู่สาย ต่อประชากร 100 คน สำหรับเครื่องโทรสาร นั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จาก 2,100 เครื่อง ในปี 2533 เป็น 26,300 เครื่องในปี 2536 บริษัทต่างชาติหลายราย เช่น France Telecom, Deutsche Telekom, US West และ Baby Bell ได้ทำสัญญาขั้นต้นกับรัฐบาลรัสเซียที่จะดำเนินการพัฒนาระบบให้ดีขึ้น

### 5.3.5 แม่น้ำ

เส้นทางน้ำของรัสเซีย มีความยาว 102,000 กิโลเมตร ภูมิภาคไซบีเรียตะวันออกจำเป็นต้องพึ่งการขนส่งทางน้ำมากกว่าภูมิภาคอื่น เพราะระบบถนนและรถไฟ ยังพัฒนาไปน้อยและมีไม่เพียงพอ แต่ในฤดูหนาว การคมนาคมและขนส่งทางน้ำในแถบภาคกลางและไซบีเรียใต้ต้องหยุดชะงักประมาณ 3 ถึง 4 เดือน และนานถึง 8 เดือน ในแถบไซบีเรียเหนือ

### 5.3.6 ทะเล

ตามสถิติที่สำรวจในปี 2537 รัสเซีย มีบริษัทเดินเรือทางทะเลรวม 10 บริษัท มีท่าเรือ 40 ท่า และอยู่ต่อเรือ 13 คู่ ซึ่งนับว่าเป็นจำนวนไม่น้อย ทั้งนี้บริษัทเดินเรือของรัสเซีย มีเรืออยู่ประมาณ 80 ลำ ซึ่งสามารถขนส่งสินค้าเป็นปริมาณ (total handling capacity) 10,000 ตัน

### 5.3.7 ท่าเรือ

รัสเซีย มีทางออกสู่ทะเลดำสองด้าน คือด้านทิศตะวันตก และทิศใต้ และมีทางออกสู่มหาสมุทรแปซิฟิกทางด้านตะวันออก ท่าเรือที่สำคัญของรัสเซีย อยู่ที่

- St.Petersburg และ Kalinin grad : ออกสู่ทะเลบอลติก
- Novorossiisk และ Sochi : ออกสู่ทะเลดำ
- Vladivostok, Nakhodka, Madagan และ Petropavlovsk : ทางทิศตะวันออก

(รายละเอียดเมืองท่าที่สำคัญโปรดดูภาคผนวก)



## 5.4 ระบบการเงินและการธนาคาร

เนื่องจากประเทศรัสเซียขาดแคลนเงินตราต่างประเทศและระบบเศรษฐกิจยังขาดเสถียรภาพ รัฐบาลรัสเซียได้ใช้มาตรการควบคุมการเคลื่อนย้ายทุนและการนำเงินตราต่างประเทศเข้าและออกจากรัสเซียอย่างเข้มงวด ผู้ส่งออกรัสเซีย รวมทั้งบริษัทร่วมทุนกับชาวต่างชาติ ถูกกำหนดให้ฝากเงินรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศสกุลแข็ง (hard currencies) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เงินเหรียญสหรัฐฯ และเงินมาร์คเยอรมัน ไว้ร้อยละ 50 ของรายได้ทั้งหมด โดยโอนเงินรูเบิลเก็บไว้ในธนาคารรัสเซีย แต่เงื่อนไขดังกล่าวนี้ กลับเป็นตัวเร่งให้เงินสกุลแข็งถูกเคลื่อนย้ายออกจากรัสเซียด้วยวิธีการต่าง ๆ ทำให้รัฐบาลต้องออกกฎระเบียบใหม่ ๆ เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาดังกล่าว

นอกจากนี้ รัฐบาล ยังมีนโยบายที่จะมุ่งเพิ่มปริมาณเงินสำรองที่เป็นเงินตราต่างประเทศตลอดจนทำให้ค่าของเงินรูเบิลมีเสถียรภาพและใช้แลกเปลี่ยนได้อย่างเป็นสากล (fully convertible) มาตรการหนึ่งที่ใช้ในการสร้างเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินรูเบิลและเหรียญสหรัฐฯ คือ การกำหนดเพดานสูงสุดต่ำสุดของอัตราแลกเปลี่ยนไว้ (currency band) โดยอัตราที่ใช้จนถึง 30 มิถุนายน 2539 คือ 4,550-5,150 รูเบิล ต่อ 1 เหรียญสหรัฐฯ

ในเดือน พฤศจิกายน 2537 ธนาคารพาณิชย์ในรัสเซีย มีจำนวนรวม 2,474 ธนาคาร และสำนักงานสาขารวม 5,328 แห่ง (รวมสำนักงานสาขาของธนาคารต่างชาติด้วย)

## 5.5 รูปแบบการชำระเงิน

**5.5.1 ชำระค่าสินค้าเป็นเงินสด** โดยที่ภาวะเศรษฐกิจของรัสเซียยังคงมีความผันแปรมาก ภาวะการเงินยังไม่มีเสถียรภาพ กล่าวคือ อัตราดอกเบี้ยสูง อัตราเงินเฟ้อสูง และค่าของเงินรูเบิลลดต่ำลงเรื่อยๆ เป็นเหตุให้ธุรกิจการค้าทุกชั้นตอนต้องการความรวดเร็ว ประเพณีปฏิบัติทางการชำระเงินก็คือการ ชำระด้วยเงินสดเป็นส่วนใหญ่ และต้องการได้รับสินค้าโดยเร็วที่สุดด้วย เพื่อลดความเสี่ยง นอกจากนี้ยังมีนักธุรกิจรายย่อยจำนวนมาก ที่นิยมเดินทางไปซื้อสินค้าในต่างประเทศ โดยจ่ายเงินสดแล้วขนสินค้ากลับเองเลย หรือขอให้ส่งสินค้าตามไปดัดโดยเร็วโดยทางอากาศ

**5.5.2 ขำระค่าสินค้าแบบหักบัญชีบางส่วน** ในบางกรณีที่นักธุรกิจชาวรัสเซียมีฐานะการเงินดีก็จะนำเงินไปเปิดบัญชีไว้ในต่างประเทศ เมื่อสั่งซื้อสินค้าและมีการส่งมอบสินค้าแล้ว ก็ให้หักเงินจากบัญชีดังกล่าวได้ทันที แต่รูปแบบการค้ำแบบนี้มีข้อจำกัด เนื่องจากนักธุรกิจชาวรัสเซียจะต้องมีฐานะการเงินดีเท่านั้น

**5.5.3 ขำระค่าสินค้าแบบสินเชื่อ** ในสินค้าบางประเภทผู้นำเข้าสินค้าชาวรัสเซีย จะขอสินเชื่อจากผู้ส่งออกระหว่าง 30-90 วัน โดยถ้าส่งทางอากาศอาจขอสินเชื่อ 30 วัน หากส่งทางเรืออาจขอสินเชื่อ 90 วัน เป็นต้น

**5.5.4 การชำระเงินค่าสินค้าด้วย Letter of Credit** นักธุรกิจชาวรัสเซียมักจะหลีกเลี่ยงการค้ำแบบนี้มากที่สุด เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายในการชำระเงินสูงขึ้น การชำระเงินด้วย L/C ของธนาคารในรัสเซียมักไม่เป็นที่ยอมรับจากธนาคารในต่างประเทศ รวมทั้งธนาคารพาณิชย์ของไทยด้วย ดังนั้น L/C ของธนาคารในรัสเซียจึงต้องได้รับการค้ำประกันหรือรับรองจากธนาคารชั้นหนึ่งในยุโรปซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายสูงขึ้น

**5.5.5 การโอนเงินชำระค่าสินค้าก่อนแล้วจึงส่งสินค้าให้** วิธีนี้เป็นรูปแบบการค้ำที่นักธุรกิจชาวต่างชาติต้องการมากที่สุด เนื่องจากไม่ต้องรับความเสี่ยงในการส่งมอบสินค้าเลย วิธีนี้ผู้นำเข้ารัสเซียจะต้องมีฐานะการเงินดี และคาดว่าสินค้าที่สั่งซื้อนั้นสามารถจำหน่ายได้เร็วและมีผลตอบแทนสูงคุ้มกับเงินที่ต้องลงทุนจ่ายออกไปก่อน

## 5.6 ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน./EXIM BANK)

เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ส่งออกของไทยในการทำการค้ากับรัสเซีย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) ได้เปิดความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับธนาคารในรัสเซียแล้ว 10 แห่ง โดยที่ทาง ธสน. จะรับซื้อ (negotiate) L/L ที่เปิดมาจากธนาคารพาณิชย์เหล่านี้ คือ

- 1) AVTO Bank\*
- 2) Bank for Foreign Trade of the Russian Federation\*  
(Vnesh torg bank)
- 3) Inkombank



- 4) International Moscow Bank\*
- 5) Menatep Bank
- 6) Mosbusiness Bank\*
- 7) Bank of Foreign Economic Affairs of the USSR (vnesheconumbank)
- 8) Stock Credit Business Bank
- 9) TOKO Bank\*
- 10) United Export Import Bank\* (UNEXIM Bank)

(\* คือธนาคารที่ ธสน. ในวงเงินสินเชื่อระยะสั้นเพื่อทำธุรกิจ)

ผู้ส่งออกควรตรวจสอบความน่าเชื่อถือของธนาคารที่ลูกค้าใช้อยู่ก่อน (ในภาคผนวก มีรายชื่อธนาคารรัสเซีย 25 แห่ง เรียงตามลำดับของขนาดและความน่าเชื่อถือ) หากไม่แน่ใจ ควรขอให้เปิด L/C ผ่านธนาคาร 10 แห่งที่ ธสน. ยอมรับนั้นเท่านั้น

นอกจากนี้ ธสน. ยังมีบริการให้วงเงินสินเชื่อระยะสั้น (Short-Term Financing Facility) แก่บางธนาคารที่ระบุเครื่องหมายดอกจันท์ โดยภายใต้บริการนี้ หลังจากผู้ซื้อในรัสเซียเปิด sight L/C มาซื้อสินค้าจากไทย และผู้ส่งออกส่งสินค้าไปแล้ว ผู้ส่งออกจะนำเอกสารมายื่นต่อ ธสน. เพื่อเรียกเก็บเงิน ธสน. จะจ่ายเงินให้ตามมูลค่าใน L/C แก่ผู้ส่งออก ณ วันที่รับซื้อตัว แต่ยังไม่เรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อในรัสเซีย โดย ธสน. ให้เวลาอีก 120-180 วัน ตามแต่จะตกลงไว้กับธนาคารของผู้ซื้อ เมื่อครบกำหนดธนาคารของผู้ซื้อจึงจะชำระเงินตามมูลค่าใน L/C รวมกับดอกเบี้ยให้แก่ ธสน.

บริการนี้จึงเท่ากับว่าช่วยให้ผู้ซื้อในต่างประเทศ ได้ชำระเงินแบบ term ทั้งที่เปิด Sight L/C สั่งซื้อสินค้ามา ทางด้านผู้ส่งออกก็ได้รับชำระเงินทันทีนับเป็นประโยชน์แก่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย



## บทที่ 6 การค้าระหว่างไทยกับสหพันธรัฐรัสเซีย

### 6.1 มูลค่าการค้า

ตามสถิติของประเทศรัสเซีย การค้าระหว่างรัสเซียและไทยมีมูลค่ารวม 496.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2537 แต่ตามสถิติของไทย การค้าสองฝ่ายมีมูลค่ารวม 1.23 พันล้านเหรียญฯ ซึ่งนับว่าสูงกว่าสถิติของรัสเซียและน่าเชื่อถือมากกว่า เพราะการจัดเก็บสถิติของรัสเซียยังเป็นปัญหาอยู่มาก ทั้งในแง่ของระบบการรวบรวมข้อมูลที่ล่าสมัย และความกว้างใหญ่ของประเทศ ก็เป็นอุปสรรคทำให้การรวบรวมข้อมูลไม่ทั่วถึงและไม่สมบูรณ์เต็มที่นัก มูลค่าการค้ากับไทยเมื่อปี 2537 นับว่าสูงที่สุดในหมู่ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกคือสิงคโปร์

### สถิติการค้า

มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ปี	ปริมาณการค้ารวม			ไทยส่งออก		ไทยนำเข้า		ดุลการค้า
	มูลค่า	สัดส่วน	% $\Delta$	มูลค่า	% $\Delta$	มูลค่า	% $\Delta$	
2533 (1990)	283.07	0.50	-19.1	103.85	-61.1	179.22	115.7	-75.37
2534 (1991)	324.92	0.49	14.8	73.55	-29.2	251.37	40.3	-177.82
2535 (1992)	496.30	0.68	52.7	224.90	205.8	271.40	8.0	-46.50
2536 (1993)	870.90	1.05	75.3	251.63	11.9	619.27	128.2	-367.64
2537 (1994)	1234.23	1.24	41.7	305.06	21.2	929.17	50.0	-624.11
2538 (1995)	1668.85	1.33	35.2	405.55	32.9	1263.30	36.0	-857.75
2539 (1996)	580.22	0.90	-29.5	98.39	-49.9	481.83	-23.1	-383.44
ม.ค.-มิ.ย.								

