

การวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศเป้าหมายในการทำ FTA กับไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

สหพันธรัฐรัสเซียมีที่ตั้งอยู่ทั้งในทวีปเอเชีย และทวีปยุโรป โดยมีเนื้อที่ประมาณ 17,075,400 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่อันได้แก่ บริเวณไซบีเรีย ซึ่งมีประมาณ 3 ใน 4 ของพื้นที่ทั้งหมดอยู่ในทวีปเอเชียที่เหลือประมาณ 1 ใน 4 ของพื้นที่ทั้งหมดอยู่ในทวีปยุโรป ประเทศรัสเซียนับว่าเป็นประเทศที่เป็นยุทธศาสตร์สำคัญทั้งทางด้านการค้าและการลงทุน เพราะมีรูปร่างยาวไปตามแนวตะวันออก-ตะวันตกของโลก มีทางออกทางทะเลทุกด้าน ทิศเหนือ: จดมหาสมุทรอาร์คติก บริเวณทะเลบาเรนต์ (Barents Sea) ทะเลคารา (Kara Sea) ทะเลแลปเตฟ (Laptev Sea) ทะเลไซบีเรียตะวันออก (East Siberia Sea) และทะเลชุกชี (Chukchi Sea) ทิศใต้: จดทะเลดำ (Black Sea) ทะเลอาซอฟ และทะเลสาบแคสเปียน (Caspian Sea) ทิศตะวันออก: จดมหาสมุทรแปซิฟิกบริเวณทะเลบาริง (Bering Sea) ทะเลโอคอตสค์ (Sea of Okhotsk) และทะเลญี่ปุ่น (Sea of Japan) ทิศตะวันตก : จดทะเลบอลติก (Baltic Sea) อีกทั้งยังมีพรมแดนติดต่อกับประเทศต่างๆ นอกจากติดต่อกับแลทเวีย เอสโตเนีย เบลารุส ยูเครน จอร์เจีย อาเซอร์ไบจาน คาซัคสถาน ซึ่งเดิมเคยรวมเป็นสหภาพโซเวียตด้วยกันแล้ว ยังติดต่อกับประเทศในทวีปยุโรปอีก 2 ประเทศ คือ ฟินแลนด์ และนอร์เวย์ และประเทศในทวีปเอเชียอีก 3 ประเทศ คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน เกาหลีเหนือ และมองโกเลีย

รัสเซียเป็นประเทศที่มีพื้นที่อันกว้างใหญ่ ดังนั้น จึงมีลักษณะสภาพภูมิอากาศที่แตกต่างกันหลายลักษณะแบ่งได้เป็น 5 ประเภท คือ

- ภูมิอากาศและทุนดรา (Tundra Climate) ได้แก่ บริเวณที่ติดกับมหาสมุทรอาร์คติก จะหนาวจัดมีฝนตกน้อย ไม่มีต้นไม้

- ภูมิอากาศแบบหนาวกึ่งขั้วโลก (Sub-Arctic Climate) ได้แก่ บริเวณก่อนไปทางเหนือและต่ำลงมาทางตอนกลางของประเทศ จะมีอากาศหนาวเย็น มีป่าสน

- ภูมิอากาศแบบภาคพื้นทวีป (Humid Continental Climate) ได้แก่ บริเวณตอนกลางของประเทศ มีทั้งลักษณะอากาศหนาว อบอุ่น และร้อน ซึ่งถือได้ว่าเป็นภูมิอากาศส่วนใหญ่ของประเทศ

- ภูมิอากาศแบบเมดิเตอร์เรเนียน (Mediterranean Climate) ได้แก่ บริเวณตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศ จะมีลักษณะอบอุ่นในฤดูหนาว พร้อมทั้งมีฝนตกแห้งแล้งในฤดูร้อนมีฝนตกปานกลาง

- ภูมิอากาศแบบทุ่งหญ้า (Steppe Climate) ได้แก่ บริเวณทางตอนใต้ทางทะเลสาบแคสเปียน จะมีลักษณะอบอุ่นค่อนข้างแห้งแล้ง ฝนตกน้อย

รัสเซียจัดว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่มากโดยเฉพาะอย่างยิ่ง น้ำมัน และทรัพยากรแร่ ได้แก่ ปิโตเลียม เหล็ก แมงกานีส ทองแดง สังกะสี ตะกั่ว นิกเกิล ทองคำ ทองคำขาว และเกลือ ส่วนทรัพยากรทางการเกษตร ประกอบด้วย ด้านพืชไร่-พืชสวน ได้แก่ ข้าวสาลี ผัก ข้าวโอ๊ต ข้าวไรย์ ข้าวบาเลย์ ข้าวฟ่าง ข้าวโพด มันฝรั่ง ชา ดอกทานตะวัน ฝ้าย ป่าน ยางพารา ด้านปศุสัตว์ ได้แก่ ม้า แกะ วัว แพะ ไก่ หมู และ ด้านการประมง ได้แก่ ปลาชนิดต่างๆ เช่น ปลาสเตอร์เจียน

สหพันธรัฐรัสเซีย มีมอสโกเป็นเมืองหลวง และเป็นเมืองใหญ่ที่สุด รองลงมา คือ เลนินกราด ตั้งอยู่บนอ่าวฟินแลนด์ และเป็นเมืองท่าที่สำคัญ นอกจากนั้นยังมีเมืองกอร์กีเป็นเมืองศูนย์กลางของสถานีวิทยุ สนามบิน รถไฟ และมีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เมืองรอสตอฟ –

ออนดอน เป็นเมืองที่มีโรงงานอุตสาหกรรม และเป็นตลาดข้าวที่ใหญ่ของทวีปยุโรป เมืองสโมเลนสกี ซึ่งเป็นเมืองเก่าแก่ มีโรงงานอุตสาหกรรมต่อสู้อิทธิพลจำนวนมาก นอกจากนี้ ยังมีเมืองใหญ่ที่มีประชากรอาศัยหนาแน่นอีกหลายเมือง เช่น เซนต์ปีเตอส์เบิร์ก วลาดิวอสต็อก โนวอซีบีร์สค์ นิซนีย์ โนฟโกรอด เยคาทารินเบิร์ก คาลินินกราด วอลโกกราด อาร์คานเจลสค์ เอกาเตรินเบิร์ก เชลยาบินสค์ ออมสค์ โนวอซีบีร์สค์ คราสโนยาร์สค์ เออร์คุตสค์ คาบาร์อฟสค์ นาโคดกา และ ยูซโน-สัคคาร์ินสค์

ปัจจุบันรัสเซียใช้รูปแบบการปกครอง สหพันธรัฐ โดยมีประธานาธิบดีเป็นประมุขและหัวหน้ารัฐบาลโดยได้จากการเลือกตั้ง มีรัฐธรรมนูญ ฉบับปัจจุบันเริ่มใช้เมื่อ วันที่ 12 ธันวาคม ค.ศ. 1993 การเมืองในรัสเซียค่อนข้างมีเอกภาพมากขึ้นจากการนำของประธานาธิบดีวลาดีเมียร์ ปูติน ปัญหาการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของรัสเซีย คือ ปัญหาสงครามเชเชเนีย

ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากสงครามเชเชเนีย

- รัสเซียได้รับการประณามจากรัฐบาลประเทศตะวันตก และองค์การระหว่างประเทศต่างๆ ว่า ละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างร้ายแรง โดยการไม่ยอมแก้ไขปัญหาโดยวิถีทางทางการเมือง แต่ใช้กำลังทางทหารเข้าบดขยี้ฝ่ายกบฏ โดยใช้วิธีกวาดล้างแบบราบคาบไม่เลือกเฉพาะพื้นที่ตั้งของฝ่ายกบฏ รวมทั้งเน้นการโจมตีทางอากาศเป็นหลัก ยังผลให้ประชาชนชาวเชเชเนียไม่ว่า เด็กและสตรีล้มตายเป็นจำนวนมาก ที่เหลือกว่า 500,000 คน กลายเป็นผู้อพยพลี้ภัยไปยังดินแดนข้างเคียง

- ปัญหาเชเชเนียทำให้รัสเซียต้องสูญเสียงบประมาณมหาศาล รวมทั้งอาวุธยุทโธปกรณ์ และกำลังคน โดยเฉพาะในเรื่องหลังที่ส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจของชาวรัสเซียอย่างมาก ทั้งนี้ นอกจากจะส่งทหารอาชีพไปรบแล้ว รัฐบาลรัสเซียยังได้เกณฑ์เด็กวัยรุ่นรัสเซียออกไปรบอีกด้วย กล่าวกันว่าปัจจุบันทหารที่ประจำการอยู่ในเชเชเนียนั้น หนึ่งในสามมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งเรื่องนี้ทำให้รัสเซียได้รับการประณามจากนานาชาติและองค์การ ด้านสิทธิมนุษยชนต่างๆ อีกเช่นกัน และจากการสำรวจประชามติล่าสุด ชาวรัสเซียสนับสนุนการทำสงครามเชเชเนียเพียงร้อยละ 51 ลดลงจากร้อย 70 ในช่วงแรกของสงครามเชเชเนีย

- ท่าทีของรัสเซีย ประเทศส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาเชเชนเป็นปัญหาภายในของรัสเซียและเข้าใจสถานะของรัสเซียซึ่งมีสาธารณรัฐปกครองตนเองอยู่ 21 แห่ง หากรัสเซียปล่อยให้เชเชนเป็นอิสระในอนาคตสาธารณรัฐอื่นๆ ก็จะต้องเอาแบบอย่าง อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากที่นายปูตินขึ้นเป็นนายกรัฐมนตรีรัสเซียปลายปี ค.ศ. 1999 นั้น นายปูตินต้องการให้สงครามเชเชนยุติลงโดยเร็ว เพื่อใช้เหตุการณ์ในเชเชนเป็นการเรียกคะแนนนิยมสำหรับการลงแข่งขันเลือกตั้งประธานาธิบดี จึงเริ่มนโยบายปราบปรามขบวนการแบ่งแยกดินแดนอย่างเด็ดขาดและจริงจัง ด้วยการโหมใช้กำลังทหารบุกโจมตีแบบกวาดล้างให้ราบคาบ ไม่เลือกว่าเป็นกลุ่มกบฏที่เป็นทหาร หรือพลเรือน ตลอดจนทำลายสถานที่และเมืองต่างๆ ในเชเชนแบบไม่จำกัดเฉพาะค่ายทหารหรือในสถานที่ทำการสู้รบ แต่รวมไปถึงบ้านเรือน ที่อยู่อาศัย โรงพยาบาลหรือสถานที่สาธารณะต่างๆ ทำให้นานาประเทศ นำโดยสหรัฐฯ และประเทศยุโรปตะวันตกเริ่มการประท้วงการกระทำของรัสเซียต่อกรณีเชเชนในแง่ของการละเมิดสิทธิมนุษยชนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม รัสเซียพยายามลงทำที่เดิมว่าการใช้กำลังทหารของตนเป็นการกระทำที่ชอบธรรม กองทหารรัสเซียเข้าไปในเชเชนเพื่อปราบปรามผู้ก่อการร้าย และรักษาความสงบเรียบร้อยในดินแดนของรัสเซีย ปัญหาเชเชนถือเป็นปัญหาภายในประเทศ ทั้งนี้ ประธานาธิบดีปูตินได้ย้ำถึงจุดยืน นี้ในโอกาสและในเวทีระหว่างประเทศต่างๆ เสมอ รวมทั้ง ได้ย้ำว่าปัญหาเชเชนเกี่ยวข้องกับปัญหาการก่อการร้ายระหว่างประเทศ เพราะรัสเซียอ้างว่ากบฏเชเชนได้รับความช่วยเหลือด้านอาวุธและกองโจรจากภายนอกประเทศ จึงจำเป็นที่นานาประเทศต้องร่วมกันปราบปรามปัญหาการก่อการร้ายระหว่างประเทศนี้ให้หมดสิ้นไป โดยรัสเซียได้กำหนดให้เรื่องการแสวงหาความร่วมมือกับนานาประเทศในการปราบปราม การก่อการร้ายระหว่างประเทศเป็นหัวข้อหนึ่งในนโยบายต่างประเทศของตนด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจทั่วไป

รัสเซียมีผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP) 1,544 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2005 มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ร้อยละ 6.2 รายได้ประชาชาติต่อหัว 10,770 ดอลลาร์สหรัฐฯ อัตราเงินเฟ้อ ร้อยละ 12.8 ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ ป่าไม้ ขนสัตว์ สินแร่ ผลิตภัณฑ์ทางเกษตรกรรม ทรัพยากร หินน้ำบาดาล เมล็ดทานตะวัน เนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม อุตสาหกรรมที่สำคัญคือ การทำเหมืองแร่อย่างครบวงจร ทั้งถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และเหล็ก เคมีภัณฑ์ เครื่องบิน อุตสาหกรรมด้านอวกาศ อุปกรณ์การสื่อสารและขนส่ง เรือ รถไฟ เครื่องมือทางการแพทย์ เครื่องจักรทางการเกษตร

ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจของประเทศรัสเซีย

(1) ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ		
	ปี 2005 (E)	ปี 2006 (F)
GDP(at PPP) (US\$ Bill)	1,544	1,676
GDP growth (%)	6.2	5.5
GDP percapita (at PPP) (US\$)	10,770	11,730
Exports fob (US\$ Mill)	229,631	244,646
Imports cif (US\$ Mill)	127,607	150,402
Trade balance	102,024	94,244
อัตราเงินเฟ้อ(%)	12.8	9.5
สินค้าส่งออก – แร่ธาตุและเชื้อเพลิง เหล็กและเหล็กกล้า อลูมิเนียมและผลิตภัณฑ์ ไม้และผลิตภัณฑ์ ส่งออกไปประเทศ – เนเธอร์แลนด์ 13.30% อิตาลี 8.04% จีน 6.40% เยอรมนี 6.26% ออสเตรเลีย 5.77% ไทย 0.47%		

ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : Moscow

พื้นที่ : 17,075,200 ตารางกิโลเมตร

ภาษาราชการ : รัสเซีย

ประชากร : 143.4 ล้านคน (2005) F

อัตราแลกเปลี่ยน: 1US\$ = 28.1231 RUR (2005) F

รัสเซียมีการส่งออกประมาณ 229 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีมูลค่าการนำเข้า 127 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สินค้าออกที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมัน และผลิตภัณฑ์จากน้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ ไม้และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ เหล็ก เคมีภัณฑ์ ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐฯ ประเทศในกลุ่มเครือรัฐเอกราช (CIS) จีน ญี่ปุ่น สินค้านำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องมือเครื่องจักร เคมีภัณฑ์ สินค้าอุปโภคบริโภค ยา เนื้อสัตว์ น้ำตาล ตลาดนำเข้าที่สำคัญ สหภาพยุโรป สหรัฐฯ กลุ่มประเทศ CIS ญี่ปุ่น และจีน

พัฒนาการทางเศรษฐกิจที่สำคัญของรัสเซีย

รัสเซียได้ดำเนินการปฏิรูประบบเศรษฐกิจจากระบบวางแผนส่วนกลางไปสู่ระบบเสรีนิยมตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 โดยมีแนวทางที่สำคัญๆ ได้แก่ การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การเปิดเสรีการค้า และการปฏิรูประบบการเงินการคลัง โดยมีเป้าประสงค์ เพื่อนำรัสเซียให้พ้นจากสภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากความล้มเหลวของการบริหารเศรษฐกิจแบบวางแผนจากส่วนกลางในสมัยสหภาพโซเวียต การปฏิรูปด้านการคลังภายหลังการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการ ฟังพากรู้อยู่มี เงินระยะสั้นเพื่อแก้ปัญหาการขาดดุลงบประมาณ รวมทั้งวิกฤตการณ์การเงินในเอเชีย ได้ส่งผลให้รัสเซีย ต้องประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในปี ค.ศ. 1998 และต้องขอความช่วยเหลือทางการเงินจาก IMF อย่างไรก็ตาม รัสเซียสามารถดำเนินการให้รอดพ้นวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจได้ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างเสถียรภาพของเงินรูเบิล การควบคุมอัตราเงินเฟ้อ และการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ จนสามารถขจัดใช้เงินต้นที่กู้ยืมจาก IMF ได้ ในช่วงปี ค.ศ. 2000-2001 รวมทั้งมีเงินทุนสำรองและกระแสบัญชีเกินดุล นอกจากนี้ การปฏิรูปและเปิดเสรีทางการค้าทำให้รัสเซียได้รับการรับรองสถานะเศรษฐกิจแบบตลาดจากสหรัฐฯ และได้รับคำมั่นจากสหภาพยุโรปที่จะให้สถานะเดียวกัน ซึ่งจะเป็นการช่วยสนับสนุนการสมัครเป็นสมาชิก WTO ของรัสเซียด้วย ปัจจัยหลักของการเติบโตทางเศรษฐกิจของรัสเซีย คือ อุปสงค์การบริโภคในประเทศที่สูงขึ้น และ รายได้ของประชากรที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลมาจากราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้น ซึ่งทำ

ให้รัสเซียสามารถนำรายได้จากส่วนนี้ไปใช้หนี้ต่างประเทศและส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรมด้านอื่นๆ รวมทั้งเงินรูเบิลที่มีเสถียรภาพ และความต่อเนื่องในการดำเนินมาตรการปฏิรูปทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ เช่น การดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม การปฏิรูประบบภาษีเพื่อลดความซ้ำซ้อน การปฏิรูปที่ดินและการเงิน และการปรับเปลี่ยน ระเบียบขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางเศรษฐกิจและสังคมให้คล่องตัวยิ่งขึ้น ทั้งนี้ รัฐบาลรัสเซียยังคงดำเนินนโยบายอื่นๆ เพื่อเปิดเสรีทางเศรษฐกิจมากขึ้น โดยเฉพาะการลดบทบาทของรัฐบาลในภาคธุรกิจ การสร้างความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชน และการลดอัตราภาษีศุลกากร นอกจากนี้ รัฐบาลยังให้ความสำคัญต่อการลงทุนของต่างประเทศเป็นอย่างมาก เพื่อให้เป็นเป็นปัจจัยกระตุ้นภาคอุตสาหกรรมโดยรวม รวมทั้งการขยายธุรกิจ การเพิ่มการจ้างงาน การเพิ่มผลผลิต และการพัฒนาระบบธุรกิจของบริษัทภายในประเทศให้มีความทันสมัย ปัญหาด้านเศรษฐกิจที่รัสเซียต้องเร่งแก้ไข คือ การเจริญเติบโตยังจำกัดอยู่ในภาคอุตสาหกรรมพลังงานและเชื้อเพลิง การขาดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ความล่าช้าในการปฏิรูปสาธารณสุข โภค อสังหาริมทรัพย์ ระบบการธนาคารและภาคการเงิน การขาดการลงทุนของธุรกิจขนาดกลางและย่อมและธุรกิจรายใหม่ๆ ระบบการผลิตส่วนใหญ่ไม่สามารถเพิ่มผลผลิต ทำให้ประสิทธิภาพขาดทุน และช่องว่างของรายได้ระหว่างประชาชนในเมือง และชนบท

ตลาดแรงงานและรายได้ที่เป็นตัวเงินของภาคครัวเรือน

จำนวนประชากรที่อยู่ในวัยทำงานประมาณ 73.4 ล้านคน ณ วันที่ 30 เมษายน ค.ศ. 2005 หรือคิดเป็นร้อยละ 51 ของประชากรทั่วประเทศ ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคมของปี ค.ศ. 2005 จำนวนผู้ใช้แรงงานซึ่งทำงานในบริษัทเอกชน หรือองค์กรต่างๆ มีจำนวนเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับ ช่วงเวลาเดียวกันของปี ค.ศ. 2004 ซึ่งทำงานในธุรกิจแขนงต่างๆ อาทิเช่น อู่ไฮดรอลิก รถจักรยานยนต์ สินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจขายส่งและธุรกิจขายปลีก รัฐบาล รวมทั้งรับราชการทหาร และตำรวจ อยู่ในภาคการเงิน ธุรกิจจัดหางาน นอกจากนี้ ยังมีผู้ใช้แรงงานนอกระบบในหลายสาขาอาชีพ อาทิเช่น ภาคเกษตรกรรม ลำสัตว์ และการทำป่าไม้ อาชีพประมง สิ่งทอ ผลิตภัณฑ์ขนสัตว์และหนังสัตว์ หัตถกรรม รองเท้าหนังและรองเท้าบู๊ต และเครื่องนุ่งห่ม

จำนวนของผู้ว่างงานในเดือนมกราคม ค.ศ. 2005 ประมาณ 318,000 คน (คำนวณโดยวิธีของ ILO) และเพิ่มขึ้นเป็น 5.8 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.9 ของประชากรในวัยทำงาน ในจำนวนนี้มีผู้ว่างงานที่มากลงทะเบียนกับภาครัฐจำนวน 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.8 ของประชากรในวัยทำงาน ซึ่งคนจำนวนนี้ รัฐบาลรัสเซียได้ให้การช่วยเหลือจ่ายเงินอุดหนุน ขั้นต่ำ 720 รูเบิล แต่ไม่เกิน 2,880 รูเบิล

