



สรุปสถานการณ์ส่งออกไทยไปรัสเซีย 4 เดือนแรก ปี 2563

การส่งออกของไทยไปยังตลาดรัสเซียเดือนเมษายน 2563 มีมูลค่าเพียง 42.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หากเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา **ลดลงร้อยละ 44.81** ส่งผลให้ยอดส่งออกสะสมในช่วง 4 เดือนแรกของปีนี้มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 274.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ **ลดลงร้อยละ 17.31** โดยได้รับผลกระทบอย่างชัดเจนจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ตั้งแต่ต้นปีและการใช้มาตรการป้องกันต่าง ๆ เช่น การปิดน่านฟ้าและการบังคับให้ประชาชนกักตนเองอยู่ในที่พัก เป็นต้น อีกทั้งผู้บริโภคเกิดความความไม่มั่นใจทางเศรษฐกิจจากสถานการณ์ความผันผวนของหลายปัจจัย เช่น การค้าโลกชะลอตัว สงครามการค้า ปัญหาเรือรั้งถูกคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจจากโลกตะวันตก ราคาน้ำมัน และอัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนภาวะทางเศรษฐกิจในประเทศเองที่เติบโตต่ำกว่าที่คาดการณ์

ตารางแสดงมูลค่าการส่งออกสินค้า 10 อันดับแรก เดือนเมษายน 2563

	ประเภทสินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ %	สัดส่วน %
1	รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	6.7	-74.75	15.73
2	ผลิตภัณฑ์ยาง	6.0	-4.89	14.05
3	ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	4.7	63.42	10.91
4	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	2.5	-24.79	5.79
5	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	1.9	39.05	4.49
6	ยางพารา	1.8	21.57	4.09
7	แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	1.7	663.05	4.06
8	เม็ดพลาสติก	1.5	-61.40	3.61
9	น้ำมันสำเร็จรูป	1.1	-21.67	2.68
10	ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง	1.1	27.36	2.50
	รวม 10 อันดับแรก	29.1	-43.47	67.91
	อื่นๆ	13.7	-47.44	32.09
	รวม	42.8	-44.81	100.00

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ในเดือนเมษายน 2563 สินค้าส่งออก 10 อันดับแรก มีสัดส่วนร้อยละ 67.91 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด โดย **รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** ที่ยังคงเป็นกลุ่มสินค้าส่งออกอันดับหนึ่งของไทย เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมามีมูลค่าหดตัวอย่างรุนแรงประมาณร้อยละ -74.75 เหลือมูลค่าเพียง 6.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในมูลค่าจำนวนนี้ส่วนใหญ่มาจากรถยนต์นั่ง 3.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามมาด้วยส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์คิดเป็นมูลค่า 2.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอีก 0.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐเป็นรถปิคอัพ นอกจากนี้หมวดสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ภายใต้หมวด **ผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะ** ก็เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันด้วยในอัตรา ร้อยละ -48.61

5 ใน 10 อันดับแรกของสินค้าไทยที่ส่งไปรัสเซียในเดือนเมษายน 2563 มีอัตราการขยายตัวในแดนลบ โดยเป็นไปตามคาดว่า **สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ** ที่เพิ่งกลับมาขยายตัวเป็นบวกได้ดีอีกครั้งตั้งแต่ต้นปีได้หลุดไปจากสินค้าส่งออกของไทย 10 ลำดับแรกไปแล้ว สะท้อนพฤติกรรมการระมัดระวังการใช้จ่ายของผู้บริโภคจากความไม่มั่นใจในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแพร่ระบาดของ COVID-19 ยิ่งส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงกับสินค้าที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตได้อย่างชัดเจนที่สุด

สำหรับหมวดสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ถือว่ามีโอกาสขยายตัวดีที่สุดในกลุ่มภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาจากโรคระบาด โดย **ผลไม้กระป๋องและแปรรูป** กลับมาเติบโตในอัตราสูงอีกครั้งจากสินค้าสับปะรดกระป๋องที่ไทยครองตลาดเป็นอันดับหนึ่งในตลาดรัสเซียมาโดยตลอดและปีที่ผ่านมามีปัญหาจากการขาดแคลนวัตถุดิบ นอกจากนี้ **อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป** ก็ขยายตัวได้ดีร้อยละ 39.05 **ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง** เติบโตถึงร้อยละ 27.36 จนสามารถขยับขึ้นมาอยู่ใน 10 อันดับแรกของสินค้าไทย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสินค้าอาหารจะมีโอกาสดีในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ก็ตาม แต่การหยุดให้บริการของสายการบินนานาชาติทำให้เกิดอุปสรรคไม่สามารถขนส่งสินค้าผลไม้สดที่กำลังออกผลจากประเทศไทยไปยังรัสเซียได้ ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายที่เสียโอกาสนี้ไป

