

ประชาคมรัฐเอกราช (CIS)

1. ข้อมูลทั่วไป



พื้นที่ : 20.37 ล้านตร.กม.

ประชากร : 236.44 ล้านคน (2018)

ภาษาราชการ : รัสเซีย

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ : น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน ป่าไม้ เหล็ก และแร่โลหะอื่นๆ

ประเทศสมาชิก 1. รัสเซีย 2. คาซัคสถาน 3. คีร์กีซสถาน 4. เบลารุส

5. ทาจิกิสถาน 6. อาร์เมเนีย 7. มอลโดวา 8. อุซเบกิสถาน 9. อาเซอร์ไบจาน

สมาชิกยูเรเชีย 1. รัสเซีย 2. คาซัคสถาน 3. คีร์กีซสถาน 4. เบลารุส 5. อาร์เมเนีย

2. เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ

	ปี 2020	ปี 2021	ปี 2022F
GDP (US\$bn)	-2.5	4.9	-0.6
GDP Per Capita (US\$)	20,548.21	21,401.94	6,950
GDP Growth (%)	-3.8	2.5	3

สินค้าส่งออก : เชื้อเพลิงที่ได้จากแร่ น้ำมันแร่ เหล็กและเหล็กกล้า ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ ัญพิช ปุย สินแร่ ตะกรั้มและถั่ว

ตลาดส่งออก : 1. จีน 2. รัสเซีย 3. เยอรมนี 4. สหรัฐฯ 5. เบลารุส **และไทยอันดับที่ 38**

สินค้านำเข้า : เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์และส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ ยานทางบกนอกจากรถที่เดินบนรางรถไฟหรือรางรราง ส่วนประกอบและอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม

ตลาดนำเข้า : 1. จีน 2. เนเธอร์แลนด์ 3. อิตาลี 4. ตุรกี 5. เยอรมัน **และไทยอันดับที่ 72**

3. การค้าระหว่างไทย - ประชาคมรัฐเอกราช (CIS)

ประเทศ	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022	
		ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%)
ประชาคมรัฐเอกราช (CIS)	3,642.21	2,798.56	-23.16	1,315.97	796.03	-39.51	2,326.24	2,002.53	-13.92
สหพันธรัฐรัสเซีย	2,754.08	1,854.94	-32.65	1,032.47	585.44	-43.30	1,721.62	1,269.50	-26.26
อาเซอร์ไบจาน	163.97	485.92	196.35	12.13	11.54	-4.80	151.84	474.38	212.41
เบลารุส	124.03	82.98	-33.09	5.04	4.14	-17.90	118.99	78.85	-33.74
คาซัคสถาน	68.54	136.00	98.42	50.45	61.79	22.48	18.09	74.21	310.16
คีร์กีซสถาน	39.34	5.99	-84.79	0.91	3.28	259.13	38.43	2.71	-92.96

4. สินค้าส่งออกหลักของไทย - ประชาคมรัฐเอกราช (CIS)

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021	ปี 2022	+/- (%)
		ม.ค.-ธ.ค.	ม.ค.-ธ.ค.	ม.ค.-ธ.ค.
1.รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	409.84	409.84	147.07	-64.11
2.ผลิตภัณฑ์ยาง	137.01	137.01	100.42	-26.71
3.เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	77.75	77.75	63.17	-18.75
4.เม็ดพลาสติก	54.47	54.47	53.41	-1.95
5.ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	65.80	65.80	51.04	-22.43
6.อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	29.36	29.36	35.48	20.85
7.น้ำมันสำเร็จรูป	21.17	21.17	30.79	45.45
8.ข้าว	7.98	7.98	18.51	132.11
9.เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	52.60	52.60	17.62	-66.50
10.ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ	31.39	31.39	17.35	-44.74
รวม 10 รายการ	887.36	887.36	534.86	-39.72
อื่นๆ	428.61	428.61	261.16	-39.07
รวมทั้งสิ้น	1,315.97	1,315.97	796.03	-39.51

5. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - ประชาคมรัฐเอกราช (CIS)

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021	ปี 2022	+/- (%)
		ม.ค.-ธ.ค.	ม.ค.-ธ.ค.	ม.ค.-ธ.ค.
1.น้ำมันดิบ	935.70	935.70	771.16	-17.58
2.ปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์	296.80	296.80	387.01	30.39
3.เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	84.53	84.53	237.19	180.59
4.สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	179.60	179.60	146.38	-18.49
5.เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	291.07	291.07	126.78	-56.44
6.ถ่านหิน	44.53	44.53	75.42	69.35
7.พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	182.84	182.84	69.33	-62.08
8.สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	73.06	73.06	67.69	-7.35
9.แร่และผลิตภัณฑ์จากแร่	19.55	19.55	21.59	10.48
10.ไม้ซุง ไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์	12.02	12.02	10.53	-12.40
รวม 10 รายการ	2,119.70	2,119.70	1,913.07	-9.75
อื่นๆ	206.54	206.54	89.46	-56.69
รวมทั้งสิ้น	2,326.24	2,326.24	2,002.53	-13.92