เงินเดือนในนาม (Nominal salary) และเงินเดือนที่แท้จริง (Real salary) จากการคำนวณของคณะกรรมการสถิติแห่งสหพันธรัฐรัสเซีย ในเดือนเมษายน ค.ศ. 2005 เงินเดือนในนามเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน คือ ประมาณ 8,133 รูเบิล และเมื่อคิดเป็นเงินเดือนที่แท้จริงแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 8.7 มีการคาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตของค่าจ้างแรงงานในเดือนมีนาคม ค.ศ. 2005 เปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า ดังนี้ อาชีพประมงเพิ่มขึ้นร้อยละ 140.2 ภาค

การเงินร้อยละ 135.7 ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 135.7 ขนสัตว์ ผลิตภัณฑ์หนังสัตว์และรองเท้าหนังร้อยละ 129.5 ผลิตภัณฑ์เคมีร้อยละ 127.8 ไฟฟ้า ก๊าซธรรมชาติและน้ำมันเชื้อเพลิงร้อยละ 127 ธุรกิจขายส่งและขายปลีก รวมทั้งอะไหล่รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เครื่องใช้ในครัวเรือนและธุรกิจที่เป็นเจ้าของเองร้อยละ 130.1

ภาคธุรกิจที่มีการเติบโตของค่าจ้างแรงงานต่ำที่สุด ได้แก่ สาขาการทำเหมืองแร่ สาขาส่งท่อและเครื่องนุ่งห่มร้อยละ 113.9 สาขายางและพลาสติกร้อยละ 115

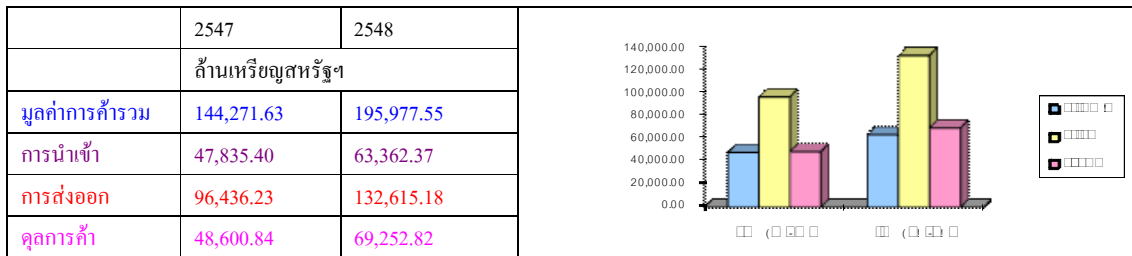
ภาคการผลิตที่ได้รับค่าตอบแทนแรงงานสูงสุดในเดือนมีนาคม ค.ศ. 2005 คือ การผลิตเชื้อเพลิงและทรัพยากรพลังงาน (21,290 รูเบิล) การผลิตโค้ก (19,153 รูเบิล) สาขาการเงิน (23,300 รูเบิล) สาขาการขนส่งและการสื่อสาร (10,730 รูเบิล) และภาคการผลิตที่ได้รับค่าตอบแทนแรงงานต่ำที่สุดคือ ภาคเกษตรกรรม ลำสัตว์และป่าไม้ (3,300 รูเบิล) ส่งท่อและเครื่องนุ่งห่ม (3,834 รูเบิล)

ค่าตอบแทนแรงงานเฉลี่ยต่อคนประมาณ 8,452 รูเบิล คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 24 จาก ปี ค.ศ.2004 โดยเงินเดือนที่แท้จริงเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.5 ในปี ค.ศ. 2005

การค้าระหว่างประเทศของรัสเซีย

มูลค่าการค้า

ตารางที่ R1.1 แสดงมูลค่าการนำเข้า ส่งออก และดุลการค้าของรัสเซีย-โลก



รัสเซียมีระดับของการเปิดประเทศมากขึ้น มูลค่าการค้าระหว่างประเทศปรับเปลี่ยนเพิ่มขึ้นจาก 144 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2003 เป็น 196 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2004 โดยรัสเซียมีดุลการค้าเกินดุลเพิ่มขึ้นจาก 49 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็น 69 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2004 ทั้งการส่งออก และการนำเข้ามีการขยายตัว แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวทางเศรษฐกิจของรัสเซีย และการเปิดกว้างมากขึ้นทางเศรษฐกิจ (Economic openness)

ตารางที่ R1.2 มูลค่าการนำเข้า ส่งออก และดุลการค้าของรัสเซีย-ไทย

	2547	2548
	ล้านเหรียญสหรัฐฯ	
มูลค่าการค้ารวม	456.66	796.81
การนำเข้า	225.74	311.12
การส่งออก	230.92	485.69
ดุลการค้า	5.18	174.58

สำหรับความสัมพันธ์ทางการค้ากับไทย พบว่า รัสเซียมีการทำการค้ากับไทยมากขึ้น โดยมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียปรับเปลี่ยนเพิ่มขึ้นจาก 456.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2003 เป็น 796.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2004 รัสเซียมีการเกินดุลการค้ากับไทยเพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน โดยการส่งออกของรัสเซียมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 230.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 485.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2004 การเพิ่มขึ้นของมูลค่าการค้าระหว่างสองประเทศแสดงให้เห็นถึงโอกาสทางการค้าที่สองประเทศจะได้รับจากการทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้า

การนำเข้า

ตารางที่ R1.3 แสดงประเทศคู่ค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่รัสเซียนำเข้าในปี ค.ศ. 2005

	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ	สัดส่วน %	% เพิ่ม/ลด
มูลค่าการนำเข้ารวม	63,362.37	100.00	32.46
1. เยอรมนี	8,375.36	13.22	23.63
2. ยูเครน	5,493.33	8.67	28.07
3. จีน	4,465.48	7.05	40.55
4. ญี่ปุ่น	4,179.14	6.60	51.48
5. สหรัฐฯ	3,056.10	4.82	37.93
34. ไทย	311.12	0.49	37.82
อื่น ๆ	37,481.85	59.15	32.01

ตารางที่ R1.4 แสดงรายการสินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่รัฐเวียดนามนำเข้าในปี ค.ศ. 2005

	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐ	สัดส่วน%	% เพิ่ม/ลด
มูลค่าการนำเข้ารวม	63,362.37	100.00	32.46
1. รถยนต์และยานยนต์	5,445.52	8.59	47.98
2. ยารักษาหรือป้องกันโรค	2,631.05	4.15	58.11
3. ส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์	921.78	1.45	55.53
4. อลูมิเนียมออกไซด์	916.01	1.45	29.32
5. เครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์	882.18	1.39	21.95
อื่น ๆ	52,565.84	82.96	20.03

ตารางที่ R1.5 แสดงรายการสินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่รัฐเวียดนามนำเข้าจากไทยในปี ค.ศ. 2005