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

การค้าสองฝ่าย ขยายตัวอย่างรวดเร็วตั้งแต่รัสเซียเปิดตลาดการค้าเสรี เนื่องจากรัสเซียขาดสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งไทยมีความสามารถในการส่งออก ในขณะที่รัสเซียเองก็เป็นแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายและมีราคาที่ย่อมเยา ในปี 2538 การค้าสองฝ่ายมีมูลค่ารวม 1.6 พันล้านเหรียญฯ โดยไทย เป็นฝ่ายเสียเปรียบดุลการค้าถึง 857 ล้านดอลลาร์ และหากพิจารณาย้อนไปใน

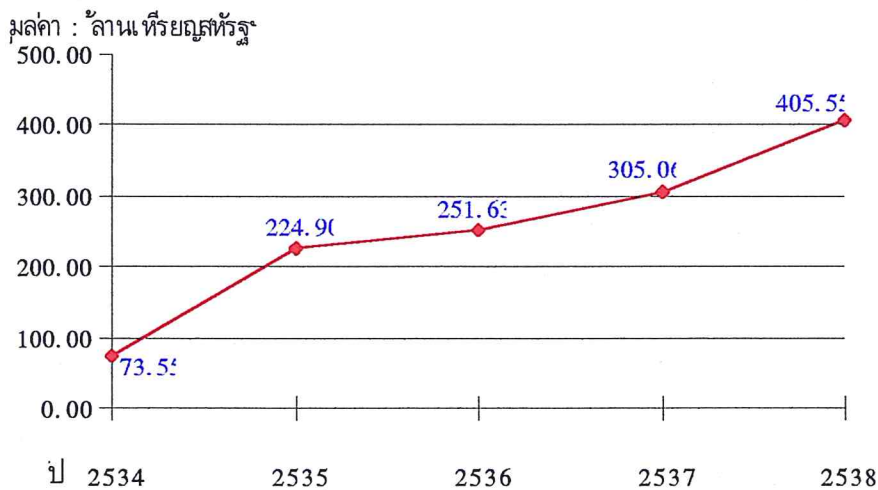
อดีตจะพบว่าไทยขาดดุลการค้ากับรัสเซียมาทุกปีเนื่องจากความต้องการวัตถุดิบของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมส่งออกที่ขยายตัวมาก จำเป็นต้องนำเข้าในปริมาณที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ

## 6.2 การส่งออก

การส่งออกจากไทยไปรัสเซีย เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วภายในช่อง 4 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในปี 2535 เพิ่มจากปี 2534 ถึงร้อยละ 205 หรือจาก 73.5 ล้านดอลลาร์ เป็น 224.9 ล้านดอลลาร์ การส่งออกของไทยในปี 2538 มีมูลค่า 405.5 ล้านดอลลาร์ ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 32.9 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม สถิติดังกล่าวนี้เป็นสถิติการส่งออกโดยตรงจากไทยไปยังรัสเซียที่มีการบันทึกรวบรวมไว้เท่านั้น ซึ่งอันที่จริงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของยอดรวมการส่งออกทั้งหมด เพราะในทางปฏิบัติ ยังมีการค้าส่วนที่ไม่ได้มีการจดบันทึกไว้คือ Shuttle Trade (นักธุรกิจและนักท่องเที่ยวรัสเซียเดินทางมาซื้อสินค้าจากไทย และนำขึ้นเครื่องบินกลับรัสเซีย หรือให้ส่งตามไป) และการค้าผ่านประเทศที่สาม ซึ่งทำให้คาดได้ว่ามูลค่าการส่งออกที่แท้จริงน่าจะสูงกว่าสถิติที่รวบรวมไว้มาก

### สถิติการส่งออกของไทยไปประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย

ปี 2534 - 2538



## สินค้าส่งออกที่สำคัญจากไทยไปรัสเซีย

มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ

สินค้าไทยส่งออก	2536 (1993)	2537 (1994)	2538 (1995)	2539 (ม.ค.-มิ.ย.)
รองเท้าและชิ้นส่วน	36.66	102.25	238.83	41.67
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	81.17	115.49	58.2	18.03
น้ำตาล	7.99	0	13.16	11.67
ข้าว	24.68	0.04	10.43	8.45
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	35.36	19.84	20.12	2.47
เครื่องสำอางค์และสบู	0.76	1.62	6.25	2.05
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	1.86	2.43	0.80	1.08
เครื่องยกทรง รัศทรง	9.36	19.53	7.66	0.98
เครื่องใช้ในการเดินทาง	12.40	9.35	5.75	0.95
ปลากระป๋องและแปรรูป	0.04	0.12	1.39	0.77
เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	2.10	0.39	1.32	0.63
ผลิตภัณฑ์ยาง	1.46	1.49	0.50	0.61
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	1.20	0.36	0.99	0.60
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	0.98	0	0.50	0.53
เคหะสิ่งทอ	0.40	0.62	0.22	0.53
เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์	0.01	0.36	0.85	0.50
เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์	0.61	3.76	0.59	0.42
ผ้าเช็ดหน้า	1.96	1.71	0.54	0.41
ผ้าผืน	0.44	0.05	0.60	0.39
อาหารทะเลกระป๋อง	0.21	0.99	1.06	0.31
อื่น ๆ	31.98	24.66	35.79	5.32
<b>รวม</b>	<b>251.63</b>	<b>305.06</b>	<b>405.55</b>	<b>98.39</b>

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์/กรมศุลกากร



### สินค้าส่งออกที่สำคัญ

สินค้าที่ไทยส่งออกไปรัสเซียล้วนเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นส่วนใหญ่ ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา คือ รองเท้าและชิ้นส่วน ซึ่งในปี 2538 ไทยส่งไปถึง 238.8 ล้านบาท มากกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่าสินค้าทั้งหมดที่ประเทศไทยส่งไปยังรัสเซีย

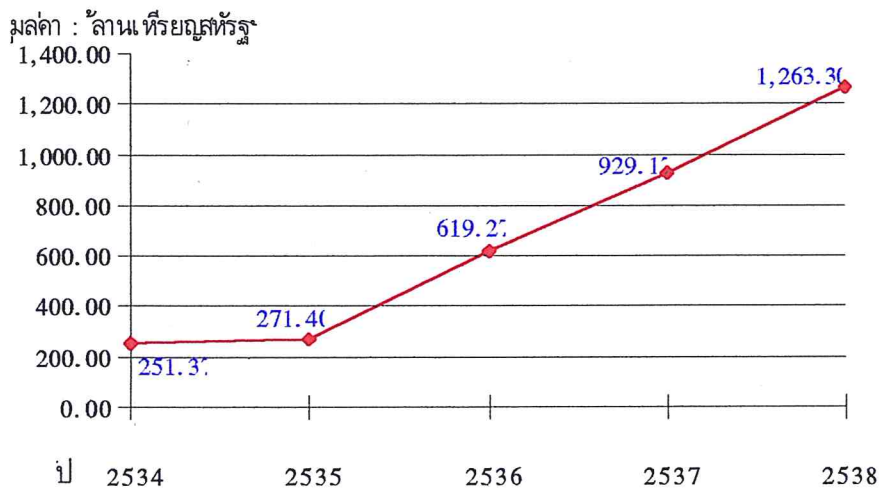
สินค้าออกที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์พลาสติก น้ำตาล ข้าว เครื่องสำอางค์ ผลไม้กระป๋อง เครื่องใช้ในการเดินทาง และอาหารทะเลกระป๋อง เป็นต้น

### 6.3 การนำเข้า

ดังที่กล่าวแล้วประเทศไทยนับเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของไทย มูลค่านำเข้าของไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จาก 271 ล้านบาทสหรัฐ ในปี 2535 เป็น 1,263 ล้านบาทสหรัฐในปี 2538 หรือเพิ่มกว่า 4 เท่าตัวในช่วงเวลาเพียง 3 ปี

#### สถิติการนำเข้าของไทยจากประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย

ปี 2534 - 2538



สินค้านำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ เหล็กและเหล็กกล้า สินแร่โลหะ กระดาษ ด้ายและเส้นใยสำหรับการทอ ปลาทูน่าแช่แข็ง ปู๊ย แร่ดิบ เคมีภัณฑ์ และเครื่องจักรอุตสาหกรรม เป็นต้น

## สินค้านำเข้าสำคัญของไทยจากรัสเซีย

มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ

สินค้าไทยนำเข้า	2536 (1993)	2537 (1994)	2538 (1995)	2539 (ม.ค.-มิ.ย.)
เหล็กและเหล็กกล้า	336.68	622.11	960.20	356.94
สินแร่โลหะ/เศษโลหะ	110.23	93.79	54.80	27.12
กระดาษ/กระดาษแข็ง	29.24	22.04	57.78	22.10
ด้ายและเส้นใยสำหรับการทอ	34.54	79.35	72.77	15.47
ปลาทูน่าแช่แข็ง	7.07	16.89	10.97	15.18
ปุ๋ย	52.11	43.94	13.48	11.83
มันสำปะหลัง	6.82	0	0	11.35
แร่ดิบ	3.61	4.29	7.13	3.69
ยาง/ยางสังเคราะห์	0.80	2.59	4.06	2.98
เคมีภัณฑ์	4.56	7.72	12.43	2.11
เครื่องจักรอุตสาหกรรม	1.41	2.43	1.61	1.26
หนังดิบและหนังฟอก	1.62	4.24	3.05	0.81
วัสดุก่อสร้าง	0	0	0	0.79
ผลิตภัณฑ์โลหะ	0.23	3.92	0.89	0.52
เยื่อกระดาษ/เศษกระดาษ	5.31	2.14	0.90	0.50
เครื่องเพชรพลอย	1.31	0.53	1.03	0.47
เครื่องจักรไฟฟ้า	0.44	0.27	0.77	0.30
ผลิตภัณฑ์นมและครีม	0.02	3.19	1.76	0.19
แทรกเตอร์	0.33	0.32	0	0.13
แก้ว/เครื่องปั้นดินเผา	0.09	0.05	0.06	0.08
อื่น ๆ	22.85	19.36	19.53	8.02
<b>รวม</b>	<b>619.27</b>	<b>929.17</b>	<b>1,263.30</b>	<b>481.83</b>

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์/กรมศุลกากร

## 6.4 ลู่ทางการค้า

การค้าระหว่างไทยกับรัสเซียมีศักยภาพที่จะขยายตัวได้อีกมาก เพราะมีลักษณะที่เกื้อหนุนกัน (complementary) ไทยส่งออกสินค้าซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดรัสเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าอุปโภคบริโภค รวมทั้งอาหาร และต้องการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบและเครื่องจักรกล ซึ่งเป็นสินค้าออกสำคัญของรัสเซีย

ดังที่กล่าวแล้ว สินค้าอุปโภคบริโภคมีลู่ทางดีที่สุด เนื่องจากการผลิตภายในประเทศลดลงในหลายกลุ่มสินค้า อาทิเช่น ไตรมาสแรกของปี 2537 สินค้าอุปโภคบริโภค มีการผลิตลดลงร้อยละ 30 สินค้าอาหารผลิตลดลงร้อยละ 20 สินค้าเครื่องตีและเครื่องตีที่ผสมแอลกอฮอล์ ผลิตลดลงร้อยละ 50 การลดกำลังผลิตเช่นนี้ ทำให้อุปทานในท้องตลาดน้อยลง และเปิดโอกาสที่สินค้านำเข้าจากต่างประเทศจะเข้ามาทดแทนได้มากขึ้น

นอกจากนี้ เมื่อประชากรมีรายได้ดีขึ้น (แม้จะเป็นเพียงบางกลุ่มก็ตาม) ผู้บริโภคควรจะเริ่มหันมาสนใจเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง จะเลือกซื้อสินค้านำเข้าจากต่างประเทศเป็นอันดับแรก

สภาวะและลู่ทางการส่งออกสินค้าอาหาร เสื้อผ้าสำเร็จรูป และยา จากประเทศไทย พอสรุปได้ดังนี้

### 6.4.1 สินค้าอาหาร

- รัสเซียเป็นตลาดที่ใหญ่และมีศักยภาพทางเศรษฐกิจมากที่สุด เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ใน CIS
- รัสเซียนำเข้าสินค้าอาหารมาก เพราะภาคเกษตรกรรมอยู่ในภาวะล้าหลัง ได้รับผลกระทบรุนแรงทั้งจากการที่รัฐลดความช่วยเหลืออุดหนุนลงเล็กน้อยมาก เมื่อเทียบกับสมัยสหภาพโซเวียตและจากการเปิดตลาด
- ปัจจุบันรัสเซียนำเข้าสินค้าอาหารทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภคโดยตรง และที่ใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารสูงถึงร้อยละ 40 ของปริมาณรวมที่บริโภค โดยเฉพาะในเขตมอสโก มีการนำเข้าถึงร้อยละ 70 ของปริมาณที่บริโภค
- สินค้าอาหารของไทยที่ส่งไปรัสเซียมาก ได้แก่ ข้าว อาหารกระป๋อง (ผัก, ผลไม้ และน้ำผลไม้กระป๋อง) อาหารทะเลแช่แข็ง

- สินค้าที่มีศักยภาพน่าจะขยายตลาดได้อีกมาก คือ อาหารทะเลแช่แข็ง อาหารบรรจุกล่องสำเร็จรูป (ready to eat) ผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่แข็ง และมันสำปะหลัง

### 1) ข้าว

- ก่อนสหภาพโซเวียตจะล่มสลาย ได้นำเข้าข้าวไทยเป็นประจำ มีปริมาณเฉลี่ยราว 135,000 ตันต่อปี แต่ในปัจจุบันรัสเซียได้กระจายแหล่งนำเข้า โดยหันไปนำเข้าข้าวจากเวียดนาม ปากีสถาน ประเทศมยุโรป จีน และอินเดีย
- หาก EXIM Bank ของไทยสามารถขยายวงเงินสินเชื่อจาก 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 10 ล้านดอลลาร์ ทางรัสเซียแจ้งว่า จะสามารถซื้อข้าวไทยได้มากขึ้น

### 2) สับประรดกระป๋อง & น้ำสับประรดกระป๋อง

- สับประรดกระป๋อง & น้ำสับประรดกระป๋องของไทย เป็นสินค้าที่ทั้งคุณภาพและราคาเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก น่าจะสามารถแข่งขันได้ดีในตลาดนี้

### 3) ไก่สดแช่แข็ง

- คนรัสเซียบริโภคถึงเดือนละ 50,000 ตัน ปัจจุบันนำเข้าจากสหรัฐ และประเทศมยุโรป (เดนมาร์ก) เป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อต้นปี 2539 กรมปศุสัตว์ของรัสเซียได้ตรวจพบเชื้อแบคทีเรียซัลโมเนลล่า ปนเปื้อนอยู่ในผลิตภัณฑ์ไก่สดจากสหรัฐ ทำให้รัสเซียประกาศระงับการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากสหรัฐ แม้ต่อมาจะได้มีการเจรจาตกลงกันได้ โดยสหรัฐฯ ยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขของรัสเซียในการรักษาคุณภาพสินค้า แต่ก็นับว่าไก่จากสหรัฐต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบที่เข้มงวดขึ้น
- อัตราภาษีขาเข้าที่เรียกเก็บจาก เนื้อสัตว์ปีกแช่เย็น แช่แข็ง คือร้อยละ 15 ของมูลค่านำเข้า แต่ประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP) โดยหากมีใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Form A) ประกอบ จะได้รับการลดหย่อนภาษีขาเข้าครึ่งหนึ่ง เหลือร้อยละ 7.5
- เนื่องจากอุปสงค์มีมาก ตลาดเปิดกว้าง ตลอดจนไทยได้สิทธิ GSP จึงน่าจะมีโอกาสมากที่จะเข้าตลาดสำหรับสินค้านี้