ตารางแสดงโครงสร้างการส่งออกสินค้าไทยไปยังรัสเซีย ช่วง 4 เดือนแรก ปี 2563

	ประเภทสินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ %	สัดส่วน %
1	สินค้าเกษตรกรรม (กสิกรรม,ปศุสัตว์,ประมง)	24.9	5.01	9.07
2	สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร	33.8	4.92	12.31
3	สินค้าอุตสาหกรรม	212.5	-21.69	77.48
4	สินค้าแร่และเชื้อเพลิง	3.1	-35.80	1.14
	รวม	274.3	-17.31	100.00

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

พิจารณาโครงสร้างสินค้าส่งออกจากไทยไปยังตลาดรัสเซีย จะพบว่า **กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม** เป็นกลุ่มสินค้าหลักที่ครองส่วนแบ่งจากทั้งหมดประมาณร้อยละ 77 โดยมีหมวดรถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบเป็นสินค้าหลัก

(สัดส่วนร้อยละ 29.64) ตามมาด้วย ผลิตภัณฑ์ยาง (ร้อยละ 10.32) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล (ร้อยละ 5.85) อัญมณีและเครื่องประดับ (ร้อยละ 5.31) และ กลุ่มถัดมาเป็น **กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร** สัดส่วนรวมร้อยละ 12.31 ที่มีสินค้าผลไม้กระป๋องและแปรรูปเป็นตัวนำ (ร้อยละ 5.31) รองลงมาได้แก่อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (ร้อยละ 4.81) ถัดไปเป็น **กลุ่มสินค้าเกษตรกรรม** มีสัดส่วนร้อยละ 9.07 แบ่งเป็นกลุ่มสินค้ากสิกรรม (ร้อยละ 7.71) แบ่งย่อยออกเป็นผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง (ร้อยละ 2.57) ยางพารา และข้าว (ร้อยละ 2.15 และ 1.57 ตามลำดับ) เป็นสินค้าหลัก รวมทั้งกลุ่มสินค้าประมง (ร้อยละ 1.35) ที่มีปลา (ร้อยละ 1.16) เป็นสินค้าหลัก ทั้งนี้ สินค้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็งจากไทยในปีนี้ได้หายไปจากตลาดหลังจากที่มีการเริ่มส่งออกไปยังรัสเซียอีกครั้งเมื่อปีที่ผ่านมาได้ อีกทั้งสินค้าเป็ดแช่เย็นแช่แข็งที่มีความต้องการในตลาด แต่ขาดแคลนสินค้าเพื่อการส่งออกจากประเทศไทย

ตารางแสดงสรุปมูลค่าการส่งออกสินค้า 10 อันดับแรก ช่วง 4 เดือนแรก ปี 2563

	ประเภทสินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ %	สัดส่วน %
1	รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	81.3	-37.26	29.64
2	ผลิตภัณฑ์ยาง	28.3	-4.99	10.32
3	ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	16.0	4.22	5.85
4	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	14.6	24.90	5.31
5	อัญมณีและเครื่องประดับ	13.2	20.34	4.81
6	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	11.7	-16.30	4.26
7	เม็ดพลาสติก	7.7	-29.38	2.80
8	ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง	7.7	115.09	2.79
9	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	6.1	-4.18	2.24
10	ยางพารา	5.9	-16.09	2.15
	รวม 10 อันดับแรก	192.4	-18.54	70.16
	อื่นๆ	81.8	-14.28	29.84
	รวม	274.3	-17.31	100.00

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

จากมูลค่าการส่งออกในช่วง 4 เดือนแรกปี 2563 จะเห็นว่าสินค้า **รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** ยังคงมีบทบาทสำคัญและเป็นสินค้าหลักมีมูลค่าสูงที่สุดกว่า 81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยครองสัดส่วนการส่งออกของทั้งหมดประมาณร้อยละ 30 แม้ว่าจะไม่มีการนำเข้ารถยนต์นั่งประเภทเครื่องยนต์ดีเซลขนาดระหว่าง 1,500-2,500 ซีซี จากไทยไปยังรัสเซียตั้งแต่ปีที่ผ่านมา เหลือแต่รถยนต์นั่งเครื่องยนต์ดีเซลขนาดเกินกว่า 2,500 ซีซี ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายทางการตลาดของบริษัทแม่เจ้าของแบรนด์ในต่างประเทศเป็นสำคัญว่าจะนำเข้าจากแหล่งผลิตใดของโลกหรือเลือกที่จะเปิดสายการผลิตเองในประเทศเป้าหมาย กอปรกับการเติบโตของการซื้อรถใหม่ในตลาดรัสเซีย