	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐ	สัดส่วน%	% เพิ่ม/ลด
มูลค่าการนำเข้ารวมจากไทย	311.12	100.00	37.82
1. รถบรรทุกเล็ก	30.55	9.82	166.90
2. ส่วนประกอบเครื่องรับวิทยุ/โทรทัศน์	21.67	6.96	-1.82
3. โพลีเอซิทิล โพลีเอเทอร์อื่นๆ และอีพอกไซด์เรซิน	20.74	6.67	91.77
4. หลอดภาพโทรทัศน์และวิดีโอ	17.98	5.78	-21.31
5. เครื่องจักร เครื่องจักรโรงงาน	16.25	5.22	111.05
อื่น ๆ	203.93	65.55	4.58

การส่งออก

ตารางที่ R1.6 แสดงประเทศคู่ค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่รัสเซียส่งออกไปในปี ค.ศ. 2005

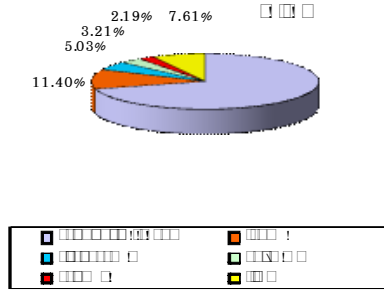
	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ	สัดส่วน %	% เพิ่ม/ลด
มูลค่าการส่งออกรวม	132,615.18	100.00	37.52
1. เนเธอร์แลนด์	17,358.83	13.09	68.26
2. อิตาลี	10,387.61	7.83	130.10
3. เยอรมนี	8,346.09	6.29	20.73
4. จีน	8,074.19	6.09	34.89
5. ยูเครน	7,595.53	5.73	18.39
38. ไทย	485.69	0.37	110.33
อื่น ๆ	80,367.25	60.60	29.50

ตารางที่ R1.7 แสดงรายการสินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่รัสเซียส่งออกไปในปี ค.ศ. 2005

	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ	สัดส่วน %	% เพิ่ม/ลด
มูลค่าการส่งออกรวม	132,615.18	100.00	37.52
1. น้ำมันปิโตรเลียม น้ำมันดิบ	53,760.46	40.54	63.23
2. น้ำมันสำเร็จรูป	23,215.91	17.51	99.04
3. อลูมิเนียมที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป	4,108.60	3.10	16.64
4. ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้าไม่เจือ	3,765.69	2.84	24.16
5. นิกเกิลที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป	2,771.99	2.09	13.55
อื่น ๆ	44,992.53	33.93	-32.00

ตารางที่ R1.8 แสดงรายการสินค้าสำคัญ 5 อันดับแรกที่รัสเซียส่งออกไปไทยในปี ค.ศ. 2005

	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ	สัดส่วน%	% เพิ่ม/ลด
มูลค่าการส่งออกไทย	485.69	100.00	110.33
1. ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้าไม่เจือ	342.71	70.56	120.13
2. เศษเหล็ก	55.38	11.40	142.91
3. น้ำมันปิโตรเลียม น้ำมันดิบ	24.43	5.03	---
4. อลูมิเนียมที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป	15.58	3.21	31.05
5. ผลิตภัณฑ์แผ่นรีดทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	10.61	2.19	---
อื่น ๆ	36.98	7.61	-57.07



ข้อสังเกตด้านการค้าระหว่างประเทศ

- สินค้านำเข้าสำคัญของรัสเซีย ได้แก่ รถยนต์และยานยนต์อื่นๆ ยารักษาหรือป้องกันโรค ส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ อลูมิเนียมออกไซด์ เครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์

- สินค้าส่งออกสำคัญของรัสเซีย ได้แก่ น้ำมันปิโตรเลียม น้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป อลูมิเนียมที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้าไม่เจือ นิกเกิลที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป

- แหล่งผลิตสำคัญที่รัสเซียนำเข้า ได้แก่ เยอรมนี ยูเครน จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ ปัจจุบันรัสเซียนำเข้าจากไทยเป็นอันดับที่ 34 สัดส่วนร้อยละ 0.49 และไทยเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 38 ของรัสเซีย สัดส่วนร้อยละ 0.37

- สินค้าไทยที่มีศักยภาพส่งออกไปตลาดรัสเซีย ได้แก่

- รถบรรทุกเล็ก (HS8704) รัสเซียนำเข้าจากตลาดโลกมูลค่า 401.159 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 59.95 นำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 4 สัดส่วนร้อยละ 7.62 มูลค่า 30.552 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 166.89 ในขณะที่นำเข้าจากเยอรมนีอันดับ 1 สัดส่วนร้อยละ 22.22 เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.12 ส่วนคู่แข่งชั้นสำคัญที่มีสัดส่วนและมูลค่าเพิ่มขึ้นสูง คือ สวีเดน และญี่ปุ่น

- ส่วนประกอบเครื่องรับวิทยุ/โทรทัศน์ (HS8529) รัสเซียนำเข้าจากตลาดโลก มูลค่า 224.219 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.35 นำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 3 สัดส่วนร้อยละ 9.66 มูลค่า 21.668 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.82 ในขณะที่นำเข้าจากจีนอันดับ 1 สัดส่วนร้อยละ

30.63 เพิ่มขึ้นร้อยละ 84.20 ส่วนคู่แข่งชั้นสำคัญที่มีสัดส่วนและมูลค่าเพิ่มขึ้นสูง คือ สวีเดน และสหรัฐอเมริกา

- โพลีเอซีทอล โพลีเอเทอร์อื่นๆ และอีพอกไซค์เรซิน (HS3907) รัสเซียนำเข้าจากตลาดโลก มูลค่า 407.735 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 72.86 นำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 3 สัดส่วนร้อยละ 5.09 มูลค่า 20.736 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 91.76 ในขณะที่นำเข้าจากเกาหลีใต้ อันดับ 1 สัดส่วนร้อยละ 65.77 เพิ่มขึ้นร้อยละ 98.46 ส่วนคู่แข่งชั้นสำคัญที่มีสัดส่วนและมูลค่าเพิ่มขึ้นสูง คือ เยอรมนี และจีน

- หลอดภาพเครื่องรับโทรทัศน์และวิดีโอ (HS8540) รัสเซียนำเข้าจากตลาดโลก มูลค่า 228.359 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.27 นำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 4 สัดส่วนร้อยละ 7.87 มูลค่า 17.976 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 21.31 ในขณะที่นำเข้าจากจีนอันดับ 1 สัดส่วนร้อยละ 32.65 เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.91 ส่วนคู่แข่งสำคัญที่มีสัดส่วนและมูลค่าเพิ่มขึ้นสูง คือ เกาหลีใต้ และมาเลเซีย

- เครื่องจักร เครื่องจักรโรงงาน หรืออุปกรณ์ห้องปฏิบัติการ (HS8419) รัสเซีย นำเข้าจากตลาดโลกมูลค่า 726.341 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 61.50 นำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 13 สัดส่วนร้อยละ 2.24 มูลค่า 16.249 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 111.06 ในขณะที่นำเข้าจากอิตาลีอันดับ 1 สัดส่วนร้อยละ 14.52 เพิ่มขึ้นร้อยละ 146.56 ส่วนคู่แข่งชั้นสำคัญที่มีสัดส่วนและมูลค่าเพิ่มขึ้นสูง คือ เยอรมนี และเกาหลีใต้

