

ความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยกับรัสเซียในมุมมองของฝ่ายไทย

ในบทนี้เป็นการวิเคราะห์ปัญหาในความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทยกับรัสเซียระหว่างปี ค.ศ. 1991-2001 ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เป็นอุปสรรคทำให้การค้าระหว่างทั้งสองประเทศมีมูลค่าไม่มากนัก ซึ่งพิจารณาจากบทสัมภาษณ์เอกอัครราชทูตไทยที่เคยประจำการ ณ กรุงมอสโก ในช่วงเวลาดังกล่าว นักธุรกิจไทยที่ส่งออกสินค้าไปรัสเซีย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย หอการค้าไทยรัสเซีย รวมทั้งบทความจากนิตยสารและวารสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยจะเริ่มต้นด้วยภาพรวมของความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจ เพื่อชี้ให้เห็นศักยภาพด้านเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศที่มีลักษณะเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ทำให้พึ่งพาซึ่งกันและกันได้ แต่ปริมาณการค้าระหว่างกันยังคงมีไม่มากเท่าที่ควร ต่อมาเป็นการวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทยกับรัสเซียในช่วงเวลาดังกล่าวจากมุมมองของฝ่ายไทย โดยเน้นประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค คือ น้ำตาล ข้าว ยางพารา อาหารและผักผลไม้กระป๋อง อาหารและผักผลไม้แปรรูป อาหารไทย เครื่องนุ่งห่ม และอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งสามารถแบ่งปัญหาเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. ปัญหาด้านการเงินและการธนาคารของรัสเซีย
 - ปัญหาในการปรับตัวด้านเศรษฐกิจของรัสเซียหลังโซเวียตล่มสลาย
 - ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจปี ค.ศ. 1997-8
2. ปัญหาด้านกฎระเบียบจากการที่รัสเซียยังไม่ได้เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก
3. ปัญหาด้านแหล่งข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับรัสเซีย
4. ปัญหาจากมรดกทางการเมืองของรัสเซีย

และท้ายสุดเป็นการเสนอช่องทางการจำหน่ายในรัสเซีย วิธีการชำระเงินค่าสินค้าในสหพันธรัฐรัสเซีย วิธีการขนส่งสินค้าไปยังรัสเซีย รวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับการทำธุรกรรมกับรัสเซีย เพื่อชี้ให้เห็นแนวทางในการดำเนินความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับรัสเซีย

4.1 ภาพรวมของความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจ

ความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยกับรัสเซียที่ผ่านมา (ค.ศ. 1991-2001) มีปริมาณยังไม่มากนัก แม้ว่าไทยและรัสเซียต่างมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน โดยไทยส่งออกสินค้าซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดรัสเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้า

อุปโภคบริโภค ในขณะที่ไทยเองก็นำเข้าสินค้าวัตถุดิบและเครื่องจักรกลจากรัสเซีย แต่ภายหลังการล่มสลายของสหภาพโซเวียต นับเป็นโอกาสอันดีที่จะพัฒนาความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจให้มากขึ้นได้ แต่ นักธุรกิจไทยยังไม่ค่อยไว้วางใจรัสเซียเท่าใด สังกัดได้จากตัวเลขสถิติการค้าระหว่างกันที่มีมูลค่ายังไม่สูงมากนัก รวมทั้งการที่นักธุรกิจไทยยังเลือกที่จะส่งสินค้าไปขายยังรัสเซียโดยผ่านประเทศที่สาม

ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ ของรัสเซีย ได้แก่

1. ทรัพยากรธรรมชาติที่มีจำนวนมาก และยังไม่ได้นำมาใช้อย่างเต็มที่ เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ เหล็ก เพชร ทอง และป่าไม้ ซึ่งไทยสามารถพึ่งพารัสเซียเป็นทางเลือกเพิ่มเติมได้ เพื่อลดและ/หรือทดแทนการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติจากแหล่งวัตถุดิบเดิม
2. ความรู้ความสามารถทางวิทยาศาสตร์ของรัสเซียไม่เป็นรองประเทศตะวันตก รัสเซียยังเป็นประเทศมหาอำนาจทางนิวเคลียร์อีกด้วย
3. ความเป็นตลาดใหม่ที่มีขนาดใหญ่ ด้วยขนาดของประเทศที่กว้างขวางและจำนวนประชากรที่มากทำให้มีความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคมาก เนื่องจากภายหลังการล่มสลายของสหภาพโซเวียตเกิดภาวะขาดแคลน และไม่สามารถผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคได้มากพอตามความต้องการภายในประเทศ ทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ
4. การท่องเที่ยว สืบเนื่องจากประชาชนรัสเซียถูกปิดหูปิดตาอยู่ภายใต้ระบอบคอมมิวนิสต์มานานกว่า 70 ปี ดังนั้นเมื่อเปิดประเทศ ชาวรัสเซียมีความต้องการเดินทางไปยังประเทศต่างๆ เพื่อท่องเที่ยว โดยเฉพาะทะเลน้ำอุ่นที่มีแสงแดด

ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ ของไทย ได้แก่

1. การเป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำ ไม่ว่าจะเป็น ข้าว น้ำตาล ยางพารา อาหารกระป๋อง อาหารแปรรูป อาหารทะเล ผักผลไม้กระป๋องและแปรรูป น้ำผลไม้ และเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นที่ต้องการของตลาดรัสเซีย
2. แหล่งท่องเที่ยวตากอากาศ พักผ่อนและภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียนิยมเดินทางมาพักผ่อน ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวบางกลุ่มยังซื้อสินค้าท้องถิ่นกลับไปขายต่อที่รัสเซียอีกด้วย
3. การที่ไทยยังเป็นประเทศกำลังพัฒนาทำให้มีความต้องการเทคโนโลยีและวัตถุดิบ จึงเป็นโอกาสอันดีที่จะส่งเสริมการลงทุนและสานความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน เช่น การเข้าไปทำสัมปทาน ป่าไม้ในดินแดนแถบไซบีเรียของรัสเซียหรือการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีรัสเซียกับสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยหรือการถ่ายทอดความรู้ทางวิทยาศาสตร์ของรัสเซียแก่ไทย

จากศักยภาพของทั้งสองประเทศดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวได้ว่าไทยสามารถพึ่งพา รัสเซียด้านพลังงาน ในขณะที่เดียวกัน รัสเซียเองก็สามารถพึ่งพาไทยในด้านสินค้าอุปโภคบริโภคได้ เนื่องจากวัตถุดิบของทั้งสองฝ่ายต่างสอดคล้องกับความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับกรอบความคิดเรื่องการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ตามที่เอกอัครราชทูตสหพันธรัฐ รัสเซียประจำประเทศไทยยืนยันว่า

"...เรามีธุรกิจหลากหลาย ซึ่งเชื่อว่าน่าจะเป็นที่ดึงดูดใจนักธุรกิจไทยเป็นอันมาก ในอันดับต้นๆ คือ พลังงาน เพราะไทยเป็นประเทศนำเข้าพลังงาน ในขณะที่รัสเซียส่งออกพลังงาน ตัวอย่างเช่น เรามีแหล่งก๊าซธรรมชาติขนาดใหญ่ อยู่ในเขตไซบีเรีย แต่การที่จะพัฒนาแหล่งทรัพยากรเหล่านั้น เราจำเป็นต้องมีการลงทุนจาก บางส่วนและความร่วมมือจากประเทศอื่นๆ..."¹

ซึ่งนักธุรกิจไทยเอง ก็ให้ความเห็นว่าไทยและรัสเซียสามารถพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันได้ กล่าวคือ

"...ไทยกับรัสเซียพึ่งพาซึ่งกันและกันโดยไทยต้องการ วัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรม ขณะที่รัสเซียต้องการ อาหาร..."² และ

"...ไทยพึ่งพารัสเซียในฐานะตลาด ขณะที่รัสเซีย ต้องการนำเข้าอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค..."³

¹ กงบรรณานิการ, บทสัมภาษณ์ Yevgeny Afanasief ในวารสารโลกการค้า Vol.12 NO.107 ธันวาคม 2005 หน้า 47.

² สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่บริหารการตลาด ของสงวนนาม กลุ่มบริษัทไทยยูเนียน , 17 มกราคม 2548.

³ สัมภาษณ์ รัชฎะวรรณ เกตุดี, รองผู้จัดการทั่วไป CP Inter Trade, 9 กุมภาพันธ์ 2549.

เอกอัครราชทูตสุจิตรา หิรัญพฤกษ์ ยังได้ให้สัมภาษณ์ถึงศักยภาพของไทยซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของรัสเซียด้วยว่า⁴

“...หลังจากเปิดประเทศแล้ว คนรัสเซียมีความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคมาก และยอมที่จะเสียเงินหาซื้อ นอกจากนั้น ด้วยเหตุที่ถูกปิดประเทศมากกว่า 70 ปี ทำให้มีความต้องการที่จะเดินทางไปยังประเทศต่างๆ เพื่อหาความสนุก เพลิดเพลิน โดยเฉพาะที่มีสถานที่ตากอากาศ ชายทะเล และจับจ่ายใช้สอยในราคาไม่แพง...”

“...ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่รัสเซียสามารถนำเข้าได้ ในราคาต่ำกว่าจากประเทศตะวันตก ซึ่งเป็นที่นิยมของคนรัสเซียระดับล่างและกลาง...นอกจากนั้น ไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับคนรัสเซียทั้งที่มีฐานะปานกลางและชั้นสูง...”

อย่างไรก็ตาม การที่ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ที่ดีกับรัสเซียมาเนิ่นนาน ทำให้การสานสัมพันธ์ครั้งใหม่หลังการล่มสลายของสหภาพโซเวียตนั้น น่าจะมีโอกาสมากขึ้น สังเกตได้จาก การให้สัมภาษณ์ของนายพิศักดิ์ นิวาตพันธุ์ ดังนี้

“ไทยมีความสัมพันธ์กับรัสเซียกันมาอย่างยาวนาน ทำให้มหาวิทยาลัยในรัสเซียนั้นมีภาษาไทยเป็นวิชาหนึ่งที่เปิดสอนมานานแล้วด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นความสำคัญที่รัสเซียมีให้แก่ไทย ... คนรัสเซียชอบอัยาศัยของคนไทย”⁵

⁴เอกอัครราชทูตสุจิตรา หิรัญพฤกษ์นั้นเป็นอดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำสหพันธรัฐรัสเซีย ระหว่างปี ค.ศ. 1994-7

⁵สัมภาษณ์ พิศักดิ์ นิวาตพันธุ์, รองประธานหอการค้าไทย-รัสเซีย, 10 ธันวาคม 2547.