#### 6.4.2 เสื้อผ้าสำเร็จรูป

- ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในรัสเซีย เป็นตลาดที่เพิ่งเปิดใหม่ และเป็นตลาดใหญ่ เพราะค่านิยมและกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นของประชาชนกลุ่มที่มีรายได้สูงและปานกลาง นอกจากนี้ อุตสาหกรรมสิ่งทอภายในประเทศยังอยู่ในสภาพที่ล้าหลังและขาดเงินทุนในการปรับปรุงและขยายการผลิต จึงไม่อาจแข่งขันกับสิ่งทอจากต่างประเทศ
- ประเทศในสหภาพยุโรป และยุโรปตะวันออก ตลอดจนจีน เกาหลีใต้ และอินโดนีเซียกำลังแข่งขันกันอย่างหนักหน่วง เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากและเร็วที่สุด
- ประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งในตลาดรัสเซียอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้การค้าโดยตรงกับ รัสเซียยังมีน้อยกว่าการค้าโดยทางอ้อมผ่านประเทศที่สาม เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
- ไทยมีข้อได้เปรียบประเทศคู่แข่งจากประเทศพัฒนาแล้ว เนื่องจากไทยได้รับ GSP ในอัตราครึ่งหนึ่ง จากอัตราเต็มที่รัฐบาลรัสเซียกำหนด

#### 6.4.3 ยา

- อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาของประเทศรัสเซียผลิตไม่เพียงพอับความต้องการของประชากร เนื่องจากโรงงานผลิตยาส่วนใหญ่ของสหภาพโซเวียตจะอยู่ในยูเครน และสาธารณรัฐบอลติก ดังนั้น เมื่อสหภาพฯ สลายตัวแยกเป็นรัฐอิสระต่าง ๆ สหพันธ์รัสเซียจึงตกอยู่ในสภาวะขาดแคลน นอกจากนี้ ประเทศในยุโรปตะวันออก ซึ่งเคยขายบนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน โดยเฉพาะแหล่งผลิตยาที่สำคัญคือ ฮังการี โปแลนด์ และรูมาเนีย ได้หันไปทำธุรกิจกับประเทศตะวันตก เนื่องจากต้องการเงินตราต่างประเทศเข้ามาพัฒนาประเทศของตน
- ยาส่วนใหญ่ที่ผลิตในรัสเซียจะเป็นยาพื้นบ้าน ราคาไม่แพงมาก แต่คุณภาพก็ยังไม่ค่อยได้มาตรฐาน
- ยาที่มีคุณภาพสูง ราคาแพง ส่วนใหญ่ต้องนำเข้า โดยมีแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมัน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น อินเดีย และจีน ในปี 2537 มีการนำเข้ายาถึง 1,800-3,000 ล้านเหรียญสหรัฐ

- ตลาดรัสเซียเป็นตลาดที่ใหญ่มาก มีความต้องการสูง ในอนาคตหากสามารถพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความมั่นคงและเจริญเติบโตขึ้นได้ ก็จะเป็นตลาดที่สำคัญมาก
- จุดขายของประเทศไทย คือ คุณภาพยาใกล้เคียงกับยาจากอเมริกา และเยอรมัน แต่ราคาต่ำกว่า ในขณะที่ราคาสามารถแข่งขันกับจีนและอินเดียได้ คุณภาพยาของไทยก็ดีกว่าของประเทศคู่แข่งทั้ง 2 นี้

การค้าระหว่างไทยกับรัสเซีย ยังนับว่าอยู่ในขั้นต้น และภาคเอกชนของแต่ละฝ่าย มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจการค้าระหว่างกันอยู่น้อยมาก การปูพื้นฐานทั้งในด้านการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลสองฝ่าย และการส่งเสริมการส่งออกสินค้าไทย ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและนักธุรกิจไทย จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเข้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงดังเช่นรัสเซีย

## 6.5 ปัญหาและอุปสรรคทางการค้า

6.5.1 รัสเซียขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ และมีหนี้สินอีกมาก ทำให้การค้าระหว่างประเทศถูกจำกัด

6.5.2 รัสเซียประสบภาวะเศรษฐกิจถดถอยอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ปัจจุบันมีอัตราเงินเฟ้อสูงถึงร้อยละ 245 ในเดือนตุลาคม 2537 และคาดว่าจะมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากธนาคารแห่งชาติได้เข้ามาพยุงภาวะการตลาด ทำให้อัตราเงินเฟ้อต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ทั้งนี้ เมื่อปลายปี 2536 ได้มีการปรับราคาพลังงานและค่าบริการสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 50

6.5.3 รัฐบาลและผู้นำเข้ารัสเซียขาดประสบการณ์ทางการค้า และประสบกับปัญหาการแปรรูปเศรษฐกิจให้เป็นระบบตลาด

6.5.4 การทำการค้าแบบ Counter Trade สำหรับภาคเอกชนมีความเป็นไปได้ น้อย เนื่องจากมีปัญหาเรื่อง matching ตัวสินค้า เพราะแต่ละบริษัทดำเนินธุรกิจเฉพาะอย่าง รวมทั้งการเจรจาเรื่องราคามีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง และค่าของเงินรูเบิลไม่มีเสถียรภาพ

6.5.5 มีกลุ่มอิทธิพล (มาเฟีย) ที่เรียกค่าคุ้มครอง หรือขอมีส่วนแบ่งรายได้ทางธุรกิจแพร่หลาย

6.5.6 อัตราดอกเบี้ยที่กำหนดโดยทางการ และอัตราดอกเบี้ยการให้สินเชื่อระหว่างธนาคารกับลูกค้า มีอัตราร้อยละ 150-200 ต่อปี

## 6.6 ความตกลงทวิภาคีระหว่างไทยกับสหพันธรัฐรัสเซีย

### 6.6.1 ความตกลงที่สืบทอดมาจากสมัยสหภาพโซเวียต

เนื่องจากได้รับรองให้รัสเซียเป็นผู้สืบทอดสิทธิจากสหภาพโซเวียต ดังนั้น ความตกลงทวิภาคีต่างๆ ที่ไทยเคยทำไว้กับสหภาพโซเวียตเดิมจึงมีสถานะกลายเป็น ความตกลงระหว่างไทยและรัสเซีย ซึ่งความตกลงในลักษณะนี้มีอยู่ด้วยกัน 6 ฉบับ ดังนี้

- 1.1 ความตกลงทางการค้า (26 ธันวาคม 2513)
- 1.2 ความตกลงว่าด้วยการขนส่งทางอากาศ (6 พฤษภาคม 2514)
- 1.3 ความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางวิทยาศาสตร์และวิชาการ (17 พฤษภาคม 2514)
- 1.4 พิธีสารว่าด้วยการตั้งคณะกรรมการร่วมทางการค้า (12 พฤษภาคม 2530)
- 1.5 พิธีสารว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทาง วิทยาศาสตร์และวิชาการ (12 กุมภาพันธ์ 2532)
- 1.6 ข้อตกลงเกี่ยวกับการปรึกษาหารือทวิภาคีระหว่าง กระทรวงการต่างประเทศ ไทยและกระทรวงต่างประเทศรัสเซีย (17 พฤษภาคม 2536)

### 6.6.2 ความตกลงที่เริ่มเจรจาหลังสหภาพโซเวียตล่มสลาย

หลังจากสหภาพโซเวียตล่มสลาย ไทยและโซเวียตได้เจรจาทำความตกลงกันเพิ่มเติม ความตกลงที่ลงนามแล้ว ได้แก่

- 2.1 ความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการมาธิการร่วมทวิภาคีไทย-รัสเซีย (15 กันยายน 2536)
- 2.2 บันทึกความเข้าใจระหว่างกระทรวงศึกษาไทยและกระทรวงวัฒนธรรมรัสเซีย (15 มีนาคม 2537)

นอกจากนี้ ยังมีร่างความตกลงว่าด้วยการคุ้มครองการลงทุน และความตกลง หลีกเลียง ภาษีซ้อน ที่ยังอยู่ในระหว่างการพิจารณา





## บทที่ 7 ข้อเสนอแนะในการเดินทางไปทำธุรกิจในสหพันธรัฐรัสเซีย

เนื่องจากประเทศรัสเซียเพิ่งเปิดประเทศไม่นาน ระบบระเบียบหลาย ๆ อย่าง ยังไม่เป็นสากล สำหรับผู้ที่สนใจจะเดินทางเข้าไปติดต่อการค้าหรือสำรวจตลาด ทางสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก มีข้อเสนอแนะ ในการปฏิบัติที่เป็นประโยชน์หลายประการ ดังจะกล่าวถึงต่อไปนี้

### 7.1. การขอวีซ่าเข้าประเทศ

พลเมืองไทยที่ต้องการเดินทางเข้าประเทศรัสเซียจำเป็นต้องมีวีซ่าและในการทำวีซ่าฝ่ายรัสเซียกำหนดว่าต้องมีหน่วยงาน องค์กร บริษัท หรือชาวรัสเซีย เป็นผู้ออกหนังสือเชิญ และเสนอหนังสือนี้ผ่านกระทรวงการต่างประเทศรัสเซีย

ผู้ที่มีความประสงค์จะเดินทางไปทำธุรกิจในรัสเซีย สามารถขอหนังสือเชิญได้จาก

- 1.1 ลูกค้านำหรือบริษัทที่ติดต่ออยู่ในรัสเซีย
- 1.2 บริษัทท่องเที่ยวในประเทศไทย ในกรณีขอวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยว
- 1.3 สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก สามารถออกหนังสือเชิญให้ได้ โดยจะต้องแจ้งความประสงค์พร้อมรายละเอียดต่าง ๆ ไปให้ทราบดังนี้

- ชื่อ นามสกุล (ภาษาอังกฤษ ตามที่ระบุในหนังสือเดินทาง)
- วันที่ เดือน ปีเกิด
- หมายเลขหนังสือเดินทาง
- ระยะเวลา และวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ทั้งนี้ ขอให้แจ้งให้สำนักงานฯ ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน

สำหรับวีซ่าเข้าประเทศอื่น ๆ ใน CIS สามารถขอรับได้ที่กรุงมอสโก หรือที่สถานทูตของประเทศนั้น ๆ

### 7.2 การกรอกแบบฟอร์มเข้าประเทศ

ในการเดินทางเข้าหรือออกจากรัสเซีย จะต้องกรอกแบบฟอร์มแสดงจำนวนเงินและทรัพย์สินมีค่าที่ทํานำเข้ามาหรือนำออกไปที่ด่านศุลกากร (สนามบิน) และในแบบฟอร์มที่กรอกเมื่อมาถึงรัสเซีย ควรจะให้ข้อมูลรายละเอียดที่สมบูรณ์ ศุลกากรจะตรวจและประทับตราใน

แบบฟอร์ม แล้วส่งคืนให้เพื่อใช้ควบคู่กับใบใหม่ ที่จะต้องกรอก เมื่อจะเดินทางออกจากประเทศ ในการนี้ต้องระบุจำนวนเงินที่นำออกให้น้อยกว่าที่นำเข้าประเทศรัสเซีย มิฉะนั้น ศุลกากรจะยึดส่วนต่างที่มากกว่าเดิมนั้นไป อย่างไรก็ตามก็ดี ระบบดังกล่าวได้ลดความเข้มงวดลงไปมากและมีแนวโน้มว่าจะมีการปรับปรุงให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล

### 7.3 เส้นทาง

สำหรับผู้ที่มีธุรกิจการค้ากับประเทศอื่น ๆ ใน CIS ที่ไม่ใช่รัสเซียด้วย ควรเริ่มต้นที่กรุงมอสโกก่อน ถึงแม้จะทำให้เสียเวลาบาง แต่ก็จะทำให้ได้รับความสะดวกกว่าที่จะเข้าไปประเทศที่ต้องการติดต่อโดยตรงเนื่องจากมอสโก เป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจและคมนาคมของ CIS ผู้เดินทางจะได้รับความสะดวกในการเลือกยานพาหนะและการเลือกเส้นทางมากกว่า ทั้งนี้หากท่านต้องการเดินทางต่อไปต่างเมืองโดยทางเครื่องบินไม่ว่าจะเป็นเมืองในรัสเซีย หรือประเทศอื่น ๆ ใน CIS ควรฝากกระเป๋าใหญ่ไว้ที่มอสโก และนำของที่จำเป็นใส่กระเป๋าใบเล็กที่จะนำขึ้นเครื่องได้จะทำให้สะดวกกว่าและนำเข้าจากสนามบินได้รวดเร็วกว่ามาก

### 7.4 โรงแรมที่พัก

โรงแรมที่พักในรัสเซียมีราคาแพง หากเป็นโรงแรมที่พักขนาด 5 ดาว ที่ได้มาตรฐานยุโรป จะมีราคาค่าที่พักห้องเดี่ยว ประมาณคืนละ 220-250 เหรียญสหรัฐฯ ต่อคืน หากเป็นโรงแรมรัสเซียจะมีอัตราค่าที่พักประมาณคืนละ 80 - 150 เหรียญสหรัฐฯ

### 7.5 เงินตรา

ควรเตรียมเงินเหรียญสหรัฐฯ ในรูปเงินสดไปให้เพียงพอที่จะใช้ ไม่ควรใช้เช็คเดินทาง หรือดราฟ เพราะจะหาธนาคารที่รับขึ้นเงินสดได้ยาก และเสียค่าบริการสูง บัตรเครดิตที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปคือ VISA CARD, MASTER CARD และ DINERS CLUB INTERNATIONAL.