โดยรวมชะลอตัวลงเช่นเดียวกับทั่วโลก โดยเฉพาะการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ซ้ำเติมสถานการณ์อย่างรุนแรง

ผลิตภัณฑ์ยาง ร้อยละ 75 ของทั้งหมดเป็นยางใหม่สำหรับยานพาหนะต่างๆ รองลงมาร้อยละ 7.77 เป็นถุงยางอนามัย ร้อยละ 4.94 เป็นถุงมือยาง ร้อยละ 4.94 เป็นยางวัลแคนไนซ์ และร้อยละ 2.83 เป็นยางรัดของ จากปัจจัยการแพร่ระบาดของ COVID-19 ก่อให้เกิดความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ป้องกันเชื้อเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะถุงมือยางและถุงยางอนามัย แต่ในทางตรงกันข้ามจะทำให้ความต้องการใช้ยางยานพาหนะลดลง โดยจะเห็นผลชัดเจนขึ้นนับจากเดือนเมษายนนี้เป็นต้นไป

อัญมณีและเครื่องประดับ สินค้าส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับทำด้วยเงิน สินค้าหมวดนี้เคยขยายตัวขึ้นเป็นที่น่าพอใจมาตลอดในช่วงสองปีที่ผ่านมาหลังภาวะเศรษฐกิจถดถอย จนมาเริ่มสะดุดเอาในเดือนกันยายนและตุลาคม 2561 เป็นต้นมา แต่ด้วยค่าเงินบาทที่แข็งตัวอย่างต่อเนื่อง บวกกับกำลังซื้อที่ปรับตัวลดลงจนทำให้ร้านค้าต้องปิดตัวลงหลายราย อีกทั้งการแพร่ระบาดของ COVID-19 ขณะที่ผู้บริโภคก็ต้องปรับตัวโดยการเพิ่มความระมัดระวังในการใช้จ่ายโดยเฉพาะกับสินค้าฟุ่มเฟือยมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ นับตั้งแต่ต้นปีนี้มีมูลค่าการส่งออกจากไทยโดยรวมกลับมาขยับตัวสูงขึ้นอีกครั้ง แต่ก็ยังเป็นเพราะร้อยละ 43.18 ของทั้งหมดมาจากทองคำยังไม่ได้ขึ้นรูป

เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว แม้จะหลุดจากสินค้า 10 อันดับแรก และมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกไม่มากแต่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในทุกสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ แม้ว่าจะได้รับผลกระทบในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 อยู่บ้าง แต่ในช่วง 4 เดือนแรกของปีนี้เติบโตถึงร้อยละ 51.68

คาดการณ์การส่งออกของไทยไปยังตลาดรัสเซีย ปี 2563

การพยากรณ์ทางเศรษฐกิจของรัสเซียปี พ.ศ. 2563 จากผลกระทบของ COVID-19 คาดว่าการเติบโตจะเป็นลบอย่างแน่นอน โดยเฉพาะการใช้มาตรการปิดน่านฟ้าและให้ประชาชนกักตนเองอยู่ในบ้านที่ก่อให้เกิดปัญหาการว่างงาน การใช้จ่ายใช้สอยที่ลดลง และการหยุดชะงักของกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยรวม แต่จะมาน้อยเพียงใดยังไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างแม่นยำในขณะนี้

ขณะที่ทั่วโลกกำลังระส่ำระสายกับการรับมือกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 โอกาสการส่งออกของไทยคือสินค้าการเกษตรและอาหาร ซึ่งไทยถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีจุดแข็งทางด้านเกษตรและการผลิตอาหารของโลก แม้ว่าในปัจจุบันการขนส่งสินค้าทางเรือยังไม่ได้รับผลกระทบมากนัก แต่การขนส่งสินค้าทางอากาศแทบเป็นไปไม่ได้เลย เนื่องจากการหยุดให้บริการของสายการบินนานาชาติทั่วโลก ทำให้สินค้าผักและผลไม้สดของไทยที่กำลังออกผลในช่วงนี้ต้องพลาดโอกาสการส่งออกไป ส่วนสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตย่อมได้รับผลกระทบจากความต้องการที่ลดลงซึ่งยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะฟื้นตัวได้เมื่อใด 