โดยสรุปสหพันธรัฐรัสเซียสามารถเป็นผู้นำในการผลิต บีโตะเลียม แร่เหล็ก ปูน ซีเมนต์ และเหล็กกล้าของโลก โดยสามารถทำการผลิตน้ำมันได้ถึงร้อยละ 90 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมดของสหภาพโซเวียต โดยที่สหภาพโซเวียตสามารถผลิตน้ำมันได้เป็นสัดส่วนประมาณ 1 ใน 5 ของปริมาณการผลิตของโลก และเนื่องจากรัสเซียเป็นประเทศที่กุมความได้เปรียบในด้านทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญทางอุตสาหกรรมมากมาย จึงเป็นที่คาดหมายกันว่ารัสเซียจะสามารถพัฒนาประเทศให้เจริญรุดหน้าได้อย่างไม่ยากเย็น จึงน่าจะเป็นช่องทางที่สำคัญในการส่งออกสินค้าของไทยในอนาคตอันใกล้ต่อไป

นโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐของรัสเซีย

กลยุทธ์ที่ว่าด้วยการลงทุนและร่วมทุนกับต่างประเทศ นอกจากการมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินต่างๆ เช่นเดียวกับคนรัสเซียแล้ว สิทธิขั้นพื้นฐานอื่นๆ ในการประกอบการค้าธุรกิจ และการลงทุนในประเทศก็เช่นเดียวกันด้วย กับทั้งยังได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติม นอกเหนือไปจากการคุ้มครองและให้หลักประกันในสิทธิผลประโยชน์เป็นกรณีหรือเป็นรายๆ ในบางท้องที่ เช่น ได้รับการลดหย่อนภาษีเป็นพิเศษหากประกอบธุรกิจการค้าและการลงทุนในเขตเศรษฐกิจเสรีต่างๆ ซึ่งมีอยู่ถึง 17 แห่ง เช่น เซนต์ปีเตอส์เบิร์ก เป็นต้น

สิทธิที่พึงได้รับที่สำคัญๆ ประกอบด้วย

- การลดขั้นตอนที่ยุ่งยากและไม่จำเป็น ในการติดต่อกับทางการ แก้ไขระเบียบข้อบังคับ รวมทั้งกรอบกฎเกณฑ์ กติกาบางประการอันเป็นอุปสรรคสำหรับชาวต่างประเทศ

- ผ่อนคลายความเข้มงวดกวดขันในด้านต่างๆ

- เสริมด้วยมาตรการทางการเงินการธนาคารและมาตรการทางด้านภาษีอากร ที่สำคัญ คือโดยหลักการแล้วอนุญาตให้นักลงทุนหรือนักธุรกิจต่างชาติ สามารถโอนเงินตราอันเนื่องมาจากผลกำไรของตนกลับประเทศได้

- ให้หลักประกันบัญชีเงินฝากของชาวต่างชาติในธนาคารรัสเซีย

- ให้ความมั่นใจในการนำเงินรูเบิลไปแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลอื่นๆ ได้โดยไม่มีข้อจำกัด

- คำประกันว่าจะไม่มีการโอนกิจการของต่างชาติเป็นของรัฐไม่ว่ากรณีใดๆ

- ปฏิรูปโครงสร้างรายได้ของประชาชน รัฐบาลได้ประกาศมาตรการลดเซຍรายได้ของประชาชน ซึ่งไม่สามารถพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจได้ ในที่นี้หมายถึงการเพิ่มเงินได้ให้แก่ข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐ

ความสัมพันธ์ทางการค้าไทย-รัสเซีย

ภาครัฐบาล

- ข้อตกลงทางการค้าลงนาม เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2513

- พิธีสารจัดตั้งคณะกรรมการร่วมทางการค้า เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2530

- ประชุมคณะกรรมการร่วมทางการค้า (JTC) ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 12-13 ตุลาคม พ.ศ. 2532 ณ กรุงมอสโก (ระดับ รมช.)

- ความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคี ไทย-รัสเซีย (JC) เมื่อวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2536

- การประชุมคณะกรรมการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคี (JC) ครั้งที่ 1 ระหว่าง 2 เมษายน พ.ศ. 2540 ณ กรุงมอสโก

- การประชุมคณะกรรมการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคี (JC) ครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 21-23 กันยายน พ.ศ. 2542 ณ กรุงเทพฯ

- การประชุมคณะกรรมการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคี (JC) ครั้งที่ 3 ระหว่างวันที่ 2-3 เมษายน พ.ศ. 2545 ณ กรุงมอสโก

ภาคเอกชน

- ความตกลงว่าด้วยความร่วมมือระหว่างสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยกับ สภาหอการค้าและอุตสาหกรรมของสหพันธรัฐรัสเซีย เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2540

การวิเคราะห์ศักยภาพทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปและข้อมูลทางเศรษฐกิจของรัสเซียสามารถสรุปจุดแข็ง-จุดอ่อน (Strengths-Weaknesses) ของการค้ากับรัสเซียเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- 1) จากการที่รัสเซียมีพื้นที่ติดทะเลเกือบทุกด้าน ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่จะมีการทำประมงกันมาก ความต้องการสินค้าประมงจากการนำเข้าน่าจะจำกัดอยู่ในกลุ่มสินค้าประมงบางกลุ่มเท่านั้น แต่อาจมีความต้องการเครื่องมือทางการประมงได้ นอกจากนี้ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความต้องการสินค้าประมงเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารแปรรูป การเปิดเสรีทางการค้าจึงน่าจะเป็นประโยชน์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมในการเพิ่มแหล่งวัตถุดิบได้
- 2) จากการพิจารณาพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน การค้าชายแดนกับมองโกเลียและเกาหลีเหนือไม่น่าจะเป็นอุปสรรค หรือคู่แข่งทางการค้าต่อการส่งออกสินค้าของไทย เนื่องจากเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการส่งออกน้อยกว่าไทย แต่ประเทศที่น่าจะให้ความสำคัญ คือ จีน ซึ่งมีศักยภาพการผลิตสินค้าด้วยต้นทุนต่ำ จึงต้องให้ความสำคัญกับรายการสินค้าที่จีนส่งออกไปยังรัสเซีย และหลีกเลี่ยงการแข่งขันจากจีน โดยเฉพาะการแข่งขันด้วยกลยุทธ์ทางด้านราคาในสินค้าประเภทดังกล่าว (เมื่อพิจารณาจากลักษณะสินค้าที่จีนส่งออกมายังไทย คาดว่าสินค้าส่งออกของจีนไปยังรัสเซียจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพไม่สูงมาก ราคาถูก เหมาะกับประชากรที่มีรายได้ค่อนข้างน้อย)
- 3) จากการพิจารณาลักษณะภูมิอากาศของรัสเซีย ซึ่งค่อนข้างหนาว แห้งแล้ง และมีฝนตกน้อย การทำการเกษตรที่ต้องใช้น้ำมาก และการเพาะปลูกพืชในเขตร้อนจะเกิดขึ้นได้ยากในรัสเซีย จึงเป็นโอกาสดีสำหรับสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าเกษตรเขตร้อนชื้น
- 4) เนื่องจากรัสเซียใช้ภาษารัสเซียเป็นภาษาหลัก และภาษาอังกฤษเป็นภาษารอง การติดต่อกับชายฝั่งอาจมีปัญหาเรื่องภาษาได้
- 5) จากการที่รัสเซียมีการปกครองในระบอบคอมมิวนิสต์มาเป็นเวลานาน เมื่อได้รับอิสรภาพ อาจทำให้คนที่เริ่มมีรายได้มีความต้องการใช้สินค้าฟุ่มเฟือยเพื่อตอบสนองความต้องการที่ถูกเก็บกดอยู่
- 6) การเมืองรัสเซียในปัจจุบันมีความมั่นคงมากกว่าในอดีต มีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์กับต่างประเทศมากขึ้น จึงเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ดีของไทย
- 7) ยังคงมีปัญหาการก่อการร้ายและสถานการณ์ความไม่สงบในเชชเนีย ถึงแม้ว่าจะมีการแก้ไขในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ปัญหาของเชชเนียไม่คาดว่าจะมีผลกระทบที่รุนแรงต่อสถานการณ์การค้าโดยรวมของรัสเซีย
- 8) เนื่องจากสถานการณ์ในเชชเนียซึ่งเป็นแหล่งผลิตน้ำมันรายใหญ่ของรัสเซียยังคงมีปัญหา ทำให้อุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยน้ำมันเป็นวัตถุดิบอาจมีปัญหา และต้องหาแหล่งอื่นทดแทนในอนาคต