นับตั้งแต่รัสเซียเปิดตลาดการค้าเสรีในปี ค.ศ. 1991 การค้าสองฝ่ายได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องตลอด 6 ปีแรก แต่ไทยเป็นฝ่ายขาดดุลการค้าทุกปี และตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996 มูลค่าการค้าโดยรวมระหว่างกันลดลงอย่างมาก ดังที่กล่าวมาแล้วในตารางที่ 2 ของบทที่ 1 โดยเฉพาะการส่งออกของไทยไปยังรัสเซีย ทั้งนี้ ข้อมูลการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียดังกล่าวเป็นเพียงสถิติโดยตรงที่มีการบันทึกรวบรวมไว้เท่านั้น แต่ในทางปฏิบัติยังมีการค้านอกระบบในลักษณะ shuttle trade ที่ไม่ได้มีการจดบันทึกไว้ ได้แก่ การที่นักธุรกิจและนักท่องเที่ยวรัสเซียซื้อสินค้าจากไทยในลักษณะเป็นของใช้ส่วนตัว และนำขึ้นเครื่องบินกลับไปรัสเซียเพื่อการพาณิชย์ หรือแม้แต่การค้าผ่านประเทศที่สามดังได้กล่าวข้างต้น ทำให้มีความเป็นไปได้ว่ามูลค่าการค้าส่งออกที่แท้จริงอาจจะสูงกว่าสถิติที่มีการรวบรวมไว้ อย่างไรก็ตาม มูลค่าการค้าตามสถิติก็บ่งบอกให้เห็นว่าการค้าสองฝ่ายระหว่างไทยกับรัสเซียนั้นแปรปรวนได้มาก เพราะพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่มีใครความแน่นแฟ้น เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลไทยในช่วงสงครามเย็นมีความโน้มเอียงไปทางสหรัฐฯ การติดต่อระหว่างทั้งสองประเทศ รวมถึงการติดต่อระดับประชาชนต่อประชาชน และการทำธุรกิจดำเนินอยู่บนพื้นฐานความแตกต่างของระบบการเมือง ทำให้คนไทยถูกป้อนข้อมูลให้กลัวรัสเซียในฐานะที่เป็นประเทศคอมมิวนิสต์ และยังได้ขนานนามรัสเซียว่า “ประเทศหลังม่านเหล็ก” สิ่งนี้นับเป็นปัญหาหนึ่งในมุมมองของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าไทยไปรัสเซียซึ่งจะได้กล่าวต่อไปในบทนี้

ตารางที่ 4 ต่อไปนี้เป็นสถิติการส่งออกของไทยไปยังรัสเซีย ในกลุ่มสินค้าประเภทอาหารหลักๆ ได้แก่ น้ำตาลทราย ข้าว อาหารทะเลแปรรูป อาหารทะเลกระป๋อง ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ผักกระป๋องแปรรูป และผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ ระหว่างปี ค.ศ. 1993-2002 เพื่อแสดงให้เห็นถึงปริมาณการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียที่ผ่านมา ซึ่งค่อนข้างแปรปรวนได้ง่าย รวมถึงสามารถสังเกตและคาดการณ์ถึงแนวโน้มของตลาดในอนาคตได้ด้วย

ตารางที่ 4 มูลค่าสินค้าส่งออกของไทยไปรัสเซียในกลุ่มอาหารระหว่างปี ค.ศ. 1993-2002

สินค้า	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
น้ำตาล ทราย	202	-	326	368	751	811.	2,520.	1,424.	896.	2,640.
ข้าว	624	1	259	323	323	144.	84	57.9	182.	230.9
						8			9	

อาหารทะเลแปรรูป	0.1	3	25	40	318	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
อาหารทะเลกระป๋อง	5	25	26	22	15	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	47	61	20	45	51	38.5	19	66.7	231.7	379.7
ผักกระป๋องแปรรูป	1.4	1.5	6	3	13	14.7	.6	.8	74.8	144.5
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	2	7	4	2	4	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a

แหล่งที่มา: ศูนย์สถิติการพาณิชย์, ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หน่วย: ล้านบาท , n/a: ไม่มีข้อมูล

จากสถิติข้างต้นจะเห็นได้ว่าน้ำตาลซึ่งเป็นสินค้าส่งออกหลักของไทย ที่มีมูลค่าส่งออกเฉลี่ยถึงหลายร้อยล้านบาท กลับไม่มีมูลค่าการส่งออกในปี ค.ศ. 1994 เนื่องจากไม่มีการสั่งซื้อเข้ามาจากรัสเซีย แต่ก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มมูลค่ามากกว่านี้ในอนาคต ในขณะที่ข้าวซึ่งเคยส่งออกสูงถึง 624 ล้านบาทในปี ค.ศ. 1993 มูลค่าการส่งออกก็ได้ลดลงในปีถัดมา เหลือเพียงแค่ 1 ล้านบาทเท่านั้น ส่วนอาหารทะเลแปรรูปที่มีมูลค่าการส่งออกในปี ค.ศ. 1993-4 ค่อนข้างต่ำ กลับมียอดการส่งออกเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวในปี ค.ศ. 1997 เช่นเดียวกับผลไม้กระป๋องและแปรรูปที่มีแนวโน้มเติบโตได้อีกในอนาคต ซึ่งผู้เขียนจะได้แจกแจงเป็นรายสินค้าต่อไปในบทนี้

4.2 วิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจจากมุมมองของฝ่ายไทย

4.2.1 ปัญหาด้านการเงินและการธนาคารของรัสเซีย

ในระหว่างปี ค.ศ. 1991-2001 นั้นถือได้ว่าเป็นช่วงแห่งการปรับตัวของรัสเซียทั้งทางการเมืองและเศรษฐกิจ จากระบบเศรษฐกิจแบบรวมศูนย์ ภายใต้การปกครองระบอบคอมมิวนิสต์มาเป็นระบบเสรีแบบตลาด ภายใต้การปกครองระบอบประชาธิปไตย ซึ่งต้องเผชิญปัญหาและอุปสรรคนานาประการ จึงเท่ากับว่าไทยกับรัสเซียเริ่มต้นความสัมพันธ์กันใหม่ ประกอบกับในช่วงปี ค.ศ. 1997-8 ทั้งไทยและรัสเซียต่างต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์การเงินที่รุนแรง โดยที่รัสเซียยังอยู่ในกระบวนการสมัครเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาเหล่านี้ล้วนแต่ส่งผลให้ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-รัสเซียในช่วง 10 ปีแรก (ค.ศ. 1991-2001) หลังจากการล่มสลายของสหภาพโซเวียตไม่ราบรื่นนัก จนอาจกล่าวได้ว่า การทำการค้ากับรัสเซียในความรู้สึกรักของนักธุรกิจไทยมีแต่ความไม่แน่นอน ที่ทำให้นักธุรกิจไทยไม่แน่ใจที่จะคบค้ากับรัสเซีย จึงเลือกที่จะทำการค้าเฉพาะกับคู่ค้าที่ไว้ใจได้เป็นส่วนใหญ่ หรือส่งสินค้าผ่านประเทศที่สาม หรือชำระเงินผ่านธนาคารในประเทศที่สาม ในขณะที่รัสเซียเองก็เลือกจะทำการค้ากับไทยเป็นบางโอกาส ดังนั้น จึงขาดความต่อเนื่องในการเจรจาการค้าระหว่างกัน อีกทั้งการดำเนินธุรกิจระหว่างไทยกับรัสเซียในระดับรัฐต่อรัฐนั้นยังไม่เด่นชัดเท่าที่ควร มักจะติดต่อกันธุรกรรมระหว่างกันในระดับนักธุรกิจต่อนักธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ แม้จะมีความพยายามพัฒนาความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจกับรัสเซียเพิ่มมากขึ้น แต่บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจนั้นยังไม่โดดเด่น ทำให้อำนาจการต่อรองของภาคเอกชนไทยไม่แข็งแรง สืบเกิดได้จากการให้สัมภาษณ์ของภาคเอกชนไทยดังนี้

“...ในการทำธุรกิจ มักเป็นการเจรจาในระดับนักธุรกิจต่อนักธุรกิจ นักธุรกิจไทยจึงไม่ได้คาดหวังความช่วยเหลือจากภาครัฐเท่าใดนัก ในกรณีกับรัสเซีย นักธุรกิจไทยจะเรียนรู้จากการได้สัมผัสลูกค้าเองโดยตรง...”⁶

“เราเป็นบริษัทเล็กๆ ไม่คาดหวังอะไรมาจากภาครัฐหวังเพียงแค่ทำการส่งออกให้พอเลี้ยงตัวเองรอด”⁷

⁶สัมภาษณ์ รัชฎะวรรณ เกตุดี, รองผู้จัดการทั่วไป CP Inter Trading, 9 กุมภาพันธ์ 2549.

⁷สัมภาษณ์ ห้างหุ้นส่วนจำกัดส่งออกทุนปกป้อง ขอสงวนนาม, 10 กุมภาพันธ์ 2548.

“ภาคการธนาคารรัสเซียยังไม่น่าเชื่อถือดังนั้นภาครัฐ
ของเราควรจะเข้ามาเกี่ยวข้อง...”⁸

ภาครัฐจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้ามามีบทบาท ในการเจรจาการค้า
ระดับรัฐต่อรัฐให้มากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความมั่นใจให้แก่ธุรกิจไทยที่สนใจ
ทำการค้ากับรัสเซีย

สำหรับปัญหาที่นักธุรกิจไทยประสบคือ ความไร้เสถียรภาพในตลาดรัสเซีย
ในช่วง 10 ปีแรกหลังสหภาพโซเวียตล่มสลายด้วย ซึ่งหมายถึง ระบบภาษีที่ซ้ำซ้อน ปัญหาการ
ทุจริต และกฎระเบียบที่สลับซับซ้อน เช่น ในกรณีที่นักธุรกิจรัสเซียขาดเงินสด นักธุรกิจไทยไม่อาจ
ให้ความไว้วางใจซึ่งกันและกันได้ ดังคำสัมภาษณ์ของ ฯพณฯ เอกอัครราชทูต สุจิตรา หิรัญพฤกษ์
ดังนี้

“นักธุรกิจรัสเซียต้องการใช้เครดิตระยะ 6-7 เดือน
ซึ่งกินเวลานานเกินไป ทำให้เกิดการขัดแย้งและ
บิดพลิ้วสัญญาระหว่างทั้งสองฝ่ายบ่อยครั้ง...”⁹

การให้สัมภาษณ์ของ ฯพณฯ เอกอัครราชทูต สุจิตรา หิรัญพฤกษ์ ข้างต้นนั้นได้
แสดงให้เห็นว่ารัสเซียเองไม่ได้เป็นฝ่ายบิดพลิ้วต่อสัญญาเพียงฝ่ายเดียว ฝ่ายไทยเองก็เคยบิดพลิ้ว
สัญญาด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์นี้

“... นักธุรกิจบางกลุ่มมีความรู้สึกเข็ดหลาบคอมมิวนิสต์
เมื่อโดนโกงในการทำธุรกิจกับประเทศคอมมิวนิสต์
เดิม เช่น เวียดนาม ทำให้เหมารวมรัสเซียไปด้วย
แต่ในความเป็นจริงแล้ว รัสเซียมิได้เป็นฝ่ายโกง
ไทยเสมอไป หลายครั้งนักธุรกิจ ไทยเองก็เป็นฝ่าย
โกงทางรัสเซียด้วย เช่น ทำการบายเบี่ยงไม่ยอม
ส่งของให้ จนกลายเป็นความไม่เชื่อใจกัน

⁸สัมภาษณ์ รัชฎะวรรณ เกตุดี, รองผู้จัดการทั่วไป CP Inter Trade, 9 กุมภาพันธ์ 2549.

⁹สัมภาษณ์ เอกอัครราชทูต สุจิตรา หิรัญพฤกษ์, อดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำสหพันธรัฐ
รัสเซีย, 30 มีนาคม 2548.