เงินสด (เหรียญสหรัฐ) ที่นำมาควรเป็นเงินที่พิมพ์ตั้งแต่ปี 1988 และไม่ควรมีรอยขีดเขียนหรือตราประทับใด จึงจะเป็นที่ยอมรับให้แลกเปลี่ยนเป็นเงินรูเบิลได้ ในปัจจุบัน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศกับเงินรูเบิลในตลาดมืดไม่มีแล้ว การแลกเงินควรแลกที่สถานที่แลกเปลี่ยนของธนาคารหรือเอกชนซึ่งมีอยู่ทั่วไปเกือบทุกย่าน และสะดวกปลอดภัยกว่าการแลกเงินกับผู้ที่มาขึ้นตามข้างถนน นอกจากจะไม่ปลอดภัยแล้ว อาจถูกโกง และยังมีกฎหมายอีกด้วย

## 7.6 สิ่งที่ต้องนำติดตัวไป

7.6.1 สำหรับผู้ที่ต้องใช้ยาประจำ ควรนำยาติดตัวไปให้เพียงพอและควรเตรียมยา แก้ไขแก้ท้องเสีย และยาแก้แพ้อื่น ๆ ไปด้วยเนื่องจากในรัสเซียจะหาซื้อได้ยาก

7.6.2 หากเดินทางไปในช่วงปลายฤดูใบไม้ร่วงหรือฤดูหนาว (เดือนตุลาคม-มีนาคม) ควรเตรียมเสื้อกันหนาวไปให้เพียงพอ เนื่องจากอากาศจะหนาวมาก (อุณหภูมิติดลบ)

7.6.3 ผู้ที่รับประทานอาหารยาก ควรเตรียมอาหารแห้งไปด้วย เนื่องจากอาหารในภัตตาคารโดยทั่วไปจะมีราคาแพง และมีให้เลือกไม่มากนัก

7.6.4 หากมีเครื่องใช้ไฟฟ้า ควรเตรียมปลั๊กต่อแบบสองขากลมไปด้วย รัสเซียใช้กระแสไฟฟ้า 220 โวลต์ เช่นเดียวกับไทย

## 7.7 ปัญหาที่อาจประสบ

7.7.1 อุปสรรคที่สำคัญในการติดต่อธุรกิจจในรัสเซียคือภาษา โดยนักธุรกิจที่มีอำนาจในการตัดสินใจมักพูดภาษาอังกฤษไม่ได้หรือพูดได้น้อย จึงควรเตรียมการเรื่องล่ามไว้ให้พร้อม

7.7.2 ปัญหาเครื่องบินไม่ตรงเวลา โดยเฉพาะสายการบินภายในประเทศ กรณีที่ต้องต่อเครื่องเปลี่ยนเที่ยวบินควรคำนวณเวลาเผื่อไว้มากๆ

7.7.3 มอสโกมีสนามบินพาณิชย์ 4 สนามบิน เป็นสนามบินระหว่างประเทศ 1 สนามบิน และสนามบินภายในและในกลุ่มประเทศ CIS 3 สนามบิน การเดินทางจากใจกลางเมืองมอสโกไปยังแต่ละสนามบินจะใช้เวลาการเดินทางประมาณ 45 นาที จึงควรตรวจสอบให้รอบคอบว่า จะไปขึ้นเครื่องบินที่สนามบินไหน และควรไปถึงก่อนเวลาประมาณ 2 ชั่วโมง



**7.8 สถานที่ติดต่อในกรุงมอสโก**

## 7.8.1 สถานเอกอัครราชทูตไทย ประจำกรุงมอสโก

Royal Thai Embassy, Moscow

Ul.B. Spasskaya, 9

Moscow, Russian Federation

Tel. (73095) 2013989, 2014892, 2012715

Fax. (7-095) 2302004, 2012853

## 7.8.2 สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Moscow

Korobinnikov per. 1/2

119034 Moscow, Russian Federation

Tel. (7-095) 2017747, 2017759

Fax. (7-095) 2013259



## บทที่ 8 การวิเคราะห์และวางแผนการเจาะขยายตลาด

### 8.1 การวิเคราะห์ตลาด

เพื่อการวางแผนบุกเจาะตลาดที่มีประสิทธิภาพ ควรมีการวิเคราะห์ตลาดในภาพรวมเสียก่อน เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าโอกาสทางการค้าของไทยในตลาดรัสเซียมีเพียงใด โดยมองถึงจุดอ่อนจุดแข็ง ของประเทศไทยเองในฐานะประเทศคู่ค้า คึกษาช่องทางและโอกาสที่เปิดกว้างในตลาดรัสเซีย ตลอดจนดูปัญหาอุปสรรคที่อาจพบ โดยใช้ทฤษฎีการทำ SWOT Analysis

#### 8.1.1 จุดแข็งของประเทศไทย (Strength)

หากจะพิจารณาจุดแข็งหรือความได้เปรียบของไทยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ สำหรับการเข้าตลาดรัสเซีย จะพบว่า

- 1) ประเทศไทยมีฐานการผลิตที่ค่อนข้างแข็งแกร่งสำหรับประเภทสินค้าที่รัสเซียมีความต้องการนำเข้าสูง นั่นคือกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค
- 2) สินค้าของไทยในภาพรวมมีคุณภาพดีกว่าประเทศคู่แข่งหลายประเทศ อาทิ จีน และอินเดีย
- 3) สินค้าไทยในภาพรวมมีราคาต่ำกว่าของประเทศอุตสาหกรรม อาทิ สหรัฐ และยุโรป
- 4) ผู้ประกอบการมีความยืดหยุ่น โอนอ่อนเข้ากับธรรมเนียมปฏิบัติของประเทศคู่ค้าได้ง่าย
- 5) ผู้ประกอบการสามารถรับคำสั่งซื้อขนาดเล็กได้ตลอดจนมีความสามารถในการส่งมอบสินค้าได้รวดเร็วตรงตามความต้องการ
- 6) ไทยมีธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า ซึ่งสามารถช่วยอำนวยความสะดวกเรื่องการชำระเงิน การให้สินเชื่อและลดความเสี่ยงให้แก่ผู้ส่งออก

### 8.1.2 จุดอ่อนของประเทศไทย (Weakness)

ประเด็นที่ไทยเสียเปรียบประเทศคู่แข่ง มีดังนี้

- 1) นักธุรกิจไทยรู้จักตลาดรัสเซียน้อยมาก เนื่องจากเป็นตลาดเปิดใหม่ที่มีภาพพจน์ในช่วงแรกค่อนข้างไม่มั่นคง
- 2) ระยะทางห่างไกลกันมาก ทำให้มีค่าขนส่งสูง การขนส่งทางเรือก็ต้องอ้อมไกล
- 3) มีอุปสรรคด้านภาษา โดยที่นักธุรกิจรัสเซียจำนวนมากไม่รู้ภาษาอังกฤษ ทำให้เป็นปัญหาในการสื่อสาร
- 4) ประเทศไทยขาดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับรัสเซียมาแต่สมัยยังเป็นสหภาพโซเวียต ต่างกับประเทศสังคมนิยม ซึ่งพึงพาทำการค้ากันมาตลอด ทำให้มีความผูกพันต่อเนื่อง

### 8.1.3 โอกาสทางการค้าของไทยในตลาดรัสเซีย (Opportunities)

- 1) รัสเซียเป็นตลาดขนาดใหญ่มีประชาชนถึง 149 ล้านคน โดยมีประชากรประมาณร้อยละ 10 มีรายได้สูง จึงมีอำนาจซื้อมากพอสมควร
- 2) สินค้าอุปโภคบริโภคคือสินค้าที่รัสเซียนำเข้ามากที่สุด ซึ่งตรงกับความสามารถในการผลิตและส่งออกของไทย
- 3) เนื่องจากเป็นตลาดใหม่ จึงยังมีคู่แข่งไม่มากนัก
- 4) ฐานะการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคและอุตสาหกรรมเบาต่าง ๆ ภายในประเทศยังไม่เพียงพอ และเท่าที่มีอยู่ก็ไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากในอดีตรัฐบาลเน้นส่งเสริมเฉพาะอุตสาหกรรมหนักและอุตสาหกรรมทางการทหาร ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าจากต่างประเทศได้ ทั้งด้านราคาและคุณภาพ จึงมีการนำเข้าสูง
- 5) นอกจากจะเป็นตลาดสำคัญของไทย รัสเซียยังเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ ทั้งสำหรับอุตสาหกรรมส่งออก และอุตสาหกรรมอื่น ๆ



### 8.1.4 ปัญหาอุปสรรคในตลาดรัสเซีย (Threats)

เนื่องจากสหพันธรัฐรัสเซียเป็นประเทศเปิดใหม่ที่ใช้ระบบสังคมนิยมมานาน ทำให้ยังขาดปัจจัยที่เอื้อต่อระบบการค้าเสรีอยู่บ้าง แม้รัฐบาลจะได้พยายามปรับปรุงแก้ไข แต่ก็ยังมี ความไม่สะดวกและไม่ชัดเจนหลายประการ ดังนี้

- 1) กฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่รัฐออกมาบางครั้งยังไม่มี ความชัดเจน นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลง แก้ไขบ่อย ทำให้ไม่สามารถวางแผนระยะยาวได้
- 2) รัฐบาลและผู้นำเข้ารัสเซียขาดประสบการณ์ทางการค้าในระบบตลาดเสรี
- 3) ขาดปัจจัยพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกทางการค้าได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ อาทิ ระบบการคมนาคมขนส่ง คลังสินค้า การสื่อสารคมนาคม การเงินและการธนาคาร
- 4) มีต้นทุนซ่อนเร้น (Hidden costs) สูง เนื่องจากมีปัญหาคอร์รัปชั่น ปัญหาอาชญากรรม และmafia
- 5) มีความเสี่ยงสูง เนื่องจากสภาวะทางเศรษฐกิจและการเมืองยังไม่มีเสถียรภาพมากนัก อัตราดอกเบี้ยสูง อัตราเงินเฟ้อสูง

### ตารางสรุปประเด็นในการวิเคราะห์ตลาดรัสเซีย (SWOT Analysis)

จุดแข็งของไทย	โอกาสและช่องทาง
<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่แข็งแกร่ง</li> <li>- ระดับคุณภาพและราคาตรงกับความต้องการของตลาด</li> <li>- ผู้ประกอบการมีความยืดหยุ่น</li> <li>- มีธนาคาร EXIM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นตลาดขนาดใหญ่</li> <li>- มีความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคสูง</li> <li>- มีคู่แข่งไม่มากนัก</li> <li>- การผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอและไม่มีประสิทธิภาพ</li> <li>- เป็นแหล่งวัตถุดิบที่มีความหลากหลาย</li> </ul>
จุดอ่อนของไทย	ปัญหาและอุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> <li>- รู้จักตลาดน้อย</li> <li>- ระยะทางไกล</li> <li>- ภาษาแตกต่าง</li> <li>- ขาดความสัมพันธ์ในอดีต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กฎระเบียบไม่ชัดเจน และเปลี่ยนเร็ว</li> <li>- ขาดประสบการณ์ทางการค้าในระบบตลาดเสรี</li> <li>- ขาดปัจจัยอำนวยความสะดวกทางการค้า</li> <li>- มีต้นทุนซ่อนเร้นสูง</li> <li>- มีความเสี่ยงสูง</li> </ul>

### 8.1.5 ข้อเสนอแนะ

จากภาพรวมทั้งด้านบวกและด้านลบที่ได้เกี่ยวกับจุดอ่อนจุดแข็งของประเทศไทยเอง และโอกาสตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่มีอยู่ในตลาดรัสเซีย ทำให้ตระหนักถึงความยากลำบากที่จะเจาะตลาดนี้

เนื่องจากยังมีความเสี่ยงทางการค้าสูง ในระยะสั้น จึงควรคัดเลือกส่งเสริมเฉพาะสินค้าที่มีลู่วางดีอยู่แล้ว เข้าสู่ตลาดก่อน อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์อาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ รวมถึงเภสัชภัณฑ์ ซึ่งเราทราบว่าเป็นที่ต้องการของตลาดและเป็นกลุ่มสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบด้านการผลิต นอกจากนี้ ผู้ส่งออกยังต้องเตรียมตัวให้พร้อมเพื่อจะเผชิญปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ และหาทางแก้ไขไว้ล่วงหน้า

ในขณะเดียวกันรัฐควรให้ความช่วยเหลือภาคเอกชนในการลดจุดอ่อนต่าง ๆ อาทิ จัดฝึกอบรมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับตลาดรัสเซีย จัดคณะผู้แทนการค้าไปศึกษาสำรวจตลาดทำความเข้าใจในเบื้องต้น จัดคณะผู้แทนระดับสูงทั้งภาครัฐและเอกชนไปเยี่ยมคารวะ ทำความคุ้นเคยกับผู้บริหารระดับสูงทั้งภาครัฐและเอกชนของรัสเซียเพื่อเปิดโอกาสให้เป็นจุดเริ่มต้นที่ผู้ส่งออกจะสามารถสานต่อความสัมพันธ์อันดีต่อไป ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ทางการค้าได้มาก เนื่องจากตลาดลักษณะนี้ยังให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ส่วนตัวอยู่

ในเรื่องของการขนส่ง เนื่องจากรัสเซียยังพึ่งพาการขนส่งทางอากาศอยู่มากตลอดจนต้องการได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว ไทยจึงควรเร่งผลักดัน การจัดตั้งบริษัทขนส่งทางอากาศแห่งชาติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพตลอดจนลดต้นทุนค่าขนส่ง และจัดให้มีระวางที่เพียงพอให้บริการแก่ผู้ส่งออก

สำหรับเรื่องความแตกต่างด้านภาษา หากนักธุรกิจไทยทราบล่วงหน้าและมีการจัดหาล่ามที่มีความสามารถและเชื่อถือได้ไว้ล่วงหน้า ก็จะหมดปัญหาในส่วนนี้

นอกจากนี้ นักธุรกิจไทยยังต้องเตรียมตัวรับความเสี่ยงต่าง ๆ ให้พร้อม บริการของธนาคารเพื่อการส่งออกและการนำเข้าแห่งประเทศไทย นอกจากจะลดความเสี่ยงด้านการชำระเงินตาม C/L แล้ว ยังสามารถให้สินเชื่อระยะสั้นแก่ผู้นำเข้ารัสเซียที่ซื้อสินค้าจากไทยด้วย ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการทำการค้ากับประเทศที่มีปัญหาขาดแคลนเงินตราต่างประเทศเช่น รัสเซีย

