



## สถานการณ์ตลาดรถยนต์ในรัสเซีย

จากข้อมูลของสมาคมธุรกิจยุโรป (Association of European Business: AEB) พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินรูเบิลที่อ่อนตัวลงเป็นแรงผลักดันยอดขายรถยนต์ที่สำคัญในตลาดรัสเซีย โดยในเดือนกันยายนมียอดขายรถยนต์และรถเพื่อการพาณิชย์ขนาดเล็ก 154,400 คัน ขยายตัวร้อยละ 3.4 หลังจากอัดอั้นจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด COVID-19 และการสิ้นสุดช่วงท่องเที่ยวฤดูร้อน นอกจากนี้ยังได้ปรับลดคาดการณ์ว่าทั้งปีตลาดรถยนต์จะหดตัวเหลือร้อยละ 13.5 และหวังว่าภาครัฐจะไม่นำเอามาตรการป้องกันการแพร่ระบาดอย่างเข้มข้นด้วยการสั่งให้ธุรกิจปิดกิจการชั่วคราวกลับมาใช้อีก

ในเดือนสิงหาคมมียอดขายลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.5 หลังจากยอดขายเคยพุ่งขึ้นร้อยละ 6.8 ในเดือนกรกฎาคมซึ่งเป็นช่วงการยกเลิกมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดอย่างเข้มข้นจึงมีความต้องการที่อ่อนแอไว้ รวมทั้งมีมาตรการสนับสนุนผู้บริโภคของภาครัฐและความกังวลว่าจะมีการปรับขึ้นราคาเนื่องมาจากค่าเงินรูเบิลที่อ่อนตัวลง ทั้งนี้หากมองย้อนไปในช่วงประกาศล็อกดาวน์ในเดือนมิถุนายนตลาดหดตัวลงร้อยละ -23.3 และเดือนพฤษภาคมติดลบถึงร้อยละ -51.8

ค่ายรถที่มียอดจำหน่ายมากที่สุดได้แก่ Lada จำนวน 35,300 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และ Volkswagen จำนวน 10,700 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ถัดไปเป็น Hyundai จำนวน 18,400 คัน (เติบโตร้อยละ 15) และ Skoda จำนวน 9,600 คัน (เติบโตร้อยละ 31)

ส่วนค่ายรถอื่น ๆ ใน 10 อันดับแรกที่มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่มากนักได้แก่ Kia จำนวน 20,400 คัน (เติบโตร้อยละ 6) Renault จำนวน 14,000 คัน (เติบโตร้อยละ 5)

UAZ จำนวน 3,800 คัน (เติบโตร้อยละ 7) ขณะที่ Toyota มียอดขาย 8,500 แต่หดตัวลงร้อยละ 10 และ Nissan จำนวน 5,600 คัน (หดตัวร้อยละ 24) GAZ จำนวน 4,400 คัน (หดตัวร้อยละ 26)

หากไม่มีการใช้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดอย่างเข้มข้นแม้ว่าสถานการณ์ COVID-19 จะเลวร้ายลงในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปีนี้ AEB ก็คาดว่าจะช่วยให้อัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นจากที่คาดการณ์ไว้แต่เดิม

ปัจจุบันนี้ผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับค่าเงินรูเบิลที่อ่อนตัวลงและไม่ต้องการที่จะประวิงเวลาการซื้อออกไปอีกทั้งการปรับนโยบายการให้สินเชื่อซื้อรถที่เอื้อต่อผู้บริโภคก็ช่วยเพิ่มยอดขายได้เป็นจำนวนมากกับ Hyundai และ Volkswagen

ที่มา: *Cars Left on a Weak Ruble*, Kommersant.ru

วิกฤติเศรษฐกิจอันเกิดจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งฝ่ายผู้ผลิตและความต้องการของผู้บริโภคในตลาด แต่ทันทีที่ยกเลิกมาตรการป้องกันที่เข้มข้นเมื่อเดือนกรกฎาคมแล้ว ทำให้ความต้องการซื้อที่อัดอั้นเอาไว้ได้ปลดปล่อยออกมา บวกกับความกังวลที่ค่าเงินรูเบิลอ่อนตัวจะทำให้ราคารถแพงขึ้นจึงทำให้ยอดขายรถยนต์กลับมาเติบโตได้อีกครั้ง อย่างไรก็ตามในช่วงไตรมาสสุดท้ายยังคงคอยจับตาดูว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เริ่มก่อตัวขึ้นอีกครั้งจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์มากน้อยเพียงใด

การส่งออกของไทยไปยังตลาดรัสเซีย มีหมวดสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ครองสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 30 ของทั้งหมด ส่วนมากเป็นรถยนต์นั่ง

รองลงมาได้แก่ชิ้นส่วนและรถปิคอัพ โดยในช่วง 8 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2563 ไทยมียอดการส่งออกหดตัวถึงร้อยละ -48 ซึ่งก็เป็นไปตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ทำให้ความต้องการในตลาดหดหายไป ในช่วงท้ายปีนี้

หากไม่มีการใช้มาตรการป้องกันอย่างเข้มข้นในช่วง COVID-19 ระลอกที่สองจนกระทบต่อภาคธุรกิจมากเกินไปก็คาดว่า การส่งออกของไทยในปี พ.ศ. 2564 จะฟื้นตัวได้อย่างค่อยเป็นค่อยไป 