Letter of Credit (L/C) ก็เลยเปิดใช้ไม่ได้...¹⁰

นอกจากนี้ แม้ระบบเศรษฐกิจของรัสเซียในทางทฤษฎีนั้นน่าจะเป็นระบบเสรีแล้ว และจัดเป็นตลาดใหม่ที่ใหญ่และมีศักยภาพ แต่ในทางปฏิบัติ รัสเซียเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากคอมมิวนิสต์มาสู่ระบบเศรษฐกิจเสรีอย่างรวดเร็วมาก โดยขาดความรู้ ความเข้าใจว่าการดำเนินธุรกิจในระบบการตลาดเสรีควรเป็นเช่นใด จึงเกิดความสับสน มีความพยายามเอารัดเอาเปรียบ และการ คอรัปชัน ดังที่ได้กล่าวไปในบทที่ 3 ประกอบกับระบบธนาคารของรัสเซียในช่วงต้นหลังการล่มสลายของสหภาพโซเวียตนั้นเรียกว่าไร้เสถียรภาพ ไม่มีกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกิจกับรัสเซีย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าของไทยในระยะแรกจึงไม่ไว้ใจที่จะให้นักธุรกิจไทยกู้เงินเพื่อการส่งออก¹¹ ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นว่านักธุรกิจไทยยังไม่สนใจที่จะทำการค้ากับรัสเซียมากนัก ในช่วงที่รัสเซียเปิดประเทศใหม่ๆ เพราะรัสเซียเป็นตลาดใหม่ที่มีความเสี่ยงสูง อยู่ห่างไกล การขนส่งสินค้าไปรัสเซียต้องใช้เวลา นานกว่าเดือนและมีต้นทุนสูง อีกทั้งมีตลาดอื่นให้เลือกทั้งที่เป็นตลาดเก่าและตลาดใหม่ในเอเชีย¹² ทั้งนี้ความคิดเห็นดังกล่าวได้รับการยืนยันโดยข้อสังเกตของอดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำสหพันธรัฐรัสเซีย ดังนี้

“...ในแง่ของประเทศไทย เราก็มองเห็นว่ามันมี
 ลู่ทางที่เราจะส่งเสริมผลประโยชน์ของเรา เพราะ
 ว่ารัสเซียตอนนั้น เนื่องจากเขาเป็นประเทศที่ไม่
 มีอะไรเลย เมื่อคนของเขาเริ่มที่จะมีเงิน เริ่มที่จะ
 ได้รับเสรีภาพให้ออกมานอกประเทศ เขาก็เดิน
 ทางมาประเทศอย่างพวกเราแล้วก็หาซื้อข้าวของ
 ที่จะเอาเข้าไปจำหน่าย ... ตอนนั้นเป็นจุดเริ่มต้น
 เพราะฉะนั้น มันก็เป็นลู่ทางของการส่งเสริม
 การค้าของประเทศไทยมาก เพราะเราผลิตพวก
 เครื่องอุปโภคบริโภคที่ราคาถูก... แต่ในที่สุดแล้ว
 เนื่องจากรัสเซียมีปัญหาเรื่องการเงิน ก็ทำให้เกิด
 ปัญหาทางการค้าอะไรขึ้นมาก แล้วก็จะเรียกว่า

¹⁰ สัมภาษณ์ พิศศักดิ์ นิวัตพันธุ์, รองประธานหอการค้าไทย-รัสเซีย, 10 ธันวาคม 2547.

¹¹ สัมภาษณ์ เอกอัครราชทูต สุจิตรา นีรัญพุกษ์, อดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำสหพันธรัฐรัสเซีย, 30 มีนาคม 2548.

¹² ข้อมูลการค้าระหว่างไทย-รัสเซีย [Online]. Available from : <http://www.dtn.moc.go.th>

ทางฝ่ายไทยไม่ค่อยสนใจมากเท่าไร เพราะว่าเขาไม่ค่อยมีเงิน..."¹³

"...ในแง่การค้า แม้ว่ารัสเซียจะเป็นตลาดใหญ่ แต่นักธุรกิจไทยยังไม่ค่อยไว้วางใจเท่าไรนัก ธนาคารตั้งขึ้นมาง่าย ไม่มีการควบคุม จึงล้มกันเยอะมาก และส่งผลให้นักธุรกิจไทยขาดความเชื่อมั่นที่จะทำการค้าด้วย"¹⁴

ความเห็นดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจาก รองประธานหอการค้าไทย-รัสเซียอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

"...คนไทยไม่กล้าเสี่ยง ทำให้ Letter of Credit (L/C) เปิดไม่ได้เพราะคนไม่เชื่อใจ..."¹⁵

ด้านธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยเอง ก็มีความเห็นสอดคล้องด้วยเช่นกัน โดยยอมรับว่าในช่วง 10 ปีแรกหลังการล่มสลายของสหภาพโซเวียต เป็นช่วงที่ไม่มีใครไว้วางใจในการทำธุรกิจกับรัสเซีย เพราะสภาพเศรษฐกิจของรัสเซียเองในขณะนั้นที่ยังอยู่ในช่วงปรับตัว

"...ธนาคารรัสเซียล้มเยอะมาก ทำให้ไม่น่าเชื่อถือ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย พยายามช่วยเท่าที่จะทำได้ พิจารณาธนาคารรัสเซีย เป็นรายๆไป เพื่อประเมินดูว่าธนาคารนั้นๆไว้วางใจได้เพียงใด ก่อนให้ความช่วยเหลือ..."¹⁶

¹³สัมภาษณ์ ชพนฯ สุจิตรา นีรัฐพฤกษ์ [Online]. Available from : <http://jobs.i-kool.com/interview/Form.asp?headid=2%20&page=3> [26/2/2547]

¹⁴สัมภาษณ์ เอกอัครราชทูต สุจิตรา นีรัฐพฤกษ์, อดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำสหพันธรัฐรัสเซีย, 30 มีนาคม 2548.

¹⁵สัมภาษณ์ พิศศักดิ์ นิเวตพันธุ์, รองประธานหอการค้าไทย-รัสเซีย, 10 ธันวาคม 2547.

นอกจากนี้ คนรัสเซียมีความคุ้นเคยกับการติดต่อและดำเนินความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับประเทศในกลุ่ม CIS ประเทศยุโรปตะวันออก และประเทศยุโรปตะวันตก ดังนี้

“คนรัสเซียยังไม่เก่งด้านการค้า ไม่เคยชินกับการทำการค้าแบบสากล และคุ้นเคยที่จะคบค้ากับประเทศในกลุ่มยุโรปตะวันออก และประเทศแถบยุโรปที่อยู่ใกล้เคียง”¹⁷

“... ทางรัสเซียเองนั้นยังมุ่งที่จะทำการค้าพรมแดน และมุ่งขายอาวุธยุทโธปกรณ์”¹⁸ ...”

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า นักธุรกิจไทยที่ให้สัมภาษณ์นั้นต่างไม่เคยประสบปัญหาด้านการชำระเงินกับรัสเซียเลย เนื่องจากแต่ละบริษัทมักเลือกเฟ้นบริษัทคู่ค้ารัสเซียที่น่าเชื่อถือเท่านั้น หรือดำเนินการผ่านตัวกลางในประเทศที่สาม

จากความคิดเห็นต่างๆข้างต้นแสดงให้เห็นว่าในช่วง 10 ปีแรกหลังโซเวียตล่มสลาย แม้นักธุรกิจไทยจะตระหนักถึงศักยภาพที่รัสเซียมี แต่ยังไม่ไว้วางใจที่จะทำการค้ากับรัสเซีย เพราะปัญหาด้านการเงินและการธนาคารที่รัสเซียเผชิญอยู่ สำหรับธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยก็ไม่อาจให้ความช่วยเหลือได้มากนักด้วยเหตุผลเดียวกัน และทางรัสเซียเองก็มุ่งที่จะทำการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านและ/ หรือประเทศในยุโรปมากกว่า ปัญหาด้านการเงินและการธนาคารของรัสเซีย จึงเป็นปัญหาประการแรกที่ทำให้ความสัมพันธ์สัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทยกับรัสเซียในช่วงเวลาดังกล่าวไม่ราบรื่น

อย่างไรก็ตาม สืบเนื่องจากการที่รัฐบาลไทยและรัสเซียมีนโยบายที่จะส่งเสริมการค้าระหว่างกันให้เพิ่มมากขึ้น ความร่วมมือทางธนาคารระหว่างไทยกับรัสเซียในปัจจุบัน(ค.ศ.

¹⁶ สัมภาษณ์ กิตติพร ลิ้มปัสวีส์ดี, ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 9 มีนาคม 2549.

¹⁷ สัมภาษณ์ กิตติพร ลิ้มปัสวีส์ดี, ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 9 มีนาคม 2549.

¹⁸ สัมภาษณ์ เอกอัครราชทูตกษัตริย์ ภิรมย์, อดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำสหพันธรัฐรัสเซีย, 4 มิถุนายน 2548 .

2006) จึงมีการเปลี่ยนแปลงไปจากช่วง 10 ปีแรกหลังสหภาพโซเวียตล่มสลายค่อนข้างมาก หน่วยงานของไทยที่มีบทบาทหลักด้านการเงินและการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) ซึ่งธสน.ได้หามาตรการด้านการเงินเพื่อส่งเสริมการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียกล่าวคือ¹⁹

รัฐบาลทั้งสองได้เจรจาจัดทำโครงการชำระเงินแบบทวิภาคี (Bilateral Payment Arrangement: BPA) ขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ส่งออกและนำเข้า ซึ่งที่ผ่านมาไทยมีการนำเข้าจากรัสเซียสูงกว่าการส่งออกมาก สัดส่วนในการนำเข้าและส่งออก ระหว่างสองประเทศไม่สอดคล้องกัน ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจึงร่วมลงนามความตกลง ในการให้บริการวงเงินสินเชื่อระยะสั้นแบบหมุนเวียน (Revolving Trade Financing Facility) แก่ประเทศรัสเซียผ่าน Vneshtorgbank จำนวน 20 ล้านดอลลาร์

การให้วงเงินสินเชื่อดังกล่าวนี้ เป็นการสนับสนุนให้การส่งออกสินค้าไทยไปรัสเซีย มีปริมาณเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง โดยหลังจากที่ผู้นำเข้าในรัสเซียเปิด L/C Sight ที่มีมูลค่าขั้นต่ำ 50,000 เหรียญมาซื้อสินค้าจากไทยและผู้ส่งออกส่งสินค้าไปแล้ว ผู้ส่งออกไทยสามารถนำเอกสารมายื่นต่อธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยเพื่อเรียกเก็บเงิน โดยธนาคารจะจ่ายเงินให้ผู้ส่งออกตามมูลค่าใน L/C ณ วันที่รับซื้อตัว แต่จะยังไม่เรียกเก็บจากผู้ซื้อในรัสเซีย โดยหลังจากนั้นอีก 180 วัน จึงจะเรียกเก็บเงินไปยัง Vneshtorgbank จึงเท่ากับว่าผู้ส่งออกไทยจะได้รับชำระค่าสินค้าในทันที ขณะเดียวกันยังช่วยให้ผู้นำเข้ารัสเซียได้ชำระเงินแบบ Term ทั้ทั้งที่ เปิด L/C Sight ทำให้มีเวลานำสินค้าไปขายก่อนที่จะจ่ายเงินคืนได้ ซึ่งกล่าวได้ว่าการนำระบบการชำระเงินนี้มาใช้สามารถช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกของไทยและขีดความสามารถของผู้ส่งออกไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับการค้าขายที่มีมูลค่าต่ำกว่า 50,000 เหรียญ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยได้เพิ่มบริการรับซื้อและยืนยัน L/C จาก 9 ธนาคารของรัสเซีย คือ Vneshtorgbank, Alfa-Bank, Vnesheconombank, Bank Zenit, Globex Commercial Bank, International Moscow Bank, Open Joint-Stock Commercial Bank Avtobank-Nikoil, Promsvyazbank และ Gazprombank โดยจะรับ L/C Sight ถึง L/C Term ไม่เกิน 3 เดือน²⁰ การ

¹⁹ธสน. ลงนามความตกลงให้สินเชื่อแก่รัสเซียในโครงการ BPA. [Online]. Available from: http://www.exim.go.th/news/news_detail.asp?tran_ID=47000001099 [8/6/2004]

²⁰เรื่องเดียวกัน

ลงนามความตกลงในครั้งนี้นับเป็นช่องทางที่ดีในการเพิ่มศักยภาพการส่งออกของไทยไปยังรัสเซีย โดยไม่ต้องเสี่ยงเรื่องการชำระเงิน หากแต่เพิ่งเริ่มลงนามกันในปี ค.ศ. 2004 นี้เท่านั้น

ตัวอย่างรายชื่อธนาคารในรัสเซียที่เป็น correspondent bank กับธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจและคุ้มครองการชำระเงินมากขึ้น ได้แก่²¹

1. Alfa bank
2. Open Joint-stock Commercial Bank
3. Bank for Foreign Economic Affairs (Vnesheconombank)
4. Bank for Foreign Trade of Russia (Vneshtorgbank) ซึ่ง EXIM Bank ให้เครดิตไลน์ 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
5. Bank Zenit
6. International Moscow Bank
7. Globex Commercial Bank
8. PromsvyazBank
9. Ranta Bank ซึ่ง EXIM Bank ให้เครดิตไลน์ 0.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

มาตรการดังกล่าวของธสน. น่าจะเป็นโอกาสที่ดีสำหรับนักธุรกิจไทย เพราะเป็นการเพิ่มความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจกับรัสเซียให้นักธุรกิจไทยเพิ่มมากยิ่งขึ้น

4.2.2 ปัญหาด้านกฎระเบียบจากการที่รัสเซียยังไม่ได้เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก

นักธุรกิจไทยล้วนให้ความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เศรษฐกิจรัสเซียเป็นปัจจัยหลักในการทำการค้าระหว่างไทยกับรัสเซีย และแนวโน้มในอนาคตจะสดใสมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อรัสเซียได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ดังนี้

"... ไม่เคยพบปัญหาด้านการชำระเงิน แต่รูปแบบการชำระเงินยังยุ่งยากและใช้เวลาพอสมควร ... พบปัญหาเรื่อง payment guarantee ทางธนาคารระหว่างไทยกับรัสเซีย ทำให้บางครั้งอาจดำเนินการทางธนาคาร

²¹ กงบรรณาริการ, วารสารโลกการค้า Vol.12 NO.107, ธันวาคม 2005, หน้า 44.