## 8.2 กิจกรรมส่งเสริมการส่งออก

นับตั้งแต่มีการเปิดตลาดการค้ากับยุโรปตะวันออก ได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกในตลาดรัสเซียไม่มากนัก ที่ดำเนินการเป็นประจำ ได้แก่ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Consumexpo ณ กรุงมอสโกเป็นประจำทุกปี โดยครั้งต่อไปในเดือนมกราคม 2540 จะเป็นการเข้าร่วมงานของประเทศไทยเป็นครั้งที่ 4 นอกจากนี้จะเริ่มมีการจัดคณะผู้แทนการค้าจากประเทศไทยไปเยือนรัสเซีย และการจัดคณะผู้แทนการค้าจากรัสเซียมาเยือนไทยบ้าง ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน สรุปคร่าว ๆ ได้ดังนี้

### ปี 2538

#### 1) การจัดคณะผู้แทนมาเยือนไทย มี 2 คณะ คือ

- 1.1 คณะผู้แทนการค้า นักธุรกิจระดับสูงจากสหพันธรัฐรัสเซีย จำนวน 20 ราย เดินทางมาเยือนประเทศไทย ระหว่างวันที่ 19-25 พฤศจิกายน 2538 (จัดโดยสถานเอกอัครราชทูตไทยประจำกรุงมอสโก)
- 1.2 คณะผู้แทนการค้าเภสัชภัณฑ์จากรัสเซีย และยูเครน จำนวน 18 ราย เดินทางมาเจรจาการค้าและเยี่ยมชมโรงงานผู้ผลิตยาของไทย ระหว่างวันที่ 1-10 ธันวาคม 2538 (จัดโดยสำนักงานพาณิชย์ฯ ณ กรุงมอสโก)

#### 2) การจัดคณะผู้แทนการค้าไทยไปเยือนรัสเซีย 1 คณะ คือ

- คณะผู้แทนการค้าภาครัฐ และเอกชนเดินทางไปเปิดตลาดสินค้าเภสัชภัณฑ์ ณ ประเทศรัสเซีย (เยือนมอสโก และเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก) ระหว่างวันที่ 9-19 ตุลาคม 2538



### 3) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า 1 งาน คือ

- งาน Consumexpo'95 (17-23 มกราคม 2538) เป็นงานแสดงสินค้าทั่วไป มีผู้เข้าร่วมงานจากประเทศไทย 36 บริษัท ใน 5 กลุ่มสินค้า คือ เสื้อผ้า อาหาร รองเท้า เครื่องใช้ในครัวเรือน และอื่น ๆ อาทิ เครื่องหนัง เครื่องสำอางค์และเครื่องเขียน

## ปี 2539

### 1) การนำคณะผู้แทนรัสเซียเดินทางมาเยือนประเทศไทย มี 2 คณะ คือ

- 1.1 คณะผู้แทนการค้าจาก Lanta Bank ประเทศรัสเซีย จำนวน 4 ราย เดินทางมาเยือนประเทศไทย ระหว่างวันที่ 13-15 มีนาคม 2539 (จัดโดยสำนักงานพาณิชย์ฯ ณ กรุงมอสโก)
- 1.2 รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงก่อสร้างรัสเซีย และคณะฯ รวม 10 ราย เดินทางมาเยือนกรมฯ วันที่ 2 พฤษภาคม 2539 (จัดโดย Association of Business Cooperation with Foreign Countries ณ กรุงมอสโก)

### 2) การจัดคณะผู้แทนการค้าไทย ไปเยือนรัสเซีย มี 1 คณะ คือ

- คณะผู้แทนการค้าอุตสาหกรรมอาหารเดินทางไปเยือนประเทศสาธารณรัฐเช็ก โปแลนด์และรัสเซีย ระหว่างวันที่ 6-17 ตุลาคม 2539

### 3) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ยังคงเข้าร่วมเพียง 1 งาน คือ

- งาน Consumexpo'96 ใดในปี 2539 มีผู้เข้าร่วมงานจากประเทศไทย ลดลงเหลือเพียง 13 บริษัท สินค้าที่นำไปแสดง ได้แก่ เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องสำอางค์ เครื่องประดับเงิน อุปกรณ์โทรคมนาคม และเครื่องใช้ในครัวเรือน

#### 4) มีการจัดสัมมนาเกี่ยวกับตลาดรัสเซีย 1 ครั้ง

- ในหัวข้อ เปิดประตูการค้าตลาดรัสเซีย ปี 2539 เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2539

#### 5) มีการจัดจ้างศึกษาตลาดอุตสาหกรรมยาในรัสเซีย

- เป็นโครงการที่สืบเนื่องจากการที่กรมฯ ได้จัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเปิดตลาดเภสัชภัณฑ์ ในปี 2538 ตลอดจนมีผู้แทนจากรัสเซียและยูเครนเดินทางเข้ามาดูโรงงานของไทยในช่วงปลายปีเดียวกัน

### ปี 2540

จะเห็นได้ว่าผู้ส่งออกไทยมีความตื่นตัวกับตลาดสหพันธรัฐรัสเซีย กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออกและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช (CIS) มากขึ้นทุกขณะ เนื่องจากความจำเป็นที่จะต้องเร่งหาตลาดใหม่ และหาแหล่งวัตถุดิบคุณภาพดีในราคาเหมาะสม ในปี 2540 กิจกรรมของกรมฯ ที่วางแผนจะดำเนินการในตลาดรัสเซียจึงมีเพิ่มขึ้นมากอย่างเห็นได้ชัด โดยมีถึง 7 กิจกรรมคือ

#### 1. การจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าสำเร็จรูปไปเจรจาการค้า 1 คณะ

#### 2. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า 3 งาน คือ

- 2.1 Consumexpo ระหว่าง 20-24 มกราคม 2540 ที่มอสโก
- 2.2 Inter Medical & Pharmaceutical Fair, Moscow ช่วงมีนาคมหรือธันวาคม 2540 ที่มอสโก
- 2.3 Moscow Int'l Sport & Leisure Show ช่วงเมษายน 2540

โดยที่งานตามข้อ 2.2 และ 2.3 จะเป็นการเข้าร่วมครั้งแรกจึงจัดลักษณะเป็น information stand เท่านั้นไม่ได้นำผู้ส่งออกร่วมเดินทางไปด้วย

#### 3. การจัด mini exhibition สินค้าอาหารที่เมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก ในเดือนพฤษภาคม 2540 เพื่อร่วมฉลองครบรอบ 100 ปี ความสัมพันธ์ ไทย-รัสเซีย

4. การจัดซื้อข้อมูลทางการตลาดและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้ายา

5. การจัดสัมมนาช่องทางการค้าผลิตภัณฑ์ยาในรัสเซีย ช่วงเดือนกันยายน 2540

นอกจากนี้ที่สำคัญยิ่งต่อการจัดกิจกรรมเจาะตลาดต่าง ๆ ก็คือ กรมฯ จะเปิด ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก ภายในเร็ววันนี้

### 8.3 การวางแผนเจาะตลาดในอนาคต

การวิเคราะห์ตลาดและจากผลของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกไปสู่ตลาด รัสเซียในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมทางการค้าของรัสเซียยังแตกต่างกับของ ประเทศพัฒนาแล้ว ตลอดจนถึงขาดความพร้อมอีกหลายประการที่จะช่วยเสริมให้มีความหลากหลายในการวางแผนเจาะตลาด

แผนงานส่งเสริมการส่งออก ของกรมฯ ในตลาดหลักกับในตลาดใหม่จะค่อนข้าง มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากในตลาดหลัก อาทิ ยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น จะมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ มาก อาทิเช่น

- มีงานแสดงสินค้าจำนวนมาก ที่จัดมาหลายสิบปี เป็นที่รู้จักทั่วโลก ประเทศที่สนใจสามารถเข้าไปร่วมแสดงแล้วได้ผลดี เนื่องจากมีผู้เข้าชมงานเพื่อสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก
- มีช่องทางการจำหน่าย (Channel of distribution) ที่ชัดเจน ทำให้สามารถเจาะเข้าถึงตัวผู้นำเข้ารายใหญ่เพื่อร่วมทำกิจกรรมในการส่งเสริมสินค้าไทย ตามโครงการ Importer assistance programme ทั้งในแง่การร่วมจัดแสดงสินค้าไทย หรือการทำเอกสาร หรือวัสดุประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ตลอดจนการลงโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าไทยโดยรวม
- มีระบบการค้าที่ทันสมัยทั้งในระดับค้าปลีกและค้าส่ง กรมสามารถร่วมมือกับผู้ค้าปลีกรายใหญ่จัดงานส่งเสริมสินค้าไทยในห้าง (instore promotion) เพื่อเชิญชวนให้ผู้บริโภคทดลองชิม/ใช้สินค้าไทยได้โดยตรง



- **มีผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด** ที่สามารถว่าจ้างมาช่วยวางแผนการเจาะตลาดสินค้าไทยแต่ละประเภท โดยสามารถช่วยดำเนินการทุกอย่างตั้งแต่การศึกษาสถานะของสินค้าไทยในตลาด จุดอ่อน จุดแข็ง จุดที่ควรเน้นหรือควรพัฒนา ตลอดจนสามารถหาผู้เชี่ยวชาญแต่ละสาขา อาทิการผลิต การออกแบบ การตลาด เพื่อเข้ามาจัดฝึกอบรมสัมมนา ให้ความรู้แก่ผู้ส่งออก เพื่อพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดและเตรียมความพร้อมก่อนเดินทางไปร่วมกิจกรรมในตลาดเป้าหมาย
- **มีสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย** และเจาะลึก อาทิเช่น สิ่งพิมพ์ทางการค้า (trade publications) ในประเทศพัฒนาแล้วจะสามารถสนองความต้องการของผู้อ่านทุกระดับในทุกอุตสาหกรรม ทำให้ง่ายแก่การหาสื่อที่ประหยัดที่จะสามารถเจาะถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแต่ละอุตสาหกรรมได้อย่างชัดเจน และตรงเป้า เช่น หากสนใจเกี่ยวกับอาหาร จะมีนิตยสารเกี่ยวกับการค้าส่งอาหาร การค้าปลีก ของขบเคี้ยว อาหารสำเร็จรูป ร้านอาหาร สารเจือปนในอาหาร อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารทะเล การประกอบอาหาร เครื่องใช้ในการประกอบอาหารและอื่น ๆ อีกมาก เป็นต้น

การจะกำหนดกลยุทธ์เพื่อเจาะตลาดรัสเซียจำเป็นต้องคำนึงถึงความขาดแคลนปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดด้วย โดยที่รัสเซียเป็นประเทศเปิดใหม่ระบบเศรษฐกิจยังขาดเสถียรภาพ ระบบการค้ายังล่าช้า ทำให้มีข้อจำกัดไม่สามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกได้อย่างมีความหลากหลายมากนัก นอกจากนี้ในปัจจุบันยังไม่มีศูนย์พาณิชย์กรรม ซึ่งจะสามารถช่วยประสานการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างใกล้ชิดอีกด้วย

แต่หากจะคอยให้ทุกอย่างพร้อมเป็นระเบียบเป็นระบบก่อน จึงจะเข้าไปบุกตลาดจะทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบคู่แข่งอื่น ๆ เราจำเป็นต้องเข้าไปแนะนำตัวตลอดจนศึกษาช่องทางทำการค้าไว้ก่อน เพื่อที่เมื่อตลาดเปิดกว้างขึ้น จะได้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขยายขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ข้อเสนอแนะในการวางแผนเจาะขยายตลาดมีดังต่อไปนี้

## 8.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

เนื่องจากสภาวะแวดล้อมในตลาดรัสเซียดังที่กล่าวมาแล้ว ในการวางแผนเจาะตลาดควรมีการพิจารณาในภาพรวมเพื่อกำหนดวิธีการ และมาตรการเฉพาะตลาดที่เป็น package และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เนื่องจากรัสเซียเป็นตลาดขนาดใหญ่จำเป็นต้องเพิ่มทรัพยากรที่ใช้ในการส่งเสริมการส่งออกให้เพียงพอ จึงจะสามารถดึงดูดความสนใจของภาคเอกชนไทยเข้าสู่ตลาดนี้ ในขณะที่เดียวกันสามารถดึงดูดความสนใจของผู้นำเข้าและผู้บริโภครัสเซียให้เริ่มรู้จักกับสินค้าไทย

ดังที่กล่าวแล้วในช่วงของการวิเคราะห์ตลาด การส่งเสริมการส่งออกไปยังตลาดรัสเซีย ภาครัฐจะต้องเสริมจุดแข็ง และลดจุดอ่อนของนักธุรกิจไทย โดยการวางแผน ควรพิจารณาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดังนี้

### 8.4.1 ระยะสั้น

ในระยะแรก การสร้างความสนใจของนักธุรกิจไทยเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อลบภาพลักษณ์ของตลาดที่ประชากรไม่มีกำลังซื้อ และระบบเศรษฐกิจที่ขาดเสถียรภาพอย่างหนักออก โดยภาครัฐจะต้องให้ข้อมูลทั้งด้านบวกและด้านลบอย่างชัดเจนตามสภาวะความเป็นจริง โดยชี้ให้เห็นว่า แม้เศรษฐกิจรัสเซียจะยังขาดเสถียรภาพ และมีปัญหามากกว่าตลาดอื่น ๆ ที่พัฒนาแล้ว แต่การดำเนินการปฏิรูปเศรษฐกิจในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ก็เริ่มจะส่งผลให้เศรษฐกิจของรัสเซียกระเตื้องขึ้นบ้างแล้ว เป็นที่คาดกันว่า ภายใน 4-5 ปีข้างหน้า ระบบเศรษฐกิจของรัสเซียจะมีเสถียรภาพและสามารถขยายตัวได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นการเข้าสู่ตลาดเร็วกว่า จะหมายถึงโอกาสทำกำไรได้มากกว่า และน่าจะช่วยให้สามารถยึดครองส่วนแบ่งตลาดได้ในระยะยาว

นอกจากนี้ ภาครัฐยังควรให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านข้อมูลและค่าใช้จ่ายแก่ผู้ประกอบการรายกลางถึงเล็ก เพื่อเป็นแรงจูงใจอันที่จะเข้ามาทดลองตลาดใหม่ที่มีขนาดใหญ่ แต่ยังมีความเสี่ยงและความไม่พร้อมหลายประการ เช่นนี้