- 9) เนื่องจากรัสเซียมีปัญหาการมีหนี้สินต่างประเทศค่อนข้างมาก จึงมีความเป็นไปได้ที่จะมีการดำเนินมาตรการในการกีดกันการนำเข้าสินค้า เพื่อลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศ และเพื่อเพิ่มเงินสดสำรอง และจากข้อมูลปี พ.ศ. 2547 รัสเซียขาดดุลการค้าเนื่องจากมีมูลค่าการส่งออกเพียง 301 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงถึง 1,016 พันดอลลาร์สหรัฐฯ
- 10) การจัดเก็บภาษีที่ต่ำกว่าเป้าหมายของรัสเซีย เกิดจากการจัดเก็บที่ไม่มีประสิทธิภาพ มิได้เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีในอัตราที่ต่ำ ประกอบกับความพยายามในการเข้าเป็นสมาชิกของ WTO ทำให้รัสเซียไม่สามารถเพิ่มการกีดกันทางการค้าด้วยวิธีการทางภาษีได้โดยง่าย
- 11) ในอดีต ประสิทธิภาพของธนาคารในรัสเซียไม่สู้ดี เนื่องจากในช่วงของการเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงิน ธนาคารขนาดใหญ่ เช่น Inkombank, Menetap และ Imperial Bank ถูกธนาคารกลางสั่งเพิกถอนใบอนุญาตประกอบการ
- 12) ฐานะทางการเงินของรัฐบาลรัสเซียยังไม่สู้ดีนัก เนื่องจากในช่วงปี ค.ศ. 1998-2000 มีการขอปรับโครงสร้างหนี้กับเจ้าหนี้ต่างประเทศ โดยขอขยายระยะเวลาการชำระเงินออกไปอีก 15 ปี
ดังนั้น จะพบว่าการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียควรได้รับการส่งเสริมเพราะเป็นประเทศที่มีตลาดใหญ่ ลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างทำให้มีการผลิตสินค้าที่ต่างกัน รวมทั้งความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างไทยกับรัสเซีย ที่มีมาเป็นเวลานาน เป็นโอกาสดีของไทยในการขยายตลาดการค้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูง การวิเคราะห์โอกาสทางการค้า (Opportunities) กับประเทศรัสเซีย โดยแยกพิจารณาเป็นลักษณะของสินค้าเพื่อการส่งออกไปรัสเซียได้ดังนี้
 - 1) เป็นโอกาสสำหรับการเปิดตลาดสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่ม Middle-High income ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และเป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อสูง มีความต้องการสินค้าหลากหลาย โดยเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพสูง โดยให้ความสำคัญกับเรื่องของราคาไม่มาก
 - 2) เนื่องจากรัสเซียมีแนวโน้มที่จะเพิ่มการกีดกันทางการค้าในรูปแบบของมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff) เช่น การตรวจสอบมาตรฐานของสินค้าที่เข้มงวดขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งออกมีค่าใช้จ่ายต่างๆ เพิ่มขึ้น ดังนั้น สินค้าที่ส่งไปควรจะเป็นสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงพอสมควรเป็นสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงในระดับหนึ่ง และเป็นสินค้าที่มี Value Added เนื่องจากการส่งออกสินค้าที่มีเทคโนโลยีต่ำ และเป็นสินค้าพื้นฐานจะไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการในประเทศได้
 - 3) เป็นโอกาสสำหรับการเปิดตลาดสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงในระดับหนึ่ง สินค้าที่มีคุณภาพสูง และเป็นสินค้าที่มี Value Added มาก เนื่องจากการส่งออกสินค้าที่มีเทคโนโลยีต่ำ และเป็นสินค้าพื้นฐานจะไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าจากจีนซึ่งมีความได้เปรียบทั้งในเรื่องของค่าจ้างแรงงาน และค่าขนส่งเนื่องจากมีพรมแดนติดกับรัสเซีย

- 4) เป็นสินค้าที่ไม่เน่าเสียง่าย เนื่องจากการส่งออกไปรัสเซียต้องใช้เวลาการเดินทางเรือประมาณ 2 เดือน การพัฒนาทางด้าน Logistic โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นจะมีส่วนในการช่วยส่งเสริมขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยอย่างมากในการใช้ประโยชน์กับความตกลงเขตการค้าเสรี เมื่อมีการทำความตกลง อย่างไรก็ตาม แม้ไม่มีการทำความตกลง การพัฒนาทางด้านนี้ก็จะเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการค้าและการลงทุนระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของประเทศทั้งสองด้วย
- 5) เมืองที่น่าสนใจ เหมาะแก่การเป็นศูนย์กลางสินค้าในรัสเซีย ได้แก่ มอสโก คาลินินกราด รอสตอฟ และเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก เนื่องจากมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ด้านปัญหาและอุปสรรค (Threat) ของการค้าระหว่างไทย-รัสเซีย พบว่า มีความเสี่ยงด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1) ความเสี่ยงเรื่องการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากรัสเซียใช้ภาษารัสเซียเป็นหลัก ประชากรส่วนน้อยที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้
- 2) ความเสี่ยงเรื่องอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากค่าเงินสกุลท้องถิ่นของรัสเซีย (รูเบิล) มีความผันผวนค่อนข้างสูง จึงควรค้าขายในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ แทน
- 3) ความเสี่ยงของการไม่ได้รับชำระเงิน เนื่องจากความมั่นคงทางการเงินของรัสเซียมีไม่มากนัก จึงต้องระมัดระวังในการเลือกกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้ออย่างแท้จริง อันได้แก่ กลุ่ม Middle-High income ขึ้นไป เพื่อเป็นการป้องกันการฉ้อฉลชำระ หรือการปฏิเสธการชำระค่าสินค้า หรือหากต้องการค้าขายสินค้าให้กับกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่านี้ ก็ควรค้าขายผ่านผู้นำเข้ารายใหญ่ ที่มีฐานะทางการเงินมั่นคงแทน นอกจากนี้ ต้นทุนทางด้านธุรกรรมทางการเงินในรัสเซียยังอยู่ในอัตราที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่นของไทย เพราะความเสี่ยงทางการเงินที่สูงเนื่องจากการขาดประสิทธิภาพ และความโปร่งใสในภาคบริการทางการเงินของรัสเซีย