ผ่านธนาคารในประเทศที่สาม หรือ เรียกเก็บเงิน
จากปลายทาง ... ระบบเศรษฐกิจรัสเซียยังไม่เป็น
แบบเสรีจริงๆ ยังต้องการความเป็นมาตรฐานสากล”²²

“การเจรจาต่อรองกับรัสเซียมันทำได้ยาก มักทำทุก
อย่างตามกฎหมาย ไม่ยืดหยุ่น... เศรษฐกิจของรัสเซียมี
บทบาทมากในการทำการค้าระหว่างไทยกับรัสเซีย
หากเศรษฐกิจรัสเซียพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ก็
จะช่วยอำนวยความสะดวกในทุกๆด้าน...”²³

“...คู่ค้าท้องถิ่นมีลูกเล่นมาก เศรษฐกิจรัสเซียมี
บทบาทสำคัญในการทำการค้ากับรัสเซีย ซึ่ง
รัสเซียยังไม่เป็นระบบmarket economyที่แท้จริง...”²⁴

“...สภาพเศรษฐกิจรัสเซียมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ
แม้เป็นระบบเศรษฐกิจเสรี แต่กฎระเบียบมีการ
เปลี่ยนแปลงบ่อย...”²⁵

“...แม้บริษัทมีความประสงค์จะขายสินค้ามากเท่าใด
แต่ทางรัสเซียไม่ได้มีความประสงค์ซื้อเข้ามา บริษัทก็
ทำอะไรไม่ได้ ...มูลค่าการค้าในอนาคตอาจจะเพิ่มสูง
ขึ้น ขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจของรัสเซีย ...ถ้าหากรัสเซียเข้า
เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกก็น่าจะทำให้การทำการ
ค้ากับรัสเซียราบรื่นขึ้น”²⁶

²²สัมภาษณ์ รัชฎะวรรณ เกตุดี, รองผู้จัดการทั่วไป CP Inter Trade, 9 กุมภาพันธ์ 2549.

²³สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่บริหารการตลาด ของสงวนนาม, กลุ่มบริษัทไทยยูเนียน, 17 มกราคม 2548.

²⁴สัมภาษณ์ นพรัตน์ จันทรีดี, เจ้าหน้าที่บริการการส่งออก บริษัทแปซิฟิคชูการ์ จำกัด, 31 มกราคม 2548.

²⁵สัมภาษณ์ บริษัทส่งออกยาง ของสงวนนาม, 8 กุมภาพันธ์ 2549.

จากความคิดเห็นดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ปัญหาที่นักธุรกิจไทยยังประสบเมื่อต้องทำธุรกิจกับรัสเซียคือ ความไม่สะดวกจากกฎระเบียบที่ยุ่งยาก เปลี่ยนแปลงบ่อย หากแต่นักธุรกิจไทยมีความเชื่อมั่นว่า หากรัสเซียได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกแล้ว จะช่วยให้ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-รัสเซียพัฒนามากขึ้น อุปสรรคต่อการค้าและการลงทุนในรัสเซียก็น่าจะลดน้อยลง เพราะรัสเซียต้องปรับนโยบาย และออกกฎหมายด้านเศรษฐกิจและการค้าให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ขององค์การการค้าโลก ประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลกยังจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎสากลในการทำการค้าระหว่างประเทศตามที่องค์การการค้าโลกระบุไว้ อีกด้วย ทำให้กฎเกณฑ์ต่างๆของรัสเซียที่เคยยุ่งยาก ซ้ำซ้อนจะหมดไปเมื่อรัสเซียได้เข้าเป็นสมาชิก

4.2.3 ปัญหาด้านแหล่งข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับรัสเซีย

หากกล่าวถึงประเทศมหาอำนาจที่มีสิทธิออกเสียงยับยั้ง (veto) ในสหประชาชาตินั้น รัสเซียน่าจะเป็นประเทศที่ประชาชนไทยใกล้ชิดด้วยเป็นประเทศท้ายๆ สังเกตได้จากความแพร่หลายของภาษารัสเซียในประเทศไทยยังมีอยู่จำกัดมาก เมื่อเทียบกับภาษาฝรั่งเศส กับภาษาจีน ความรู้เกี่ยวกับรัสเซียของไทยจึงยังมีอยู่ค่อนข้างน้อย ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านรัสเซียศึกษา ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยจึงยังขาดความรู้ความชำนาญเรื่องระบบตลาดของรัสเซีย ทำให้การส่งออกสินค้าไทยไปยังรัสเซียจำกัดอยู่เพียงไม่กี่รายสินค้า²⁷ ซึ่งสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของ ดร. รมย์ ภิรมนตรี ดังนี้

"...เท่าที่ผมทราบ บริษัทของไทยก็สนใจเข้าไปลงทุน แต่ยังติดขัดในรายละเอียด ไม่สามารถเคลียร์กับทาง การได้และไม่มีบุคลากร พูดตรงๆคือเข้าไม่ถูกช่อง ยังไม่รู้เรื่องการลงทุนในรัสเซียดีพอ..."²⁸

"...สาเหตุสำคัญที่ไทยไม่ประสบความสำเร็จในการ เจาะตลาดหมีขาวคือ ความไม่รู้..."²⁹

²⁶ สัมภาษณ์ นพรัตน์ จันทรีดี, เจ้าหน้าที่บริการการส่งออก บริษัทแปซิฟิคชูการ์ จำกัด, 31 มกราคม 2548.

²⁷ ข้อมูลการค้าระหว่างไทย-รัสเซีย [Online]. Available from : <http://www.dtn.moc.go.th>

²⁸ กองบรรณาธิการ, บทสัมภาษณ์ รมย์ ภิรมนตรี ในวารสารโลกการค้า Vol. 12 NO. 107, ธันวาคม 2005, หน้า 32.

²⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 33.

แม้แต่ท่านเอกอัครราชทูตสหพันธรัฐรัสเซียประจำประเทศไทย ก็ได้แสดงความ
 คิดเห็นในลักษณะเดียวกันดังนี้

“ปัญหาและอุปสรรคซึ่งผมพบว่ามีอยู่ทั้งฝ่ายรัสเซีย
 และไทย คือการขาดความรู้และข้อมูลที่เพียงพอ
 ในรัสเซียขาดข้อมูลเกี่ยวกับการค้าการลงทุนในไทย
 และในไทย คือขาดข้อมูลเกี่ยวกับการค้าการลงทุน
 ในรัสเซีย...”³⁰

สำหรับนักธุรกิจไทยที่ทำธุรกิจกับรัสเซียนั้นต่างก็ให้ความเห็นเหมือนกันคือ
 ภาคเอกชนไทยมีความรู้เกี่ยวกับรัสเซียน้อยมาก และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำการค้ากับ
 รัสเซียยังไม่เป็นที่แพร่หลาย นอกจากนี้ในการติดต่อกับรัสเซียในช่วงแรกๆยังมีความลำบาก
 เนื่องจากชาวรัสเซียมักใช้ภาษารัสเซียเท่านั้น ดังคำกล่าวของนายพิศักดิ์ นิวัตพันธุ์ ที่ว่า

“...แม้แต่ในนามบัตรของนักธุรกิจรัสเซียยังมีแต่ภาษา
 รัสเซีย...”³¹

ปัญหาแหล่งข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับรัสเซียที่มีจำกัดในประเทศไทย รวมไปถึง
 การใช้ภาษารัสเซีย ถือเป็นปัญหาอีกประการหนึ่งที่นักธุรกิจไทยได้ประสบมา อย่างไรก็ตาม ใน
 ปัจจุบัน ข้อมูลเกี่ยวกับรัสเซียที่เป็นประโยชน์ โดยเฉพาะด้านการค้าการลงทุน ได้มีการรวบรวม
 และจัดทำเพิ่มมากขึ้นแล้ว ซึ่งผู้สนใจสามารถค้นคว้าได้ที่ห้องสมุด กรมส่งเสริมการส่งออก ถนน
 รัชดาภิเษก สำหรับภาษารัสเซียในประเทศไทยก็เริ่มมีการเรียนการสอนแพร่หลายขึ้น ประชาชน
 รัสเซียก็สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีขึ้น ในประเทศไทยก็ยังได้จัดตั้งโครงการรัสเซียศึกษา
 ขึ้นที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อเตรียมบุคลากรด้านรัสเซียศึกษาให้เพิ่มขึ้น สิ่งเหล่านี้นับเป็น
 นิมิตรหมายที่ดีสำหรับความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับรัสเซียในอนาคต ที่ปัญหา“ความไม่รู้”จะหมด
 ไป

³⁰ กองบรรณาธิการ, บทสัมภาษณ์ Yevgeny Afanasief ในวารสารโลกการค้า Vol. 12
 NO.107, ธันวาคม 2005, หน้า 48.

³¹ สัมภาษณ์ พิศักดิ์ นิวัตพันธุ์, รองประธานหอการค้าไทย-รัสเซีย, 10 ธันวาคม 2547.

4.2.4 ปัญหาจากมรดกทางการเมืองของรัสเซีย

ถ้าหากกล่าวถึงทัศนคติของคนไทยที่มีต่อสหภาพโซเวียต ก็จะพบว่าทัศนคติของคนไทยนั้น จะแตกต่างกันตามช่วงอายุและประสบการณ์ที่มีต่อประเทศมหาอำนาจแห่งนี้ หากถามถึงสหภาพโซเวียตกับเด็กรุ่นใหม่ คำตอบที่ได้รับมาอาจมีความจนกว่าสหภาพโซเวียตหมายถึงรัสเซีย หรือไม่ ในขณะที่ทัศนคติต่อคำถามเดียวกันของบุคคลยุคหลังนั้นอาจแตกต่าง ซึ่งมักชวนไปนึกถึงดินแดนแห่งความเป็นคอมมิวนิสต์³² ความคิดดังกล่าวนี้ได้สะท้อนให้เห็นทัศนคติในแง่ลบที่คนไทยยังคงมีต่อรัสเซีย เช่นเดียวกับความคิดเห็นต่อไปนี้

“หากสายการบินของไทย มีเที่ยวบินตรงสู่รัสเซีย น่าจะเป็นการดี เพราะการเดินทางกับสายการบินรัสเซีย ให้ความรู้สึกแปลกๆ”³³

“เรายังมองรัสเซียว่าเป็นคอมมิวนิสต์ ยากจน ล้าหลัง ในขณะที่ทุกประเทศรู้หมดว่ารัสเซียส่งออกน้ำมันเป็นอันดับสองของโลก รองจากซาอุดีอาระเบีย และเป็นอันดับหนึ่งของประเทศนอกกลุ่มโอเปค”³⁴

“...คนไทยส่วนมากยังคงมีความเชื่อในแนวทางเดิมๆ ว่ารัสเซียยังคงเป็นประเทศสังคมนิยม ยังเป็นดินแดนที่มีอันตรายในการเข้าไปทำธุรกิจ ยังเชื่อว่าไม่มีโอกาสทางธุรกิจใดๆ เรื่องเหล่านั้นไม่เป็นความจริงอีกต่อไป...”³⁵

³²ภราดร รัชสิมาภรณ์, บทบาทของรัสเซียในเอเชียตะวันออกและโอกาสสำหรับประเทศไทย. [Online]. Available from : <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2005q1/article2005jan26p2.htm> [21 May 2005]

³³สัมภาษณ์ นพรัตน์ จันทรดี, เจ้าหน้าที่บริการการส่งออก บริษัทแปซิฟิคซูการ์ จำกัด, 31 มกราคม 2548.