การจะเสริมประสิทธิภาพในการแข่งขันให้กับผู้ส่งออก สำหรับตลาดที่ขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ ภาครัฐ (โดยผ่านธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย) จึงจำเป็นต้องช่วยในเรื่องของการให้สินเชื่อด้วย เนื่องจากตลาดรัสเซียมีความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคมาก แต่ก็มีปัญหาด้านการเงิน ทำให้บ่อยครั้งผู้ซื้อไม่สามารถชำระค่าสินค้าได้ทันที ดังนั้นผู้ขายที่สามารถให้วงเงินสินเชื่อได้ย่อมได้เปรียบ

ในส่วนของกิจกรรมส่งเสริมการส่งออก ควรดำเนินการดังนี้

- 1) จัดฝึกอบรมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับตลาดรัสเซีย ทั้งในแง่สภาวะตลาดโดยทั่วไปและการให้ข้อมูลเจาะลึกรายอุตสาหกรรม ที่มีลู่วางดี
- 2) การจัดคณะผู้แทนภาคเอกชนเดินทางไปศึกษา สํารวจตลาด สำหรับกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพ เพื่อให้ผู้ส่งออกได้เห็นสภาวะตลาดที่แท้จริง ได้สัมผัสกับผู้บริโภค และได้เห็นช่องทางการจำหน่าย ได้มีโอกาสทำความรู้จักกับผู้นำเข้า และเห็นศักยภาพที่จะทำการค้าต่อไป รัฐควรส่งเสริมให้เอกชนไทยทำธุรกิจการค้ากับรัสเซียโดยตรงให้มากขึ้น เพราะในปัจจุบันสินค้าไทยจำนวนมากเข้ารัสเซียผ่านประเทศที่สาม โดยเฉพาะประเทศในตะวันออกกลาง การทำการค้ากันโดยตรงจะเป็นประโยชน์กับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย
- 3) การจัดคณะผู้แทนระดับสูง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ไปทำความรู้จักคุ้นเคยกับผู้บริหารระดับสูงของรัสเซีย โดยเฉพาะกับหน่วยงานที่จะมีบทบาทในการตรวจสอบหรือ ออกใบอนุญาตต่าง ๆ สำหรับสินค้าเข้าจะช่วยให้หน่วยงานและภาคเอกชนของไทยได้เข้าใจขั้นตอนในการดำเนินการ ตลอดจนจะเป็นโอกาสให้สานความสัมพันธ์ต่อไปได้ ประเทศสังคมนิยมที่เปิดประเทศใหม่ จะให้ความสำคัญกับผู้แทนรัฐบาลมากกว่าภาคเอกชน จึงจำเป็นที่ผู้บริหารระดับสูงของส่วนราชการจะเดินทางไปด้วย มิฉะนั้นภาคเอกชนไทยจะไม่สามารถขอพบผู้บริหารระดับนโยบายของรัสเซียได้
- 4) การเชิญเจ้าหน้าที่ระดับสูงของรัสเซียเดินทางมาเยี่ยมชมธุรกิจอุตสาหกรรมในไทย โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่เคยจัดคณะจากประเทศไทยเข้าไปพบเขาในตลาด จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นขึ้น และยังช่วยให้ฝ่ายรัสเซียซึ่งยังมีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยน้อยมาก ได้มาเห็นระดับการพัฒนาของประเทศไทยและอุตสาหกรรมไทย
- 5) การจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ ทำการศึกษาเจาะลึกเกี่ยวกับลู่วางทางการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมบางประเภทที่มีศักยภาพของไทย โดยที่รัสเซียเป็นตลาดเปิดใหม่ ข้อมูลการตลาดที่เจาะลึกจะหาได้ยาก การจ้างศึกษาจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการและเป็นประโยชน์กับผู้ส่งออกไทยโดยตรง



- 6) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดขึ้นในเมืองสำคัญทางธุรกิจในภูมิภาคต่าง ๆ ของรัสเซีย โดยน่าจะพิจารณาเข้าร่วม ทั้งงานทั่วไป (General Products) เช่น Consumexpo ซึ่งกรมฯ ไปร่วมทุกปี เพื่อให้คงภาพของประเทศไทยไว้ไม่ขาดหายไปจากตลาด และงานเฉพาะสินค้า (specific product) เช่น อาหารและยา ขึ้นอยู่กับว่าจะมีงานที่มีชื่อเสียงในแต่ละกลุ่มสินค้าที่ไทยสนใจจัดขึ้นในรัสเซียหรือไม่
- 7) การจัดงานแสดงสินค้าไทยขึ้นในรัสเซีย (Solo Show หรือ Mini Exhibition) เป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ด้านการสร้างภาพพจน์ของประเทศมาก โดยเฉพาะหากสามารถจัดให้มีหน่วยงานอื่น ๆ เช่น คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยไปร่วมจัดดูทำให้ข้อมูลด้านต่างๆ ด้วย รัสเซียเป็นประเทศที่มีงานแสดงสินค้านานาชาติที่มีชื่อเสียงจำนวนไม่มากนัก และมักจัดอยู่ที่มอสโกหรือเซนต์ปีเตอส์เบิร์กเท่านั้น การจัดงานแสดงสินค้าไทยขึ้นในโอกาสต่างๆ จะช่วยให้ชื่อของประเทศไทยเป็นที่รู้จักดีขึ้นในตลาด
- 8) การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย และสินค้าไทย เป็นสิ่งที่หากรัฐบาลดำเนินการ จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่การค้าของภาคเอกชนได้มาก อย่างไรก็ตาม จะต้องมีการประสานงานและร่วมมือกับภาคเอกชนในการรักษาระดับคุณภาพสินค้าให้ตรงกับภาพลักษณ์ที่รัฐพยายามจะสร้าง เพราะตลาดรัสเซียจะเริ่มให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากขึ้นเรื่อย ๆ ตามสภาวะความเป็นอยู่และระดับรายได้ของประชากรที่สูงขึ้น
- 9) นอกจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกในรัสเซียโดยตรง กรมฯ ควรนำสินค้าที่มีคู่แข่งในตลาดนี้เข้าไปเผยแพร่ส่งเสริมในตลาดตะวันออกกลางให้มากยิ่งขึ้นด้วย เพราะในปัจจุบัน รัสเซียซื้อสินค้าไทยผ่านประเทศในตะวันออกกลาง อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และอิสราเอล เป็นจำนวนมาก

#### 8.4.2 ระยะยาว

ในระยะยาว คาดว่าระบบเศรษฐกิจของรัสเซียจะมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น และระบบการค้าที่สู่ความเป็นสากล ประชากรจะมีรายได้สูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ก็ลดลง ซึ่งแน่นอนย่อมหมายถึงการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เพราะประเทศต่าง ๆ จะมองเห็นศักยภาพอันนี้ และเข้าแย่งส่วนแบ่งตลาดกันมากขึ้น

ในส่วนของประเทศไทย การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการส่งออก ควรทำอย่างต่อเนื่อง ยิ่งตลาดมีศักยภาพดีขึ้น ก็จะต้องเพิ่มกิจกรรม เพิ่มงบประมาณให้มากขึ้นเป็นทวีคูณ

มีจุดอ่อนของไทยประการหนึ่งที่ไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะสั้น นั่นคือการมีต้นทุนค่าขนส่งที่สูง ทั้งทางเรือและทางอากาศ จุดนี้ในระยะยาวรัฐบาลจะต้องพยายามแก้ไข ทั้งในส่วนของการสร้างท่าเรือน้ำลึก การทำ Land Bridge ออกสู่มหาสมุทรอินเดีย และการจัดตั้งบริษัทขนส่งทางอากาศแห่งชาติขึ้นใหม่

ข้อเสนอแนะอีกประการที่ควรพิจารณาคือ การมีคลังสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้าไทยในรัสเซีย เนื่องจากผู้ซื้อของรัสเซียมักต้องการได้รับสินค้าโดยเร็ว แต่จะได้ผลก็ต่อเมื่อสินค้าประเภทนั้น หรือของบริษัทนั้นมียอดขายที่สูงมากพอจะคุ้มทุนค่าดำเนินการ และจะต้องมีระบบขนส่ง เก็บรักษา และจัดจำหน่ายที่ทันสมัยและต้นทุนต่ำ

#### 8.5 บทสรุป

โดยสรุปแล้ว จะเห็นได้ว่า แม้ในปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของรัสเซียจะยังไม่มีเสถียรภาพมากนัก แต่ก็ได้รับการฟื้นฟูให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ โดยที่ประเทศรัสเซียเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพดีในอนาคต จึงควรที่ภาครัฐจะให้ความสำคัญ สร้างความสนใจและสร้างความพร้อมให้ภาคเอกชนแต่เนิ่น ๆ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการเปิดตลาดในระยะแรก เพื่อให้ผู้ส่งออกของไทยจะได้มีโอกาสขยายตลาดและครองตลาดได้ในระยะยาวต่อไป



## บรรณานุกรม



### บรรณานุกรม

1. กระทรวงการต่างประเทศ. สภาวะเศรษฐกิจของรัสเซียในรอบ 6 เดือนแรกของปี 2538 ในด้านการลงทุนและการค้าระหว่างประเทศ. 2538.
2. กองการตลาดต่างประเทศ 1, กรมส่งเสริมการส่งออก. การค้าระหว่างไทยกับรัสเซีย. 2537.
3. กองการตลาดต่างประเทศ 1, กรมส่งเสริมการส่งออก. รายงานผลการจัดคณะผู้แทนภาครัฐและเอกชนสินค้าเวชภัณฑ์เดินทางไปเจรจาเปิดตลาดการค้าในประเทศไทยและยูเครนระหว่างวันที่ 9 - 19 ตุลาคม 2538.
4. กองการตลาดต่างประเทศ 1, กรมส่งเสริมการส่งออก. เอกสารการประชุมเตรียมการจัดคณะผู้แทนการค้าอุตสาหกรรมอาหารไปเยือนยุโรปตะวันออก. กันยายน 2539.
5. กองข้อมูลการค้า, กรมส่งเสริมการส่งออก. ข้อมูลประเทศเปรียบเทียบระหว่างไทยกับรัสเซีย. 2539.
6. กองฝึกอบรมการส่งออก, กรมส่งเสริมการส่งออก. เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง "เปิดประตูการค้าตลาดรัสเซีย ปี 2539". วันที่ 12 มีนาคม 2539 ณ ห้องประชุมกองฝึกอบรมการส่งออก.
7. กองพาณิชย์ต่างประเทศ, กรมการค้าต่างประเทศ. ข้อมูลการค้าไทยสหพันธรัฐรัสเซีย. 2539.
8. สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก. สินค้าอุปโภคบริโภคในตลาดรัสเซียยังเปิดกว้าง. 2537.
9. สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก. สถานการณ์การค้าระหว่างไทยและรัสเซีย. 2538.
10. Business Guide-Book of Russia (Issue 1). 1995. Moscow : Shareholding Company "Mosvneshinform"
11. Eastern Europe and the Commonwealth of Independent States 1994. 2<sup>nd</sup> Edition England : Europe Publications Limited.



**ภาคผนวก**

การชำระระหว่างประเทศของประเทศไทยประเทศ รัสเซีย

	มูลค่า			อัตราการขยายตัว			สัดส่วน		
	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
รายการ									

ไทย-โลก

มูลค่าการค้า	1,857,888.0	2,111,709.0	2,506,862.0	3,169,901.4	1,627,058.7	13.7	18.7	26.4	7.3
สินค้าออก	824,643.3	940,862.6	1,137,601.6	1,406,310.1	696,621.4	14.1	20.9	23.6	3.8
สินค้าเข้า	1,033,244.7	1,170,846.4	1,369,260.4	1,763,591.3	930,437.3	13.3	16.9	28.8	10.0
ดุลการค้า	-208,601.5	-229,983.8	-231,658.7	-357,281.2	-233,815.9	10.3	.7	54.2	33.9

ไทย-รัสเซีย

มูลค่าการค้า	.0	22,059.8	31,038.2	41,556.4	14,717.0	-	40.7	33.9	-29.5
สินค้าออก	.0	6,361.1	7,641.8	10,049.6	2,483.3	-	20.1	31.5	-49.9
สินค้าเข้า	.0	15,698.6	23,396.4	31,506.8	12,233.7	-	49.0	34.7	-23.2
ดุลการค้า	.0	-9,337.5	-15,754.6	-21,457.2	-9,750.4	-	68.7	36.2	-11.1

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเลข : ปี 2539 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ศูนย์สถิติการพาณิชย์  
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์  
25/11/96