6. สถานการณ์เศรษฐกิจ

- GDP ภูมิภาค CIS เติบโตอย่างต่อเนื่องปีต่อปี อย่างไรก็ตาม วิกฤตการณ์ Covid-19 ทำให้ตัวเลข GDP ในปี 2564 ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และคาดการณ์ว่าจะฟื้นตัวได้เล็กน้อย โดยเติบโต 3% ในปี 2565
- ปัจจุบัน CIS ประกอบด้วยสมาชิกทั้งสิ้น 9 ประเทศ โดยรัสเซียถือเป็นประเทศสมาชิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีอิทธิพลสูงสุดในทุกๆ ด้าน ทั้งเรื่องกำลังทหาร เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ภาษา รวมไปถึงวัฒนธรรม รัสเซียมีจำนวนประชากรกว่าครึ่งหนึ่งและมีขนาดเศรษฐกิจคิดเป็นประมาณ 2 ใน 3 ของ CIS
- ในช่วง 6-7 ปีที่ผ่านมา สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และพันธมิตร ร่วมมือกันใช้มาตรการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจต่อรัสเซีย ทำให้มีผลกระทบต่อธุรกิจพลังงานในรัสเซีย เพราะเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจถดถอยอย่างรุนแรง ปัญหาดังกล่าวได้บีบบังคับให้รัสเซียต้องเร่งพัฒนาการผลิตภายในประเทศทั้งด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ควบคู่ไปกับการเปิดประตูการค้าสู่ตะวันออก (เอเชีย) เพื่อหาที่พึ่งใหม่ในการนำเข้าสินค้าทดแทนตลาดตะวันตกที่เสียไป และสร้างความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านด้วย
- ตลาดการค้าใน CIS ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก แม้ว่าในช่วงเศรษฐกิจถดถอยที่ผ่านมาจะส่งผลให้ผู้บริโภคใช้สอยอย่างประหยัดและเลือกซื้อสินค้าโดยใช้ราคาเป็นตัวตัดสิน แต่ผู้บริโภคยังคงชื่นชอบและต้องการสินค้านำเข้าเพราะมีความเชื่อว่ามีคุณภาพสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ โดยประชากร 3 ใน 4 ใช้ชีวิตในเมืองและมีส่วนแบ่งของอำนาจการซื้อถึงร้อยละ 85 ค่านิยมการใช้ชีวิตจะเป็นการใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ตามแบบชาวตะวันตกที่มีการศึกษาสูงและมีรสนิยมที่มีความซับซ้อน การเข้าถึงผู้บริโภคจึงควรใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์และสื่อโซเชียลต่างๆ จะเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

7. โอกาส/อุปสรรค

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก

<https://www.un.org>

7.1 โอกาส

- สถานการณ์การนำเข้าและโลจิสติกส์เริ่มกลับสู่ภาวะปกติ ระยะเวลาการขนส่ง 2-3 เดือนผ่านท่าเรือเวลาดีวอสตอค บริษัทฯ ได้นำเข้าสินค้าไทยที่หลากหลายขึ้น และได้ปรับลดราคาค่าปลิกใกล้เคียงราคาเดิม (ระเบียบของรัสเซียอนุญาตให้ขึ้นราคาได้ร้อยละ 1-10 ต่อปี) เหมือนช่วงก่อนกรณียูเครน-รัสเซียแล้ว เนื่องจากต้องการรักษาลูกค้าผู้บริโภคในประเทศไว้
- การโอนเงินสกุลหลักยังสามารถทำได้โดยการเปิดบัญชีกับธนาคาร ต่างชาติที่ยังให้บริการอยู่ในรัสเซีย
- การแพร่ระบาดของ Covid-19 และสงครามรัสเซีย-ยูเครน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีรายได้เพื่อการใช้จ่ายลดลงและยังระมัดระวังการใช้จ่าย ด้วยประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและส่งออกอาหารที่เป็นสิ่งสำคัญต่อการดำรงชีพ จึงมีโอกาที่จะขยายตลาดไปยังรัสเซีย ได้แก่ อาหารสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง ผัก/ผลไม้กระป๋อง อาหารทะเลแช่แข็ง ข้าว ของขบเคี้ยว และอาหารแปรรูปต่างๆ ที่มีอายุการเก็บรักษาได้นาน รวมไปถึงอาหารสัตว์เลี้ยง เนื่องจากชาวรัสเซียมีความเชื่อมั่นและชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นแบรนด์ของไทยเป็นพิเศษ
- การลดลงของอัตราผู้ติดเชื้อ Covid-19 รายใหม่ ขณะเดียวกันการฉีดวัคซีนให้กับประชาชนก็ขยายวงกว้างมากขึ้น จึงเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคให้ออกมาใช้จ่ายใช้สอยและปรับตัวกลับสู่สภาพปกติได้อย่างรวดเร็ว
- ค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง ทำให้การส่งออกของไทยกลับมาขยายตัวอีกครั้ง
- ผู้บริโภคหันมาใส่ใจเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสมุนไพรของไทย
- มีความต้องการผลิตภัณฑ์หรือเวชภัณฑ์ที่ใช้ป้องกันโรคเพิ่มขึ้น เช่น ภูมิอย่าง ภูมิอย่างอนามัย และผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อ เป็นต้น