³⁴กองบรรณาธิการ, บทสัมภาษณ์ รมย์ ภิรมนตรี ในวารสารโลกการค้า Vol.12 NO.107, ธันวาคม 2005, หน้า30.

³⁵กองบรรณาธิการ, บทสัมภาษณ์ Yevgeny Afanasief ในวารสารโลกการค้า Vol.12 NO.107, ธันวาคม 2005, หน้า 48.

"คนไทยยังติดภาพเดิมๆสมัยรัสเซียเป็นสหภาพโซเวียต
ทั้งที่สมัยก่อนกับปัจจุบันต่างกันมาก"³⁶

ด้วยเหตุนี้ จึงส่งผลให้ประสบการณ์การทำงานการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียมีน้อยมาก ด้วยอุปสรรคความแตกต่างกันทางระบบการเมืองในอดีต ไทยและรัสเซียจำเป็นต้องอาศัยเวลาในการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ทั้งๆที่รัสเซียเป็นตลาดใหม่ที่ใหญ่และมีศักยภาพสำคัญแห่งหนึ่งของโลก รวมทั้งเคยมีความสัมพันธ์กันมาอย่างยาวนานตั้งแต่รัชสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งทำให้ตีความได้ว่าภาคเอกชนเอง ทั้งเอกชนไทยและเอกชนรัสเซียต่างขาดความรู้ความเข้าใจในโอกาสการค้าขายซึ่งกันและกัน³⁷

4.3 สินค้าหลักของไทยในการส่งออกปรัสเซีย

สินค้าอุปโภคบริโภคนับเป็นสินค้าส่งออกปรัสเซียที่สำคัญของไทย ไม่ว่าจะเป็นน้ำตาล ข้าว ยางพารา อาหารและผักผลไม้กระป๋อง อาหารและผักผลไม้แปรรูป อาหารไทย เครื่องนุ่งห่ม และอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ต่างๆเหล่านี้เป็นที่ต้องการของรัสเซียมาก และมีศักยภาพในตลาดรัสเซีย เพราะรัสเซียเป็นประเทศที่ใหญ่ มีประชากรมาก แต่พื้นที่เพาะปลูกมักประสบปัญหาสภาพอากาศที่หนาวจัด คุณภาพดินต่ำ หรือภาวะอากาศแห้งแล้ง ทำให้ไม่สามารถผลิตได้มากเพียงพอต่อความต้องการอุปโภคบริโภคภายในประเทศ และในสินค้าบางประเภทก็ไม่สามารถผลิตได้เลยในประเทศ จนต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศอย่างมาก ซึ่งจะชี้ให้เห็นในรายละเอียดเป็นรายประเภดังนี้

น้ำตาล

น้ำตาลจัดได้ว่าเป็นสินค้าที่ทั้งสองประเทศต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันในระดับหนึ่ง กล่าวคือรัสเซียเป็นประเทศที่บริโภคน้ำตาลมากเป็นอันดับต้นๆของโลก โดยในระหว่างปี ค.ศ. 1999-2001 รัสเซียต้องนำเข้าน้ำตาลจากต่างประเทศเฉลี่ยราว 5 ล้านตันต่อปี คิดเป็นเม็ดเงินมูลค่าเฉลี่ยสูงถึง 110 ล้านเหรียญต่อปี สืบเนื่องจากราคาน้ำตาลในตลาดโลกที่สูงขึ้นมาก ในปี ค.ศ. 2000 ไทยส่งออกน้ำตาลไปยังรัสเซียมากเป็นอันดับที่ 3 รองจากบราซิล และคิวบา สำหรับ

³⁶สัมภาษณ์ บริษัทส่งออกยางไทย ขอสงวนนาม, 8 กุมภาพันธ์ 2549.

³⁷ภราดร รังสิมาภรณ์, บทบาทของรัสเซียในเอเชียตะวันออกเฉียงและโอกาสสำหรับประเทศไทย,

[Online] Available from : <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2005q1/article2005ian26p2.htm> [21

May 2005]

คิวนั้นได้รับอานิสงส์มาจากการทำสัญญาซื้อน้ำตาลแลกน้ำมันไว้ นอกจากนี้ ทั้งบราซิลและคิวนสามารถขนส่งน้ำตาลไปยังรัสเซียได้สะดวกเร็วกว่าไทย ด้วยระยะทางที่สั้นกว่า

ในปี ค.ศ. 2001 ไทยส่งออกน้ำตาลดิบจากอ้อยชนิดเซนตริฟิวกัลไปยังรัสเซียมูลค่าถึง 896.5 ล้านบาท และในปี ค.ศ. 2002 เพิ่มขึ้นเป็น 2,580 ล้านบาท โดยมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ³⁸ เหตุที่รัสเซียต้องพึ่งพาการนำเข้าน้ำตาลจากต่างประเทศ เพราะรัสเซียเป็นประเทศผู้ผลิตน้ำตาลเพื่อสนองความต้องการบริโภคภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ การผลิตน้ำตาลในรัสเซียทำจาก หัวบีท (Beet) โดยเพาะปลูกบริเวณภาคเหนือของประเทศเพราะมีอากาศหนาวเย็น แต่มักประสบปัญหาน้ำค้างแข็งทำให้ผลผลิตได้รับความเสียหาย จึงสามารถผลิตน้ำตาลในประเทศได้เพียงปีละราว 1.5 ล้านตัน และเนื่องจากประชากรมีจำนวนมาก ทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอ ในขณะที่ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกน้ำตาลชั้นนำของโลก สินค้าประเภทนี้จึงน่าที่จะได้รับการส่งเสริมให้ขยายมูลค่าการส่งออกไปยังรัสเซียมากขึ้น เพื่อที่จะช่วยให้มูลค่าการส่งออกโดยรวมขยายตัว

อนึ่ง รัฐบาลรัสเซียได้ออกระเบียบที่ 720 ลงวันที่ 29 พฤศจิกายน ค.ศ. 2003 เกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีนำเข้าสินค้าน้ำตาลดิบและน้ำตาลทรายปี ค.ศ. 2004 ดังนี้

1. ปรับปรุงระเบียบภาษีศุลกากรของรัสเซียตามที่ได้ผ่านการรับรองโดยมติของรัฐบาล ลงวันที่ 30 พฤศจิกายน ค.ศ. 2001 เลขที่ 830 เกี่ยวกับภาษีศุลกากรของรัสเซียและการจัดพิกัดสินค้าสำหรับการค้าระหว่างประเทศ
2. กระทรวงพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าของรัสเซีย จะเป็นผู้รวบรวมราคาน้ำตาลดิบที่ตลาดนิวยอร์ก และกำหนดราคาเฉลี่ยรายเดือน
3. กระทรวงพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าของรัสเซียจะแจ้งคณะกรรมการศุลกากรแห่งรัฐ (State Customs Committee) ก่อนวันที่ 15 ของทุกเดือนเกี่ยวกับราคาเฉลี่ยของน้ำตาลดิบที่ตลาดนิวยอร์กของเดือนที่ผ่านมา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

ซึ่งระเบียบต่างๆมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2004 ทำให้ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องติดตามข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ส่วนภาครัฐบาลก็ควรหามาตรการช่วยเหลืออย่างทันท่วงทีด้วยเช่นกัน

³⁸ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ [Online]. Available from: <http://www.oae.go.th/CountryProfile/thai-rusia.htm>

สำหรับมุมมองของผู้ประกอบการไทย จากการสัมภาษณ์บริษัทส่งออกน้ำตาล³⁹ ปรากฏว่าปัญหาหลักประการหนึ่งของการส่งออกน้ำตาลคือจำนวนโควตา โดยจำเป็นต้องส่งออกตามจำนวนที่รัฐบาลไทยจัดสรรให้ ในขณะที่ปริมาณความต้องการน้ำตาลในรัสเซียมีมาก โดยเฉพาะกับรัสเซียมีมูลค่าการค้าค่อนข้างสูง แต่การค้ากับรัสเซียจะผ่าน trader ต่างประเทศ เพราะ trader ท้องถิ่นมักจะมีลูกเล่น ประกอบกับ ความรู้เกี่ยวกับรัสเซียด้านกฎระเบียบต่างๆของบริษัทไทยยังมีน้อย รัสเซียจะพึ่งพาการนำเข้าน้ำตาลจากคิวบามากกว่าไทย เนื่องจากสัญญาที่ทำกันไว้ และระยะทางในการขนส่งสินค้าที่ได้เปรียบไทย จึงทำให้การส่งออกน้ำตาลของไทยจากรัสเซียมีการขาดช่วงไป

ข้าว

รัสเซียนำเข้าข้าวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะผลผลิตข้าวในรัสเซียสามารถเก็บเกี่ยวได้น้อย โดยในปี ค.ศ. 2002 ตลาดสินค้าข้าวของรัสเซียมีขนาด 650,000 ตัน และมีมูลค่าสูง 185 ล้านดอลลาร์ เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศถึงร้อยละ 75 เทียบเป็นประมาณ 479,000 ตัน ซึ่งในปี ค.ศ. 2001 มีปริมาณเพียง 65,900 ตัน โดยเฉลี่ยแล้วรัสเซียนำเข้าข้าวปีละประมาณ 150,000 ตัน ข้าวเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในรัสเซีย ไทยในฐานะประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก จึงมีศักยภาพในการทำการค้ากับรัสเซียเป็นอย่างดี นอกจากนี้ คนรัสเซียชอบข้าวจากเมืองไทยมาก เพราะคุณภาพดี รสชาติอร่อย กลิ่นหอมไม่เหมือนข้าวจากประเทศอื่น แต่ไทยจะส่งออกข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ และข้าวหอมมะลิเท่านั้น ราคาเลยค่อนข้างสูง⁴⁰

อย่างไรก็ตาม ในรัสเซียก็ได้มีการเคลื่อนไหวของผู้ประกอบการภายในประเทศเรียกร้องให้รัฐบาลกำหนดมาตรการปกป้องตลาด เพราะภาวะการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้เมื่อวันที่ 19 เมษายน ค.ศ. 2003 คณะกรรมการมาตรการปกป้องด้านการค้าต่างประเทศ (Commission on Protection Measures in Foreign Trade) จึงได้ออกประกาศกำหนดมาตรการปกป้องทางการค้าในการนำเข้าข้าวทุกประเภทจากต่างประเทศเป็น

³⁹สัมภาษณ์ นพรัตน์ จันทร์ดี, เจ้าหน้าที่บริการการส่งออก บริษัทแปซิฟิคซูการ์ จำกัด, 31 มกราคม 2548.

⁴⁰ธนพร ตะละกัญ, น้องเด็ดพลอยตลาดรัสเซีย (กรุงเทพมหานคร: สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก, มีนาคม 2548), หน้า 35-36.