สินค้าออกสำคัญ 15 รายการแรกของไทยกับรัสเซีย

รายการ	มูลค่า หน่วย : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว หน่วย : ร้อยละ					สัดส่วน หน่วย : ร้อยละ				
	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539	2535	2536	2537	2538	2539	
	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	(มก.-ณย.)	
1. รถยนต์และชิ้นส่วน	.0	926.8	2,561.5	5,918.3	1,051.8	-	176.4	131.1	-62.3	***.*	14.6	33.5	58.9	42.4	
2. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	.0	2,052.1	2,892.9	1,442.3	455.0	-	41.0	-50.1	-58.1	***.*	32.3	37.9	14.4	18.3	
3. น้ำตาลทราย	.0	202.0	.0	326.0	294.5	-	-100.0	-	208.4	***.*	3.2	.0	3.2	11.9	
4. ข้าว	.0	624.0	1.1	258.5	213.2	-	-99.8	22587.8	47.4	***.*	9.8	.0	2.6	8.6	
5. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	.0	893.9	49.8	498.6	62.3	-	-94.4	901.9	19.8	***.*	14.1	.7	5.0	2.5	
6. เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	.0	19.2	40.8	154.9	51.8	-	112.9	279.9	-23.3	***.*	.3	.5	1.5	2.1	
7. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	.0	47.2	60.9	19.9	27.3	-	29.0	-67.3	160.6	***.*	.7	.8	.2	1.1	
8. เครื่องยกลูกเหล็ก และส่วนประกอบ	.0	236.6	489.4	189.7	24.8	-	106.8	-61.2	-83.3	***.*	3.7	6.4	1.9	1.0	
9. เครื่องใช้สำหรับเดินทาง	.0	313.6	234.3	142.6	24.1	-	-25.3	-39.1	-76.7	***.*	4.9	3.1	1.4	1.0	
10. อาหารทะเลแปรรูป	.0	.1	2.9	34.5	19.5	-	2749.0	1075.0	119.1	***.*	.0	.0	.3	.8	
11. เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	.0	53.1	9.9	32.6	15.9	-	-81.4	229.4	72.2	***.*	.8	.1	.3	.6	
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	.0	36.9	37.2	12.3	15.3	-	.9	-67.0	247.8	***.*	.6	.5	.1	.6	
13. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	.0	30.5	8.9	24.5	15.2	-	-70.6	174.6	76.5	***.*	.5	.1	.2	.6	
14. ผลิตภัณฑ์นสเปสหลัง	.0	24.8	.0	12.4	13.8	-	-100.0	-	432.0	***.*	.4	.0	.1	.6	
15. เคหะสิ่งทอ	.0	10.1	15.7	5.5	13.3	-	55.4	-65.2	320.1	***.*	.2	.2	.1	.5	
รวมสินค้า 15 รายการ	.0	5,470.7	6,405.3	9,072.6	2,297.8	-	17.1	41.6	-49.4	***.*	86.0	83.8	90.3	92.5	
อื่นๆ	.0	890.5	1,236.6	977.0	185.5	-	38.9	-21.0	-55.8	***.*	14.0	16.2	9.7	7.5	
มูลค่ารวม	.0	6,361.1	7,641.8	10,049.6	2,483.3	-	20.1	31.5	-49.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร  
 หมายเหตุ : ปี 2539 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ศูนย์สถิติการพาณิชย์  
 กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์  
 25/11/96

สินค้าเข้าสำคัญ 15 รายการแรกของไทยกับรัสเซีย

	มูลค่า			มูลค่า			มูลค่า		
	หน่วย : ล้านบาท			หน่วย : ล้านบาท			หน่วย : ไร่		
	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
รายการ	2535	2536	2537	2538	2539	2536	2537	2538	2539
					(มก.-ถ.)				(มก.-ถ.)
1. เหล็กและเหล็กกล้า	.0	8,535.0	15,664.9	23,947.3	9,062.8	-	83.5	52.9	-29.3
2. สินแร่โลหะอื่น ๆ และเศษโลหะ	.0	2,794.3	2,361.7	1,366.6	688.6	-	-15.5	-42.1	2.3
3. กระดาษ กระดาษแข็ง และผลิตภัณฑ์	.0	741.4	555.3	1,441.0	561.2	-	-25.1	159.5	2.0
4. เส้นใยไหมในการทอ	.0	875.5	1,998.1	1,815.0	392.7	-	128.2	-9.2	-50.8
5. ปลาซุนาสด แช่เย็น แช่แข็ง	.0	179.3	425.5	273.5	385.4	-	137.2	-35.7	245.6
6. ไข่	.0	1,321.0	1,106.3	1,336.3	300.4	-	-16.2	20.8	2.4
7. น้ำมันสำเร็จรูป	.0	173.0	.0	.0	288.2	-	-100.0	-	-
8. แร่ดิบ	.0	91.5	108.1	177.8	93.7	-	18.1	64.5	-4
9. ยาง ยางสังเคราะห์ รวมทั้งเศษยาง	.0	20.4	65.2	101.3	75.6	-	219.8	55.3	41.6
10. เคมีภัณฑ์	.0	115.8	194.5	310.1	53.5	-	68.0	59.5	-67.7
11. เครื่องจักรใช้ในอุตสาหกรรม	.0	35.8	61.4	40.1	32.0	-	71.7	-34.6	14.3
12. หนังดิบและหนังฟอก	.0	41.2	106.9	76.0	20.5	-	159.6	-28.9	-55.5
13. วัสดุก่อสร้าง	.0	.0	.0	.0	20.1	-	-	-	-
14. ผลิตภัณฑ์โลหะ	.0	5.9	98.7	22.2	13.1	-	1576.6	-77.5	33.4
15. เฟอร์นิเจอร์และเศษกระดาษ	.0	134.5	54.1	22.4	12.8	-	-59.8	-58.5	-16.3
รวมสินค้า 15 รายการ	.0	15,064.6	22,800.6	30,929.6	12,000.6	-	51.4	35.7	-23.3
อื่นๆ	.0	634.1	595.9	577.2	233.1	-	-6.0	-3.1	-15.5
มูลค่ารวม	.0	15,698.6	23,396.4	31,506.8	12,233.7	-	49.0	34.7	-23.2

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร  
หมายเหตุ : ปี 2539 เป็นตัวเลขเบื้องต้น

ศูนย์สถิติการพาณิชย์  
กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์  
25/11/96

## การค้าของไทยกับกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช (CIS COUNTRIES)

Country	1993				1994				1995 (January-November)			
	Total	Export	Import	Balance	Total	Export	Import	Balance	Total	Export	Import	Balance
1. Russia	22,059.7	6,361.1	15,698.6	-9,337.5	31,038.2	7,641.8	23,396.4	-15,754.5	39,202.9	9,713.6	29,489.3	-19,775.7
2. Ukraine	208.7	82.0	126.7	-44.7	513.3	200.9	312.4	-111.5	1,422.8	707.3	715.5	-8.2
3. Uzbekistan	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	488.4	422.2	66.2	356.0
4. Kirgizistan	68.3	33.2	35.1	-1.9	91.2	64.7	26.5	38.2	137.1	94.6	42.5	52.1
5. Tadzhikistan	0.1	0.1	0.0	0.1	5.1	1.7	3.4	-1.7	57.5	0.0	57.5	-57.5
6. Moldova	0.6	0.5	0.1	0.4	0.4	0.4	0.0	-0.4	58.9	58.7	0.2	58.5
7. Kazakhstan	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	125.7	98.2	27.5	70.7
8. Azerbaïdzhân	5.8	2.7	3.1	-0.4	10.7	7.5	3.2	4.3	35.2	8.2	27.0	-18.8
9. Belarus	0.4	0.1	0.3	-0.2	4.4	3.4	1.0	2.4	9.9	8.5	1.4	7.1
10. Armenia	2.7	0.0	2.7	-2.7	2.8	0.4	2.4	-2.0	0.5	0.5	0.0	0.5
11. Georgia	N/A				N/A				N/A			
12. Turkmenistan	N/A				N/A				N/A			
CIS Total	22,346.3	6,479.7	15,866.6	-9,386.9	31,666.1	7,920.8	23,745.3	-15,824.5	41,538.9	11,111.8	30,427.1	315.3

Source: Trade Statics Center, Department of Business Economy, Ministry of Commerce, Thailand.



## เมืองท่าที่สำคัญของสหพันธรัฐรัสเซีย

### 1. เมืองท่าแถบทะเลบอลติก

- 1.1. ST. Petersburg** เป็นเมืองท่าที่ใหญ่ที่สุดทางชายฝั่งทะเลบอลติก สามารถรับสินค้าได้ประมาณ 50,000 ตัน เป็นท่าเรือที่ใช้ในการนำเข้าและส่งออกสินค้าทุกประเภทไปยังอเมริกาเหนือ ยุโรป
- 1.2. Kaliningrad** เป็นเมืองท่าที่ใหญ่ และไม่เป็นน้ำแข็งในฤดูหนาว ท่าเรือนี้ถูกค้นด้วยสาธารณรัฐลิทัวเนีย สามารถรับสินค้าได้ประมาณ 15,000 ตัน ใช้ในการส่งสินค้าในภูมิภาคนี้เท่านั้น
- 1.3. Arkhangelsk** เป็นเมืองท่าขนาดเล็กทางตอนเหนือ สามารถรับสินค้าได้ประมาณ 7,000 ตัน ท่าเรือนี้ส่วนใหญ่จะใช้ในการส่งออกไม้สักไปยังประเทศแถบยุโรป
- 1.4. Murmansk** เป็นเมืองท่าใช้ในการขนส่งสินค้าภายในประเทศเท่านั้นโดยใช้ขนส่งสินค้าไปยังภูมิภาคทางตอนเหนือของรัสเซีย ไม่สามารถรับเรือสินค้าจากต่างประเทศได้

### 2. เมืองท่าแถบทะเลดำ

- 2.1. Novorossiisk** เป็นเมืองท่าที่ใหญ่ที่สุดและสำคัญที่สุดของสหพันธรัฐรัสเซียใช้ในการขนส่งสินค้าทั่วโลก สามารถรับสินค้าได้ประมาณ 100,000 ตัน สินค้านำเข้าหลักของท่าเรือนี้คือธัญพืช และสินค้าออกได้แก่น้ำมันดิบ น้ำมัน และโลหะ
- 2.2. Tuapse** เป็นเมืองท่าเล็ก ๆ ใช้ในการขนส่งน้ำมัน สามารถรับสินค้าได้ประมาณ 7,000 ตัน

### 3. เมืองท่าตะวันออกไกล

#### 3.1. Vladivostok

เป็นเมืองท่าที่ใหญ่ที่สุดของสหพันธรัฐรัสเซียในภูมิภาคตะวันออกไกลสามารถรับสินค้าทุกประเภทได้ประมาณ 100,000 ตัน ตั้งแต่ปี 2535 ท่าเรือนี้ได้เปิดบริการให้กับต่างชาติ โดยเฉพาะ ญี่ปุ่น จีน ออสเตรเลียและประเทศใกล้เคียงอื่น ๆ และนับเป็นท่าเรือที่ทันสมัยและมีคลังสินค้าที่ได้มาตรฐาน และใช้เป็นท่าเรือขนส่งสินค้าจากไซบีเรีย และตะวันออกไกล เป็นหลัก

#### 3.2 Nakhodka

เป็นเมืองท่าที่ใช้ขนส่งสินค้าทุกประเภทและรับสินค้าได้ประมาณ 100,000 ตัน มีลิฟต์ที่ใช้ในการขนถ่ายธัญพืชได้ถึง 80,000 ตัน ท่าเรือนี้ให้บริการขนส่งสินค้าทางรถไฟเหมือนท่าเรือที่ทันสมัยทั่วไป สินค้าส่งออกผ่านท่าเรือนี้ส่วนใหญ่เป็นไม้สัก ขดลวด ทองแดง โลหะ ปลาแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ปลา โดยปกติ การขนส่งสินค้าของออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย เมืองทางแถบชายฝั่งตะวันตกของสหรัฐอเมริกา ไทย และประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย และกลุ่มประเทศในมหาสมุทรแปซิฟิก จะผ่านท่าเรือนี้

#### 3.3 Vanino

เป็นเมืองท่าขนาดเล็กอยู่ห่างจากเมืองท่า Nakhodka ประมาณ 200 กิโลเมตร สามารถรับสินค้าได้เพียง 5,000 ตัน ปัจจุบันใช้ในการขนส่งสินค้าให้กับภูมิภาคทางตอนเหนือของรัสเซีย

#### 3.4 Korsakov

เป็นเมืองท่าในหมู่เกาะ Sakhalin สามารถรับสินค้าได้ 5,000 ตัน ท่าเรือนี้ใช้นำเข้าสินค้าจากหมู่เกาะสะคารินไปยังท่าเรือ Vladivostok และท่าเรือ Nakhodka การปฏิรูปเศรษฐกิจในรัสเซียและการปรับราคาด้านการพลังงานและการขนส่งให้สูงขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อทำให้ท่าเรือทางแถบตะวันออกไกลลดบทบาทสำคัญลง

## อัตราค่าเช่าโกดัง (Bonded Warehouse) ในกรุงมอสโก และนครเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก

Firm-Owners of Warehouse	Areas in square meters	Lease rease per day (US\$)	Special Lease Rate	Loading & Unloading Labor Cost (US\$)	Min. Lease Time
GUM/TSUM3 Karacharovsky proezd 14-A, Moscow tel: 171-06-08	8,000	0.32 per cu.m.	0.30 per cu.m	10,000 Rub. per ton	1 day
MOSTORG3 Proezd Perovo Pole 4 A Moscow tel: 176-87-70	16,000	0.32 per cu.m.	0.30 per cu.m	10,000 Rub. per ton	1 day
Universitetsky-Sklad Terminala 117192, Lomonosovsky prospect 52, Moscow tel: 938-29-53 fax: 938-23-10	5,000	1 ton and less - 1.8 a day over 1 ton - 0.8 a day	-	included in lease	1 day
DELTA-SERVICELubertsy, Ul. Transport-naja 2, Moscow tel: 554-8470 fax: 554-9498	3,000	0.33 per cu.m.	0.25 per cu.m	7,000 Ruble per a ton	1 day
DANMARK 109125, Perovskaja Ul. 61 Moscow tel: 177-1179 Fax: 919-8714	4,000	0.34 per cu.m.	0.30 per cu.m	1.35 per ton	1 day
INTERSTATUS 127238, Lokomotivny proezd 21A, Moscow tel: 482-4081 fax: 250-3110	1,000	0.85 per cu.m.	-	contractual	1 day
INTERMARKETMytischki, Silikatny proezd 13, Moscow tel: 482-4081 Fax: 482-4081	3,000	0.50 per cu.m.	-	2.80 per ton	1 day



American Managed Warehousing and Logistical Service, Moscow tel: 925-6204 fax: 921-5059	4,000	1.0 per cu.m.	-	included in lease	1 day
TITAN 141721 Abbakumovo Moscow Region tel: 408-8426 Fax: 576-31-33	75,000	0.50 per cu.m.	-	contractual	7 day
VEDA 125167, Viktorenko Ul, 11 Moscow tel: 157-6673 Fax: 155-6520	1,000	0.50 per cu.m.	0.40 per cu.m.	5.0 per ton	1 day
VOSHOD 193024 Evgenjevskaja Ul. 2 St. Petersburg tel: (812) 274-5420 fax: 274-4184	2,000	0.32 per sq.m.	-	6 per ton	1 day
MORBI 199026, V.O. Rosaya Linia 156, St. Petersburg tel/fax: (812) 356-5685	1,500	0.5 per sq.m.	-	10 per ton	1 day
VEF 109029, Skotoprogonnaja Ul. 35, Moscow tel: 278-8532 Fax: 270-7389	24,000	0.50 per cu.m.	0.35 per cu.m.	2.55-5.5 perstand	1 day
GEEPEE AGIO Inc Gatchina, St. Petersburg Ul. Baltiiskikh Opolchent-sev 53 tel/fax: (812-71) 15680	10	15 per 20 foot Container	-	50.0 per container	1 day
Sovtrasavto-Expeditisia 113209 Varshavskoe shosse 25 km, Moscow tel: 548-76-75 fax: 548-71-61	15,000	0.30 per sq.m.	-	8.0 per ton	7 day