7.2 อุปสรรค

- หลายประเทศเป็นแผ่นดินที่ไม่มีพรมแดนเชื่อมต่อกับทะเล (Landlocked countries) ทำให้เป็นอุปสรรคในการขนส่งและกระจายสินค้าที่ต้องอาศัยทางบกเป็นหลัก ซึ่งเอื้ออำนวยให้กับจีนที่มีเขตแดนเชื่อมต่อได้ด้วยทางรถไฟ อีกทั้งจีนได้เข้ามาลงทุนพัฒนาพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งให้หลายประเทศในแถบนี้ด้วยเพื่ออาศัยเป็นทางผ่านไปยังยุโรปตะวันตกตามนโยบาย Belt and Road Initiative
- หลายประเทศมีความเหลื่อมล้ำทางสถานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูงและมีจำนวนประชากรน้อย ทำให้ไม่มีขีดความสามารถในการสั่งซื้อสินค้าครั้งละเป็นปริมาณมาก จึงเป็นเหตุให้มีต้นทุนต่อหน่วยสูงและมีราคาจำหน่ายก่อนถึงมือผู้บริโภคแพง
- มาตรการคว่ำบาตรรัสเซีย อาจมีผลให้ธนาคารรัสเซียประสบปัญหาการทำธุรกรรมด้วยเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐได้ รัสเซียจึงกำหนดนโยบายลดการพึ่งพาเงินดอลลาร์สหรัฐ (Dedollarization) ขณะเดียวกันก็พยายามกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าในกลุ่ม BRICS อันประกอบด้วย บราซิล รัสเซีย อินเดีย จีน และแอฟริกาใต้ รวมทั้งกลุ่มประเทศสมาชิก SCO และประเทศคู่ค้าอื่น ๆ โดยมุ่งใช้เงินสกุลท้องถิ่นในการซื้อขายสินค้านี้ระหว่างกัน และหันไปใช้เงินยูโรและทองคำเพิ่มขึ้น ประกอบกับสงครามการค้าระหว่างสหรัฐ-จีน เป็นแรงผลักดันให้จีนระบายสินค้านำเข้ามายังรัสเซียมากขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบสินค้าไทยได้
- สินค้าประมง เช่น ปลาแม่น้ำ สด แช่เย็น แช่แข็ง และผลิตภัณฑ์จากทะเล ต้องมาจากโรงงานที่ได้รับการตรวจสอบและออกใบรับรองโดยหน่วยงาน Federal Service for Veterinary and Phytosanitary Surveillance: FSVPS) กระทรวงเกษตรของรัสเซีย ที่มีความล่าช้ามาก ซึ่งมีผลกระทบต่อคำสั่งซื้อสินค้าประมงไปยังประเทศอื่นๆ ในกลุ่ม EAEU ด้วย
- ปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และค่าขนส่งสินค้าทางเรือที่แพงกว่าปกติหลายเท่าตัว รวมทั้งมีพื้นที่ระวางขนส่งสินค้าทางอากาศที่จำกัดในช่วงการแพร่ระบาด Covid-19

8. กลยุทธ์/กิจกรรม

กิจกรรมปี 66

1. งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย

- STYLE Bangkok 2023 (22-26 มี.ค. 66)
- TAPA 2023 (Thailand International Auto Parts & Accessories Show 2023) (5-8 เม.ย. 66)
- THAIFEX-ANUGA ASIA 2023 (23-27 พ.ค. 66)
- Bangkok Gems & Jewelry Fair (6-10 ก.ย. 66)

2. กิจกรรม Online Business Matching (OBM) ในช่วงเดือนมกราคม-กันยายน 2566 ในกลุ่มสินค้า เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ยาง แพชั่น และไลฟ์สไตล์ และ BCG

3. กิจกรรมการเผยแพร่ข้อมูลการค้า

- การเผยแพร่ข้อมูลการค้าในรูปแบบบันทึกเสียงออนไลน์ (Podcast) ภายใต้โครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้ส่งออกไทยตลาดยุโรปและ CIS (สื่อออนไลน์) (พ.ย. 65-มี.ค.66)

9. สำนักงานและเขตอาณา

สคต. ณ กรุงมอสโก จำนวน 8 ประเทศ คือ 1.รัสเซีย 2.เบลารุส 3.มอลโดวา 4.คาซัคสถาน 5.อาร์เมเนีย 6.อุซเบกิสถาน 7.คีร์กีซสถาน 8. ทาจิกิสถาน

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ๒
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