อัตราภาษีร้อยละ 10 แต่ไม่น้อยกว่า 0.03 ยูโรต่อกิโลกรัม หรือ 30 กิโลต่อตัน มาตรการดังกล่าว จะมีผลกระทบต่อสินค้าข้าวไทยคือ⁴¹

- หากเป็นข้าวคุณภาพดี เช่น ข้าวหอมมะลิจะมีราคาสูงกว่าตันละ 300 ยูโรต่อตัน จะเสียภาษีตามมูลค่า (ร้อยละ 10) ซึ่งสูงกว่า จึงไม่มีผลกระทบโดยตรง
- หากเป็นข้าวคุณภาพรอง เช่น ข้าว 100 เปอร์เซ็นต์ ชั้นสอง หรือ ข้าว 5 เปอร์เซ็นต์ที่มีราคาตันละต่ำกว่า 300 ยูโร จะได้รับผลกระทบโดยตรง ต้องเสียภาษีในอัตราสูงขึ้นเป็นอัตราขั้นต่ำตันละ 30 ยูโรแทนการเสียภาษีในอัตราร้อยละ 10 ซึ่งต่ำกว่า

ยางพารา

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางพาราอันดับหนึ่งของโลก มีศักยภาพการผลิตประมาณ ปีละ 2 ล้านตันเศษ หรือมากกว่าหนึ่งในสามของโลก ปริมาณการผลิตร้อยละ 90 เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก คิดเป็นมูลค่าการส่งออกกว่าปีละกว่า 50,000 ล้านบาท โดยในปี ค.ศ. 2002 ยางพารา และผลิตภัณฑ์ยางเป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับที่ 9 และ 12 ของไทยตามลำดับ ประเทศไทยได้นำยางพาราประมาณร้อยละ 10 ของผลผลิตทั้งหมดมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยาง โดยมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางร้อยละ 80 จากผลผลิต ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญที่ไทยผลิตจากยางพารา ได้แก่ ยางยานพาหนะ ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย และยางรัดของ เป็นต้น

ปัจจุบันอุตสาหกรรมยางพาราของไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน เพราะสามารถผลิตยางพาราได้มากเป็นอันดับหนึ่ง และค่าจ้างแรงงานต่ำเมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตรายสำคัญอื่นอย่างมาเลเซียที่ลดพื้นที่การปลูกยางพาราลงและมีค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าไทย และเนื่องจากอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในมาเลเซียกำลังขยายตัว มาเลเซียจึงหันมานำเข้ายางพาราจากประเทศไทยเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบ ส่วนประเทศอินโดนีเซียแม้จะมีค่าแรงต่ำกว่าไทย แต่ขณะนี้อินโดนีเซียกำลังประสบปัญหาด้านภาวะเศรษฐกิจ และปัญหาการเมืองภายในประเทศ จึงส่งผลกระทบต่อผลผลิตภายในประเทศ ด้วยเหตุนี้ ไทยจึงมีคู่แข่งที่สดใสในการส่งออกยางพารา

นิตยสาร The Rubber International ได้ตีพิมพ์บทความสถานการณ์ยางในปี ค.ศ. 2004 โดยคาดการณ์ว่าในปี 2003 การบริโภคยางของโลกจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.8 และในปี ค.ศ. 2004 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 โดยภูมิภาคอเมริกาเหนือจะมีการเพิ่มมากที่สุด ตามด้วยเอเชีย

⁴¹ สถานการณ์ข้าวในการต่างประเทศ. ผู้ส่งออก ปีที่ 16 ฉบับที่ 379 ประจำปักษ์หลัง พ.ศ.

แปซิฟิก สหภาพยุโรป ลาตินอเมริกา ประเทศอื่นๆ ในยุโรป และแอฟริกา⁴² สำหรับตลาดต่างประเทศในปี ค.ศ. 2004 นั้นสหภาพยุโรป (European Union, EU) ได้เพิ่มสมาชิกจาก 15 ประเทศ เป็น 27 ประเทศ ทำให้ตลาด EU กลายเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในโลก อุตสาหกรรมต่างๆในประเทศสมาชิกจะขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยางในรัสเซีย โปแลนด์ สาธารณรัฐเชค ซึ่งเป็นประเทศอุตสาหกรรมในยุโรปตะวันออกที่เริ่มมีการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและการค้า โดยความต้องการยางพาราเพิ่มขึ้นจาก 127,000 ตัน ในปี ค.ศ. 2002 เป็น 155,000 ตัน ในปี ค.ศ. 2003 ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่เพียงร้อยละ 6.1 เท่านั้น ดังนั้นทั้ง 3 ตลาดดังกล่าวจึงเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจอย่างยิ่ง⁴³ ยางพาราจึงเป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่งซึ่งไทยควรเร่งส่งเสริมการส่งออกไปยังรัสเซีย

สินค้าผักและผลไม้แปรรูปในรัสเซีย

ชาวรัสเซียเป็นผู้ที่นิยมการบริโภคผลไม้และน้ำผลไม้ในชีวิตประจำวัน ตลาดสินค้าจำพวกผัก ผลไม้สด แห่เย็น แห่แข็ง แปรรูปและน้ำผลไม้ เปิดกว้างมากขึ้นภายหลังการล่มสลายของสหภาพโซเวียต ในปี ค.ศ. 2000 ชาวรัสเซียบริโภคน้ำผลไม้เพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 1999 ร้อยละ 10 โดยเฉลี่ยจะบริโภคคนละ 5.2 ลิตรต่อปี และเพิ่มเป็น 7.3 ลิตรต่อปีในปี ค.ศ. 2001 ซึ่งรัสเซียมีลักษณะของดินที่ไม่เหมาะกับการเพาะปลูก ผลผลิตทางการเกษตรรวมถึงผักและผลไม้ (ผลไม้เมืองหนาว) จึงเก็บเกี่ยวได้ไม่มากและไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศตลอดทั้งปี และยังมีราคาแพง และยังไม่สามารถผลิตผลไม้เมืองร้อนได้ ทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ สำหรับสินค้าที่ไทยมีศักยภาพได้แก่ น้ำสับประรด ซึ่งตลาดสำหรับสินค้านี้รัสเซียยังไม่มีข้อจำกัดด้านโควตาหรือปริมาณการนำเข้า แต่ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อกำหนดในการนำเข้า⁴⁴ สินค้าน้ำสับประรดเข้มข้นจึงมีคู่แข่งที่ดี และผู้ประกอบการไทยด้านนี้ควรหันมาสนใจตลาดรัสเซียเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ในการจัดงานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติ ThaiFex & ThaiMex-2002 ณ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติไบเทค แม้รัสเซียจะไม่ได้เข้าร่วมงานนี้ แต่มีชาวรัสเซียเข้าเยี่ยมชมงานเพื่อพบผู้ผลิตสับประรดบรรจุกระป๋องและหาช่องทางสั่งซื้อเข้าไปจำหน่ายในรัสเซีย

⁴²สินค้าและบริการของไทย : สินค้าเกษตรและอาหาร [Online]. Available from : <http://www.mfa.go.th/business/page63.php?id=901>

⁴³วารสารเศรษฐกิจการเกษตร ฉบับที่ 565 เมษายน 2547

⁴⁴โปรดดูรายละเอียดในภาคผนวก ง.

อาหารไทย

อาหารไทยเป็นที่เลื่องลือไปทั่วโลก และกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นในรัสเซีย สืบเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เคยเดินทางมาไทยได้มีโอกาสลิ้มลองอาหารไทย แต่ในปัจจุบันร้านอาหารไทยในรัสเซียยังมีจำนวนไม่มาก โดยในกรุงมอสโกมีเพียง 2 ร้านเท่านั้นและชาวรัสเซียเป็นเจ้าของ จึงนับได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ยังมีช่องทางที่ดีในการลงทุนด้านอาหารไทยและร้านอาหาร

เครื่องนุ่งห่ม

รัสเซียมีประชากรจำนวนมาก รัสเซียจึงเป็นตลาดเสื้อผ้าที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นการนำเข้าเกือบจะทั้งหมด⁴⁵ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าของรัสเซียยังไม่สามารถแข่งกับสินค้านำเข้าหรือผลิตได้ตามความต้องการของตลาด ทั้งนี้เพื่อเป็นการพัฒนาตลาด ผู้ผลิตรัสเซียจึงต้องการผู้ร่วมลงทุนในการผลิตสินค้าคุณภาพสูง มีการออกแบบที่ดี ราคาสมเหตุสมผล

เมื่อตลาดรัสเซียมีการพัฒนาขึ้น ผู้บริโภคเริ่มที่จะมองหาเสื้อผ้าทันสมัย คุณภาพดีโดยเฉพาะจากบริษัทยุโรป เช่น เยอรมัน อิตาลี ฝรั่งเศส ซึ่งจัดเป็นตลาดบน สำหรับพวกรัสเซียใหม่ ที่มีฐานะ แต่เมื่อเกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในปี ค.ศ. 1998 ผู้บริโภคจึงหันมาสนใจสินค้าท้องถิ่นและสินค้าที่มีราคาไม่แพงในตลาดล่างซึ่งเป็นสินค้าสำหรับคนส่วนใหญ่ แต่สินค้าท้องถิ่นกลับไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ และรูปแบบ โดยในปี ค.ศ. 1995 มีผู้บริโภคเพียง 1 ใน 3 ส่วนที่นิยมซื้อสินค้าท้องถิ่น และอุตสาหกรรมเสื้อผ้ารัสเซียนำเข้าผ้าและด้ายถึงร้อยละ 70 เพราะวัตถุดิบเหล่านี้ไม่มีการผลิตในท้องถิ่น⁴⁶ รัสเซียจึงยังจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าอยู่ สำหรับไทยนับเป็นตลาดสินค้าเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญแห่งหนึ่งของรัสเซีย โดยชาวรัสเซียมักจะเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อมาซื้อโดยตรง และขนสินค้ากลับไปขายยังรัสเซีย

ด้วยเหตุนี้ รัสเซียจึงเป็นตลาดที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มชาวไทย การที่ชาวรัสเซียลงทุนเดินทางมาซื้อสินค้าถึงไทยย่อมแสดงให้เห็นถึงความสนใจในสินค้าของไทย ดังนั้นถ้าหากมีการส่งเสริมการค้าด้านนี้อย่างจริงจัง ก็น่าจะทำให้มีมูลค่า

⁴⁵ เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง Thai-Russian Trade Promotion 31 สิงหาคม 2544 ณ ห้องประชุมใหญ่ สถาบันฝึกอบรมการค้าระหว่างประเทศ, หน้า 33.

⁴⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 39.