Compiled by Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Moscow, January 1996

## ธนาคาร 25 อันดับแรกของสหพันธรัฐรัสเซีย

NAME	ADDRESS	ASSETS (Mil.Rubles)	
1. SBERBANK R.F. (National Saving Bank)	RUSSIA 109544 MOSCOW Str.B.ANDRONEVSKAYA 18/6 TEL. (095) 2981152 FAX. (095) 2981713	119,824,868	
2. VNESHORG BANK	RUSSIA 103031 MOSCOW 16, KOUZNETSKY MOST TEL. (095) 2923667 FAX. (095) 9732096	26,066,763	Correspondence with Eximbank Thailand
3. AGROPROMBANK	RUSSIA 103016 MOSCOW STR. NEGLINNAYA 12 TEL. (095) 9283962, 9231023 FAX. (095) 9217646	18,622,009	
4. ONEXIM BANK	RUSSIA 107815 MOSCOW PORYVAEVOY Str.,11 TEL. (095) 2049580 FAX. (095) 2071400	17,717,302	
5. INKOMBANK	RUSSIA 117420 MOSCOW STR. NAMETKINA 14 BUL.1 TEL. (095) 3320699 FAX. (095) 3318833	14,686,940	Correspondence with Eximbank Thailand
6. MOSBUSINESS BANK	RUSSIA 103780, MOSCOW KUZNETSKY MOST STR. 15 TEL. (095) 9243030, 9243038 FAX. (095) 9240490, 9230356	13,110,620	Correspondence with Eximbank Thailand
7. ROSSIYSKIY KREDIT BANK	RUSSIA 121002 MOSCOW SMOLENSKAYA BOUL. 26/9 TEL. (095) 9435101 FAX. (095) 2473939	11,982,206	
8. MFK		11,265,122	

NAME	ADDRESS	ASSETS (Mil.Rubles)	
9. IMPERIAL	RUSSIA 113162 MOSCOW STR. MYTNAYA 23 KOR. 14 TEL. (095) 9580310 FAX. (095) 9580341	10,100,994	
10. MOSCOW INDUS- TRIAL BANK	RUSSIA 117419 ORDZHONIKIDZE Str. 5 TEL. (095) 9540244 FAX. (095) 9526927	10,017,547	
11. MENATEP	RUSSIA 101980 MOSCOW KOLPACHNY PER.4 TEL. (095) 2359003 FAX. (095) 9235831	9,962,400	Correspondence with Eximbank Thailand
12. UNICOMBANK	RUSSIA 103699 MOSCOW HRUSTALNY PER.1 TEL. (095) 9283836, 9242318 FAX. (095) 9283836	8,960,225	
13. PROMSTOIBANK R.F.	RUSSIA, MOSCOW TVERSKOY BOUL. 13 TEL. (095) 2292292, 2038167 FAX. (095) 2007900	8,173,556	
14. ST.-PETERSBURG	RUSSIA 198020 ST. PETERSBURG STAROPETERGOFSKYE PRO. 27 TEL. (812) 1865698 FAX. (812) 2523877	8,136,274	
15. INTER. MOSCOW BANK	RUSSIA 103009 MOSCOW DMITROVKA BOL. STR 23/8 TEL. (095) 2928341, 2928371 FAX. (095) 2929873, 9752214	7,088,619	Correspondence with Eximbank Thailand



NAME	ADDRESS	ASSETS (MIL.Rubles)	
16. STOLICHYE BANK	RUSSIA 113095 MOSCOW STR. PYATNITSKAYA 70 TEL. (095) 2333916 FAX. (095) 9563927	6,696,978	
17. TVERUNIVISAL BANK	RUSSIA MOSCOW STR. B. TULSKAYA 46 TEL. (095) 3303101 FAX. (095) 3304562	6,114,373	
18. AVTOBANK	RUSSIA 101514 MOSCOW STR. LESNAYA 41 TEL. (095) 2586241 FAX. (095) 2589412	5,771,314	Correspondence with Eximbank Thailand
19. VJZPOJDENEYE	RUSSIA 107017 MOSCOW KADASHEVSKAYA NAB. 6/1 TEL. (095) 2300101, 2300102 FAX. (095) 2302572	5,647,559	
20. INDUSTAL-CONST. BANK	ST. PETERSBURG.	5,383,508	
21. ALFA BANK	RUSSIA 107078 MOSCOW UL. MASHI PORYVAEVOY 11 TEL. (095) 2049639, 2049625 FAX. (095) 2076136	4,445,464	
22. TOKO BANK	RUSSIA 107078 ST. MOSCOW PORYVAEVOY Str.,7 TEL. (095) 2047336, 2049100 FAX. (095) 9752578	4,916,083	Correspondence with Eximbank Thailand
23. MOSTBANK	RUSSIA 121205 MOSCOW NOVY-ARBAT Str.,36 TEL. (095) 2032552, 2024882 FAX. (095) 2909184	4,497,210	

NAME	ADDRESS	ASSETS (Mil.Rubles)	
24. YAKIMANKA	RUSSIA 117419 ORDZHONIKIDZE Str.,11 TEL. (095) 9306364, 9301301 FAX. (095) 9581300, 9306276	4,440,638	
25. MEJKOMBANK	RUSSIA MOSCOW LENINGRADSKY PROSP. 75/1 TEL. (095) 1959661 FAX. (095) 1959663	4,049,328	

Note : This rating is reviewed every three months

## การค้าของสหพันธรัฐรัสเซียกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ

unit : mln. USD

	January-November 1994			January-November 1995		
	Amount	Export	Import	Amount	Export	Import
Total	93,312.90	59,049.20	34,263.70	112,502.10	71,665.10	40,837.00
Non-CIS	71,123.90	46,167.20	24,956.70	88,507.40	59,233.40	29,274.70
<b>including</b>						
Europe (non CIS)	49,304.00	32,604.00	16,699.10	59,447.50	39,892.80	19,554.70
Asia (non CIS)	12,957.30	8,366.00	4,591.30	18,217.20	12,298.80	5,921.40
Africa	761.80	590.00	151.30	835.40	652.00	183.40
Americas	7,973.20	4,546.80	3,426.40	9,885.90	6,373.50	3,512.40
Australia and Oceania	127.60	59.00	68.50	121.40	19.30	102.10
CIS countries	22,189.00	12,882.00	9,307.00	23,994.70	12,431.70	11,563.00

\* Not including unofficial trade by individuals or humanitarian aid.



## การค้าของสหพันธรัฐรัสเซียกับประเทศในเอเชียแปซิฟิก

**Total trade** - \$20 billion or 26 percent of total volume of Russia's foreign trade

**Export** - \$12 billion or 25 percent of total volume of Russia's export

**Import** - \$8 billion or 26 percent of total volume of Russia's import

\$ billion

Countries	Total	Export	Import
China	5.1	3.5	1.6
Japan	3.0	2.0	1.0
Turkey	2.2	1.0	1.2
Korea	2.1	1.2	0.9
India	1.5	0.8	0.7
Thailand	1.2	0.9	0.3
Singapore	1.0	0.2	0.8
Malaysia	0.1	0.07	0.03
Indonesia	0.15	0.05	0.1
Philippines	0.2	0.15	0.05
Vietnam	0.3	0.2	0.1
Taiwan	1.2	1.0	0.2

Source : Ministry of Foreign Economic Relations' internally used statistics.

## การค้าของสหพันธรัฐรัสเซียกับอาเซียน (ไม่รวมบรูไน)

US\$ million

		1992	1993	1994	1995 (6 months)
<b>ASEAN</b>	<b>Total</b>	<b>1,433.90</b>	<b>1,390.60</b>	<b>103,610.48</b>	<b>1,376.70</b>
<b>Excluding</b>	Export	567.00	676.20	103,281.00	1,226.10
<b>Brunei</b>	Import	866.90	714.40	329.48	150.60
	Balance	-299.90	-38.20	102,951.52	1,075.50
<b>Thailand</b>	<b>Total</b>	<b>496.30</b>	<b>347.40</b>	<b>496.30</b>	<b>272.80</b>
	Export	271.40	233.50	537.54	249.40
	Import	224.90	113.90	40.49	23.40
	Balance	46.50	119.60	497.05	226.00
<b>Singapore</b>	<b>Total</b>	<b>654.60</b>	<b>531.90</b>	<b>654.60</b>	<b>311.20</b>
	Export	143.80	241.60	341.73	213.30
	Import	510.80	290.30	154.60	97.90
	Balance	-367.00	-48.70	187.13	115.40
<b>Vietnam</b>	<b>Total</b>	<b>191.00</b>	<b>191.00</b>	<b>138.21</b>	<b>247.10</b>
	Export	78.90	123.90	91.90	223.40
	Import	112.10	166.30	46.31	23.70
	Balance	-33.20	-42.40	45.59	199.70
<b>Philippines</b>	<b>Total</b>	<b>35.50</b>	<b>38.50</b>	<b>35.50</b>	<b>n/a</b>
	Export	31.80	34.40	29.90	n/a
	Import	3.70	4.10	4.42	n/a
	Balance	28.10	30.30	25.48	n/a
<b>Malaysia</b>	<b>Total</b>	<b>30.30</b>	<b>110.70</b>	<b>30.30</b>	<b>545.60</b>
	Export	24.50	22.80	19.14	540.00
	Import	5.80	87.90	18.59	5.60
	Balance	18.70	-65.10	0.19	534.40
<b>Indonesia</b>	<b>Total</b>	<b>26.20</b>	<b>71.90</b>	<b>26.20</b>	<b>n/a</b>
	Export	16.60	20.00	12.60	n/a
	Import	9.60	51.90	65.07	n/a
	Balance	10.00	-31.90	-52.47	n/a

Source : Goskomstat Russian

RUSSIA/RUSS16.XLS

## สถิติการนำเข้าของรัสเซีย (ตามประเทศ)

US\$ million

Countries	1992	1993	1994	1995 (6 months)
<b>Total Import</b>	<b>34,982.30</b>	<b>26,806.70</b>	<b>35,700.00</b>	<b>20,911.00</b>
1. Germany	6,724.90	5,142.10	4,612.06	1,953.40
2. USA	2,883.80	2,303.70	2,192.90	1,184.40
3. Netherland	367.70	431.10	1,641.06	897.20
4. Finland	1,222.60	723.60	1,491.09	923.10
5. Japan	1,680.10	1,366.90	1,189.55	377.60
6. Italy	3,051.80	1,105.80	1,184.94	804.60
7. France	1,286.10	899.60	1,060.81	526.40
8. China	1,669.30	2,334.60	998.76	428.80
9. Poland	1,229.60	528.80	940.19	574.30
10. UK	562.40	652.70	855.27	500.20
11. Hungary	1,089.30	622.30	736.06	388.40
12. India	822.10	632.60	617.45	304.60
13. Belgium	284.30	466.20	544.59	426.30
14. Switzerland	480.40	658.00	534.30	304.40
15. South Korea	753.10	305.60	412.48	233.30
16. Bulgaria	584.30	309.50	350.36	200.20
17. Turkey	384.00	661.20	332.37	263.30
18. Canada	1,076.20	293.60	223.19	108.70
19. Thailand	224.90	113.90	40.49	23.40

Source : Russian State Statistics Committee.



## สถิติการส่งออกของรัสเซีย (ตามประเทศ)

US\$ million

Countries	1992	1993	1994	1995 (6 months)
<b>Total Export</b>	<b>34,967.40</b>	<b>44,297.00</b>	<b>48,000.00</b>	<b>29,268.00</b>
1. Germany	5,872.90	5,074.40	5,084.39	2,696.80
2. UK	2,286.70	3,353.40	3,727.00	1,553.40
3. USA	693.00	1,997.00	3,362.00	2,119.40
4. Italy	2,951.20	2,629.20	2,847.81	1,569.10
5. China	2,737.20	3,067.80	2,810.57	1,444.80
6. Japan	1,568.60	2,005.10	1,764.10	1,625.00
7. Switzerland	857.10	1,608.60	1,680.83	1,792.00
8. Finland	1,563.70	1,364.10	1,637.50	1,271.10
9. Netherland	2,277.30	979.10	1,403.28	1,364.20
10. Hungary	1,506.30	2,098.20	1,154.13	784.30
11. France	1,966.60	1,556.00	1,143.26	603.90
12. Belgium	883.70	1,057.00	1,097.72	730.70
13. Poland	1,648.30	1,311.00	1,018.59	788.80
28. Thailand	271.40	233.50	537.54	249.40

Source : Russian State Statistics Committee



## ประเทศที่เกิดจากอดีตสหภาพโซเวียต

ประเทศที่เกิดจากอดีตสหภาพโซเวียต มีทั้งหมด 15 ประเทศ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประเทศแถบทะเลบอลติก 3 ประเทศ และกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช 12 ประเทศ ดังนี้

### 1. กลุ่มประเทศแถบทะเลบอลติก

- 1.1 สาธารณรัฐลัตเวีย
- 1.2 สาธารณรัฐเอสโตเนีย
- 1.3 สาธารณรัฐลิทัวเนีย

### 2. กลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช (CIS)

- 2.1 สหพันธรัฐรัสเซีย
- 2.2 ยูเครน
- 2.3 สาธารณรัฐเบลารุส
- 2.4 สาธารณรัฐมอลโดวา
- 2.5 สาธารณรัฐจอร์เจีย
- 2.6 สาธารณรัฐอาร์เมเนีย
- 2.7 สาธารณรัฐอาเซอร์ไบจาน
- 2.8 สาธารณรัฐคาซัคสถาน
- 2.9 สาธารณรัฐอุซเบกิสถาน
- 2.10 เติร์กเมนิสถาน
- 2.11 สาธารณรัฐคีร์กีซสถาน
- 2.12 สาธารณรัฐทาจิกิสถาน