การค้าที่สูง อีกทั้งในปัจจุบันรัฐบาลไทยยังส่งเสริมและผลักดันให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองแห่งแฟชั่น จึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะสร้างแบรนด์ของไทยให้เป็นที่ติดตลาดรัสเซียในอนาคต

อัญมณีและเครื่องประดับ

เศรษฐกิจของรัสเซียมีการพัฒนาที่ดีขึ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของรัสเซียเติบโตรวดเร็ว โดยในช่วงปี ค.ศ. 1999-2001 มีอัตราเติบโตต่อปีประมาณร้อยละ 20-25 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30 ในปี ค.ศ. 2002 ในอดีตรัสเซียจะมีการคุ้มครองอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับค่อนข้างสูง มีการเรียกเก็บภาษีศุลกากรในอัตราที่สูง แต่ในปัจจุบัน รัฐบาลได้ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมนี้มีการแข่งขันกันอย่างเสรีมากขึ้น โดยพยายามลดกฎระเบียบข้อบังคับลงให้มากที่สุด สังเกตได้จากการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 15 เหลือเพียงร้อยละ 5 ในปี ค.ศ. 2001 และปรับลดเหลือร้อยละ 0 เมื่อวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2002⁴⁷

รัสเซียเป็นประเทศที่มีแหล่งทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์ทั้งเพชร ทองคำ เงินและโลหะมีค่าอื่นๆ โดยแหล่งเพชรดิบขนาดใหญ่ของรัสเซียขึ้นดึงดูดให้ผู้ค้าเพชรจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในกิจการเจียรไนเพชร เพราะมีค่าจ้างแรงงานราคาถูก ในขณะที่ปริมาณการผลิตเครื่องประดับในประเทศรัสเซียเองยังมีไม่เพียงพอกับความต้องการในประเทศ สำหรับปี ค.ศ. 2000 รัสเซียมีการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยมากเป็นอันดับที่ 5 และคาดการณ์ว่ามูลค่าของอัญมณีและเครื่องประดับที่ลักลอบนำเข้าจะมีจำนวนมาก⁴⁸ ซึ่งน่าจะเป็นเพราะกระบวนการตามพิธีศุลกากรในรัสเซียมีความยุ่งยากมากกว่าในประเทศที่เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกแล้ว ทั้งนี้รัฐบาลรัสเซียยังมีการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรกับประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศด้อยพัฒนา แต่ไทยไม่ได้จัดอยู่ในกลุ่มประเทศดังกล่าว⁴⁹

⁴⁷โครงการการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของประเศนำเข้าที่สำคัญ "ประเทศรัสเซีย" สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, หน้า 3.

*โปรดดูตารางมูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของรัสเซียในปี ค.ศ. 1999-2000 ในภาคผนวก ก.

⁴⁸โครงการการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของประเศนำเข้าที่สำคัญ "ประเทศรัสเซีย" สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, หน้า 12.

⁴⁹เรื่องเดียวกัน, หน้า 18.

อย่างไรก็ดี การเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของรัสเซีย และการที่มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีค่ามาก ชาวรัสเซียยังนิยมโพลินและทับทิมซึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ เนื่องจากไม่มีแหล่งทับทิมและแซปไฟร์ในประเทศ แหล่งนำเข้าสำคัญที่สุดคือประเทศไทย⁵⁰ ทำให้รัสเซียเป็นโอกาสที่ไทยสามารถเข้าไปลงทุนและค้าขายทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างมาก ทั้งนี้ผู้ประกอบการไทยที่สนใจคงต้องศึกษาและทำความเข้าใจรสนิยมของชาวรัสเซียเสียก่อน เพื่อให้เจาะตลาดได้ง่ายขึ้น ซึ่งชาวรัสเซียส่วนใหญ่นิยมเครื่องประดับทองคำที่มีโทนสีชมพูหรือแดง (Red Gold)⁵¹ ด้วยเหตุนี้ สินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับนี้จึงเป็นอีกประเภทสินค้าหนึ่งที่มีโอกาสในการค้าหากผู้ประกอบการไทยให้ความสำคัญมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ไทยมีศักยภาพด้านเศรษฐกิจที่เกือหนุนกับรัสเซียอย่างมากโดยเฉพาะด้านสินค้าอุปโภคบริโภค และเนื่องจากรัสเซียเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้าติดต่อกันมาทุกปี จากการส่งออกสินค้าประเภทอุตสาหกรรมมายังไทย ไทยในฐานะผู้ส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคที่รัสเซียต้องการ จึงมีความจำเป็นต้องเร่งผลักดันให้รัสเซียพิจารณานำเข้าสินค้าไทยเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เกิดความสมดุลในด้านการค้าระหว่างกัน ซึ่งความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยกับรัสเซียนั้นไม่อาจประสบความสำเร็จได้ด้วยแรงสนับสนุนจากภาครัฐเท่านั้น ภาคเอกชนเองก็มีบทบาทสำคัญยิ่งในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองประเทศด้วย มิฉะนั้น ไทยอาจตกอยู่ในสถานะเสียเปรียบประเทศอื่นๆ ที่บุกตลาดรัสเซียอย่างจริงจังก่อน และหากถึงเวลานั้น ไทยคงไม่อาจนำเอาความได้เปรียบที่มีความสัมพันธ์อันดีกับรัสเซียมาอย่างยาวนาน มาช่วยพัฒนาให้ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจเจริญรุดหน้าได้

4.4 ช่องทางการทำธุรกรรมในรัสเซีย

ช่องทางการทำธุรกรรมในรัสเซียนั้นสามารถจำแนกได้หลายทาง ดังนี้⁵²

1. ลักษณะ shuttle trade หรือ การผ่านนักธุรกิจ หรือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาสั่งซื้อสินค้าและนำกลับรัสเซีย
2. การผ่านผู้นำเข้า ซึ่งแบ่งเป็น
 - ผู้นำเข้าที่เป็นบริษัทตัวแทนของผู้ผลิต ผู้ส่งออกเอง โดยบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกได้จัดตั้งขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงในการจ่ายเงิน และสามารถดำเนินการด้านการตลาดได้โดยอาจเป็นการลงทุนของผู้ผลิตผู้ส่งออกเองทั้งหมด หรือเป็นการร่วมทุน

⁵⁰ กองบรรณาธิการ, วารสารโลกการค้า Vol.12 NO.107 ธันวาคม 2005 หน้า 36.

⁵¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 37.

⁵² อัปษาลี อัครเมธา, วิเคราะห์ "รัสเซีย" ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ. หน้า 66.

- ผู้นำเข้าที่เป็นบริษัทในรัสเซีย

- ผู้นำเข้าจากประเทศที่สามที่นำเข้า และนำเข้าอีกต่อหนึ่งไปยังรัสเซีย

3. ผู้ค้าส่งซึ่งอาจจะเป็นผู้นำเข้าชาวรัสเซียเอง ผู้ค้าส่งส่วนใหญ่จะมีคลังสินค้าเพื่อเก็บและกระจายสินค้า

4. ตัวแทนจำหน่าย โดยทั่วไปจะได้รับค่าคอมมิชชั่นประมาณร้อยละ 1-5 ของการซื้อแต่ละครั้ง

จากการสัมภาษณ์นักธุรกิจไทยพบว่า นักธุรกิจไทยมีการเลือกช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายที่ตนเห็นว่าไว้ใจได้เป็นหลักซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย

4.5 วิธีการชำระเงินค่าสินค้าในรัสเซีย

ตามกฎหมายการชำระเงินในอาณาเขตของสหพันธรัฐรัสเซีย อาจดำเนินการได้ในรูปแบบต่างๆที่เป็นไปตามความตกลงระหว่างคู่สัญญา โดยอาจเป็นในลักษณะของการชำระเงินล่วงหน้า (advance) การชำระเงินระยะสั้น (short term) และ การชำระเงินในระยะยาว (long term) การชำระเงินอาจแบ่งได้เป็นประเภทต่างๆดังนี้

1. Document Letter of Credit (L/C) เป็นรูปแบบการชำระเงินที่มีความแน่นอนที่สุดวิธีหนึ่ง โดยผู้ส่งออกจะมั่นใจได้ว่าตนจะได้รับค่าสินค้าแน่นอนตามกำหนดเวลา เมื่อมีการส่งมอบสินค้าตามข้อตกลง ในขณะที่ผู้นำเข้าก็มั่นใจได้ว่าเมื่อชำระเงินแล้วจะได้รับสินค้าถูกต้องตามสัญญา

2. Document Collection เป็นรูปแบบการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการโดยมีเงื่อนไขให้ผู้รับสินค้าชำระเงินต่อธนาคารของตนก่อนรับมอบเอกสารสินค้า (shipment document) ที่ผู้ส่งสินค้าจัดส่งมาให้ การชำระค่าสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ D/P (document against payment) , D/A (document against acceptance) เป็นต้น

3. Bank Transfers เป็นรูปแบบการชำระเงินโดยคำสั่งของธนาคารหนึ่งไปยังอีกธนาคารหนึ่ง การโอนเงินชำระนี้อาจดำเนินการด้วยวิธีไปรษณีย์ เทลเลกซ์ หรือวิธีการโทรคมนาคมสื่อสารอื่นๆ ปัจจุบันวิธีการที่ปฏิบัติทั่วไป รวมถึงบางธนาคารในรัสเซียคือการโอนเงินโดยวิธี SWIFT (Society of Worldwide Interlink Financial Telecommunications) ซึ่งเป็นวิธีการโอนเงินที่รวดเร็วไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก นับเป็นวิธีการที่ใช้แพร่หลายสำหรับการค้าระหว่างประเทศ การนำเข้าส่งออก และการโอนเงินระหว่างประเทศ

4. Bank Cheques เป็นวิธีการชำระเงินซึ่งธนาคารต่างชาติสั่งจ่ายให้ธนาคารรัสเซีย ซึ่งธนาคารรัสเซียจะจ่ายเงินให้ลูกค้าต่อเมื่อมีจำนวนเงินที่เพียงพอ

5. Cash เป็นการชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด ในอดีตที่ผ่านมา มีการชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดสำหรับการสั่งซื้อสินค้าในประเทศไทยจำนวนมาก ในปัจจุบัน ความเข้มงวดของรัฐบาลรัสเซีย ในการควบคุมการนำเงินออกนอกประเทศเป็นผลให้การชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดลดลง

นอกจากวิธีการชำระเงินเหล่านี้ รัสเซียยังมีการชำระเงินด้วยรูปแบบอื่นๆที่ไม่เปิดเผยอีกด้วย ทั้งนี้การดำเนินธุรกรรมด้านการชำระเงินสกุลต่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ รัสเซียอยู่ภายใต้การควบคุมของธนาคารกลาง ซึ่งจะอนุญาตให้ธนาคารดำเนินการได้เฉพาะธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องระมัดระวังเนื่องจากธนาคาร รัสเซียไม่มีอำนาจดำเนินธุรกรรมต่างประเทศได้ทุกธนาคาร นอกจากนี้ภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจ ค.ศ. 1998 รัฐบาลได้ออกมาตรการ 17 สิงหาคม ประกาศให้ค่าเงินรูเบิลมีอัตราแลกเปลี่ยนเป็นไปตามกลไกตลาดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และเมื่อวันที่ 22 มีนาคม ค.ศ. 1999 รัสเซียยังได้ออกมาตรการเร่งด่วนควบคุมการโอนเงินชำระค่าสินค้าที่นำเข้า โดยกำหนดให้นิติบุคคลรัสเซียจะนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศที่ต้องโอนเงินชำระค่าสินค้าผ่านธนาคารที่ได้รับมอบอำนาจ ต้องวางประกันอีกเป็นจำนวนเท่ากับมูลค่าสินค้าที่จะนำเข้านั้นกับธนาคารด้วย เงินวางประกันจะได้รับคืน ต่อเมื่อ ผู้นำเข้านำเอกสารผ่านพิธีศุลกากรจากด่านศุลกากรที่มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศไปแสดงต่อธนาคารเพื่อเป็นการยืนยัน ด้านธนาคารกลางยังได้ออกมาตรการการควบคุมการนำเงินสดออกนอกประเทศโดยให้บุคคลธรรมดาที่จะเดินทางออกนอกประเทศมีสิทธินำเงินสดติดตัวออกไปได้เพียงไม่เกิน 5,000 เหรียญ เพื่อป้องกันการลักลอบขนเงินออกนอกประเทศ มาตรการทั้งหลายนี้ได้ส่งผลให้ผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าต้องชะลอการนำเข้าสินค้า เนื่องจากมีความยุ่งยาก และยังเป็นภาระเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายอีกด้วย⁵³

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทยนั้นปรากฏว่า วิธีการชำระเงินค่าสินค้าที่นิยมใช้มากที่สุดได้แก่ เงินสด และ Document Letter of Credit (L/C) เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ต้องการเสี่ยงเลยมักจะออก L/C เอาไว้ก่อน และในกรณีที่ทำธุรกิจกับคู่ค้ารายใหม่ที่ไม่เคยทำการค้ากันมาก่อน ผู้ประกอบการไทยจะต้องการเงินสดมากกว่า โดยอาจให้รัสเซียเป็นฝ่ายจ่ายค่าสินค้าก่อนการส่งสินค้า อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ปรากฏว่าไม่มีผู้ประกอบการรายใดประสบปัญหาในการชำระเงินกับรัสเซีย

⁵³ เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง Thai-Russian Trade Promotion 31 สิงหาคม 2544 ณ ห้องประชุมใหญ่ สถาบันฝึกอบรมการค้าระหว่างประเทศ, หน้า 29-30.

4.6 วิธีการขนส่งสินค้าไปยังรัสเซีย

ด้วยสภาพภูมิประเทศที่อยู่ห่างไกลกัน จึงทำให้การเดินทางและขนส่งระหว่างไทยกับรัสเซียในอดีตเน้นไปที่ทางเรือ และทางอากาศโดยสายการบินแอร์โพลอทเท่านั้น แต่ในปัจจุบัน การเดินทางขนส่งสะดวกมากขึ้น ผู้ประกอบการไทยสามารถเลือกวิธีที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนได้ เพื่อลดต้นทุนค่าขนส่งสินค้า วิธีการขนส่งสินค้าสามารถแบ่งได้ 3 วิธี ดังนี้⁵⁴

4.6.1 การขนส่งทางเรือ ประกอบด้วย 2 เส้นทางหลัก คือ

- การส่งผ่านเมืองท่าในยุโรปเหนือและบรรทุกเข้าสู่รัสเซีย ต่อโดยเส้นทางบก (ท่าเรือฮัมบวร์ก ประเทศเยอรมนี ท่าเรือ Kotga ประเทศฟินแลนด์ และท่าเรือ Riga ประเทศลัตเวีย) โดยใช้เวลาขนส่งประมาณ 45 วัน
- การขนส่งถึงท่าเรือในรัสเซียโดยตรง (ท่าเรือเมืองเซนต์ ปีเตอร์สเบิร์กทางภาคเหนือ และท่าเรือ Novorissyk ภาคใต้ ที่ทะเลดำ ซึ่งใช้เวลาประมาณ 35-40 วัน

4.6.2 การขนส่งทางอากาศ ปัจจุบัน (ค.ศ. 2006) มีสายการบินเปิดให้บริการเที่ยวบินตรงจากกรุงเทพฯ ไปยังเมืองต่างๆ ในรัสเซีย 4 สายการบิน ได้แก่ แอร์โพลอท การบินไทย สายการบินไซบีเรีย และ ทรานส์แอร์ไร

4.6.3 การขนส่งด้านอื่น จะมีส่วนช่วยในการร่นระยะเวลาการขนส่งและลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง ซึ่งมีส่วนในการลดต้นทุนสินค้า อาทิ

4.6.3.1 เส้นทางผ่านตะวันออกไกลของรัสเซียโดยการใช้ท่าเรือวลาดิวอสตอก (Bangkok – Hong Kong/Pusan – Vladivostok) และบรรทุกคอนเทนเนอร์ทางรถไฟสายทรานส์ไซบีเรีย จะร่นระยะเวลาขนส่งลงกว่าครึ่งหนึ่งของการใช้เส้นทางเดิม (เหลือประมาณ 20 วัน) การขนส่งเส้นทางรถไฟทรานส์ไซบีเรียนี้ นอกจากจะเป็นการขนส่งสินค้าสู่ประเทศรัสเซียแล้ว ยังเป็นเส้นทางที่สามารถส่งต่อสินค้าไปประเทศคาซัคสถาน คีร์กีสถาน อุซเบกิสถาน ทาจิกิสถาน และเตอร์กเมนิสถานด้วย

4.6.3.2 เส้นทางขนส่งผ่านประเทศอิหร่าน (Bangkok-Bandar Abbas ในอ่าวเปอร์เซียทางเรือ) จากเมืองท่า Bandar Abbas ขนส่งโดยรถบรรทุกต่อไปยังประเทศปลายทาง

4.6.3.3 เส้นทางขนส่งผ่านประเทศยูเครน (Bangkok-Odessa ผ่านทะเลแดง เมดิเตอร์เรเนียน เข้าทะเลดำ) เพื่อการขนส่งไปยูเครนและมอสโก

⁵⁴ กองบรรณาธิการ, วารสารโลกการค้า Vol.12 NO.107, ธันวาคม 2005, หน้า 44-45.

ข้อสังเกต คือ ในระหว่างปี ค.ศ. 1991-2001 สายการบินของไทยนั้นไม่มีเที่ยวบินตรงสู่ประเทศรัสเซีย มีเพียงสายการบินแอร์โพลอตของรัสเซียเท่านั้น การขนส่งสินค้าส่วนใหญ่ยังต้องอาศัยการขนส่งทางน้ำเป็นหลัก ซึ่งใช้เวลามาก

4.7 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำธุรกรรมกับรัสเซีย

ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินธุรกิจกับรัสเซียให้ประสบความสำเร็จมีดังต่อไปนี้⁵⁵

1. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ
2. มีกลยุทธ์ทางการส่งออก อันได้แก่
 - มีคลังเก็บรักษาสินค้า (consignment warehouses)
 - ดำเนินกิจการร่วมทุนกับบริษัทรัสเซีย
3. มีกลยุทธ์ทางการนำเข้า อันได้แก่
 - มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดหาสิ่งของให้ หรือคู่ค้า (supplier / trader)
 - การไปเยือนรัสเซีย
4. ส่งออกสินค้าจำพวก
 - ข้าว
 - น้ำตาล
 - ยางพารา
 - ผลไม้เมืองร้อน (กระป๋องและแปรรูป)
 - อาหารทะเล (กระป๋องและแช่แข็ง)
 - ดอกไม้ (ปลอมและสด)
 - ผลิตภัณฑ์ไม้
 - อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน (ไม้, พลาสติก)
 - สินค้าที่เหมาะสมประเภทอื่นๆ (other niche products)
5. นำเข้าสินค้าจำพวก
 - เหล็ก
 - สารเคมี (chemicals) ปุ๋ย (fertilizer)
 - เนื้อไม้และกระดาษ (pulp and paper)
 - ยางสังเคราะห์ (synthetic rubber)
 - สินค้าที่เหมาะสมประเภทอื่นๆ (other niche products)

⁵⁵Sergei A. Bnginevich, เอกสารแนบที่ 3 ในเอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง Thai-Russian Trade Promotion ณ ห้องประชุมใหญ่ สถาบันฝึกอบรมการค้าระหว่างประเทศ 31 สิงหาคม 2544

6. โอกาสในการลงทุน

- ผลิตภัณฑ์ทางเกษตรกรรม (agricultural production) เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารและสัตว์ปีก

- ผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบ (ceramics) อุปกรณ์การก่อสร้าง (construction materials)

- ธุรกิจการโรงแรมและร้านอาหาร

7. การจัดตั้งสมาคมการค้าไทย-รัสเซีย

ในอดีต กิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกไปยังรัสเซียยังไม่มี การดำเนินการมากนัก เพราะผู้ประกอบการไทยยังไม่มั่นใจในตลาดรัสเซียเป็นสำคัญ เนื่องจากจากระบบเศรษฐกิจของรัสเซียยังคงอยู่ในระหว่างการปรับตัวจากระบบสังคมนิยมเข้าสู่ระบบทุนนิยม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการศึกษา จากการศึกษายังพบว่าแม้ผู้ประกอบการชาวไทยจะไม่มี ความมั่นใจดังกล่าว แต่ลัทธิเห็นถึงศักยภาพของรัสเซีย ที่เป็นตลาดใหญ่ มีประชากรมาก หากแต่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับประเทศนี้ในเชิงลึกมากเท่าใดนัก และคนไทยยังยึดติดภาพเดิมๆของรัสเซีย สมัยที่เป็นสหภาพโซเวียต จึงละเลย ไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร โดยเฉพาะด้านการค้าระหว่างกัน อีกทั้งการเดินทางไปรัสเซียก็ยังไม่สะดวก ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารยังนิยมใช้แต่ภาษารัสเซียเป็นหลัก นอกจากนี้รัสเซียคุ้นเคยที่จะทำการค้าขายกับประเทศในกลุ่ม CIS ประเทศในยุโรปตะวันออกและยุโรปตะวันตกมากกว่า เนื่องจากความสัมพันธ์ในอดีตและทำเลที่ใกล้ชิด และรัสเซียยังไม่ได้เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก กฎระเบียบทางการค้าระหว่างประเทศจึงยังไม่เป็นสากล ทำให้ความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยกับรัสเซียในช่วงปี ค.ศ. 1991-2001 ไม่พัฒนาเท่าใดนัก

นอกจากนี้ การที่ไทยขาดดุลการค้ากับรัสเซียมาโดยตลอดนั้น เพราะความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศมีลักษณะพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแบบไม่เท่าเทียมกัน โดยที่ไทยนำเข้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งวัตถุดิบ เครื่องจักร แร่ธาตุ และสินค้าทางอุตสาหกรรมจากรัสเซียเป็นส่วนมาก ซึ่งล้วนแต่เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง แต่รัสเซียนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคจากไทยเป็นหลัก ซึ่งยังจำกัดอยู่ในสินค้าไม่กี่ประเภท และมีมูลค่าไม่สูงนัก ทำให้ไทยต้องขาดดุลการค้ามาโดยตลอด แต่ในปัจจุบันไทยได้ตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มมูลค่าการค้ากับรัสเซียให้มากกว่าที่ผ่านมา และได้มีการจัดนิทรรศการ การประชุมวิชาการ และมีเอกสารแนะนำสู่ทางการค้ากับรัสเซียเพิ่มมากขึ้น โดยภาครัฐบาล นำโดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ และกรมยุโรป 3 กระทรวงการต่างประเทศ รวมทั้งธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย และภาคเอกชน อย่างเช่นสมาคมการค้าไทย-รัสเซีย ซึ่งได้จัดตั้งเป็นหอการค้าไทย-รัสเซียในเวลาต่อมา เป็นต้น เนื่องจากเล็งเห็นถึงศักยภาพของรัสเซียและโอกาสทางการค้าที่

ไทยมี แต่ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศรัสเซียในไทยยังคงเข้าถึงได้ยาก ล้าสมัย และไม่มีการรวบรวมไว้
 อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงนัก ผู้ประกอบการหลายรายจึงไม่มี
 ความรู้เกี่ยวกับประเทศรัสเซียมากนัก และไม่ทราบว่ามีหอการค้าไทย-รัสเซีย เป็นรูปเป็นร่างแล้ว

ทั้งนี้ แนวทางในการพัฒนาความสัมพันธ์ไทย-รัสเซีย โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ
 นั้นอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ คือ

1. ระดับนักธุรกิจต่อนักธุรกิจ

กล่าวคือ เร่งแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างกันและกัน ในระดับ
 ประชาชน เพื่อให้มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ทั้งในเรื่องการดำเนินธุรกิจและการเข้าถึงตลาด โดย
 ผ่านตัวกลางอย่างหอการค้าของแต่ละประเทศ หรือ ผ่านการแสดงสินค้าต่างๆ หรือ การ
 แลกเปลี่ยนการเดินทางเยือนของนักธุรกิจทั้งสองฝ่าย และมีเครือข่ายในการกระจายสินค้า

2. ระดับรัฐต่อรัฐ

กล่าวคือ รัฐจำเป็นต้องให้การส่งเสริมอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม โดยการเพิ่มความเชื่อมั่น
 ให้กับนักธุรกิจที่สนใจทำการค้าหรือลงทุนกับรัสเซียผ่านการให้ความช่วยเหลือทางการเงิน และ
 อำนวยความสะดวกในการดำเนินการส่งออก รวมทั้งการให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ในการทำ
 ธุรกิจ