บทที่ 2

การวิเคราะห์การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และมาตรการทางการค้าที่สำคัญ

1. สถานการณ์การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ

1.1 การทำความตกลงการค้าเสรีของรัสเซีย

รัสเซียเป็นประเทศที่ยังไม่ค่อยมี การเจรจาการค้าเสรี (Free Trade Agreement) มากนัก โดยที่สำคัญ ได้แก่ การทำข้อตกลงการค้าเสรีในกลุ่มของประเทศที่แตกออกไปจากรัสเซียเดิม เช่น Armenia และ Kyrgyz Republic ซึ่งได้มีการลงนามในข้อตกลงกันในช่วงปี ค.ศ. 1992 การทำข้อตกลงการค้าเสรีที่คาดว่าจะมีผลกระทบมากต่อเศรษฐกิจรัสเซีย และมีความเป็นไปได้สูง คือ ข้อตกลงระหว่าง EU กับ รัสเซีย ในปัจจุบันนี้รัสเซียเริ่มเข้ามาสนใจและมีแนวโน้มที่จะทำข้อตกลงการค้าเสรีมากขึ้น ประเทศที่มีความเป็นไปได้สูงคือ เกาหลีใต้ โดยได้มีการจัดทีมเพื่อการศึกษาในเดือนกันยายน ค.ศ. 2007 ซึ่งการเจรจาจริงจะเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2008 หลังจากที่รัสเซียได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก WTO (World Trade Organization) ในปลายปี ค.ศ. 2007

ข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างรัสเซีย กับ Armenia และ รัสเซีย กับ Kyrgyz Republic มีความคล้ายกันมาก (มีการทำข้อตกลงในเวลาใกล้เคียงกัน คือ ค.ศ. 1992) โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้ ทางด้านภาษี (Tariff) มีลักษณะเป็น Negative list ในส่วนของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rule of Origin) นั้น สินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศที่ไม่ใช่คู่สัญญาจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงสภาพอย่างมีนัยสำคัญในประเทศคู่เจรจาในระดับพิภคอุตสาหกรรม 4 หลัก การจำกัดปริมาณนำเข้าหรือส่งออกไม่สามารถทำได้ ยกเว้น ในกรณีของการเกิดการขาดทุนอย่างหนักของสินค้าในตลาดภายในประเทศ และ ในกรณีที่ประเทศมีการขาดดุลการชำระเงินอย่างมาก ในข้อตกลงการค้าเสรีนี้ไม่ได้กล่าวถึงภาคบริการ และการลงทุน มีเพียงการกำหนดให้เจรจาจัดตั้ง Trade Representative Office ในประเทศคู่เจรจา และมีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำกับดูแล และพัฒนาให้เกิดความร่วมมือทางการค้ามากขึ้น กล่าวโดยสรุปคือ ข้อตกลงการค้าเสรีที่รัสเซียทำ กับ Armenia และ Kyrgyz Republic ยังเป็นข้อตกลงที่ไม่มีเนื้อหาสาระที่สำคัญมากนัก เป็นเพียงข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับภาคการค้าสินค้าเท่านั้น คือ มีการยกเลิกภาษีนำเข้า และส่งออก และห้ามไม่ให้มีการอุดหนุนการส่งออก รวมไปถึงการห้ามการจำกัดปริมาณส่งออก และนำเข้า

สหภาพยุโรปได้มีการลงนาม Partnership and Cooperation Agreement กับ กลุ่มประเทศ Common Wealth of Independent States (CIS) ซึ่งประกอบไปด้วย Belarus, Moldova, Russia และ Ukraine ในปี ค.ศ. 1998 โดยข้อตกลงนี้นำไปสู่ความเป็นไปได้ของการทำข้อตกลงการค้าเสรีระหว่าง สหภาพยุโรป กับ รัสเซีย จากการวิเคราะห์ของ “Miriam Manchin” โดยพิจารณาจากลักษณะสินค้าที่มีการค้ากันระหว่าง EU และ

รัสเซีย รวมไปถึงการวิเคราะห์ถึงนโยบายทางการค้าของทั้งสองประเทศ พบว่า ข้อตกลงการค้าเสรีระหว่าง รัสเซีย กับ EU มีความเป็นไปได้ใน 3 ลักษณะดังนี้

- การยกเลิกภาษีเฉพาะในสินค้าอุตสาหกรรมเท่านั้น
- การยกเลิกภาษีทั้งสินค้าอุตสาหกรรม และสินค้าเกษตร รวมไปถึงการเปิดเสรีทางการค้าและบริการ
- การเปิดเสรีทางด้านสินค้าและบริการ ซึ่งรวมถึงการลด Technical Barriers to Trade

Manchin ยังพบว่าข้อตกลงการค้าเสรีที่จะเพิ่มการรวมกลุ่มระหว่างรัสเซีย กับ EU นั้น ข้อตกลงจะต้องมีผลกระทบต่อการปฏิรูป (Reform) ในรัสเซีย (ความพยายามที่การส่งออกสินค้าพื้นฐาน หรือสินค้าที่ใช้ทรัพยากรสูงมาเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง) ข้อตกลงที่มีผลต่อการลงทุนโดยตรงในรัสเซีย และ ข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับ Technical Regulations

2. มาตรการทางการค้าที่สำคัญ

2.1 มาตรการภาษี (Tariff Measures)

2.1.1 ภาษีนำเข้า (Import Tariff)

การเก็บภาษีนำเข้าของรัสเซียมีสามประเภท ได้แก่ ภาษีตามมูลค่า (Ad valorem duties) ซึ่งคิดเป็นร้อยละของมูลค่าสินค้าในอัตรา 0% 5% 10% 15% และ 20% สินค้าส่วนใหญ่กว่า 70% ของรายการสินค้าถูกจัดเก็บภาษีตามมูลค่า โดยค่าเฉลี่ยอัตราภาษีดังกล่าวอยู่ที่ประมาณ 9.5% สำหรับภาษีอีกสองประเภท ได้แก่ ภาษีเฉพาะ (Specific duties) และ ภาษีผสม (Compound duties) ซึ่งเป็นการรวมกันระหว่างภาษีตามมูลค่าและภาษีเฉพาะ ภาษีสองประเภทนี้ใช้เรียกเก็บกับสินค้าเพียง 1,721 รายการจากทั้งหมด 11,284 รายการ โดย 128 รายการสินค้าจะถูกจัดเก็บภาษีเฉพาะ ตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ช็อคโกแลต และแอปเปิ้ล ส่วนอีกกว่า 1,500 รายการนั้นถูกจัดเก็บในอัตราภาษีผสม ซึ่งอัตราภาษีผสมหากคำนวณในรูปของภาษีตามมูลค่าของสินค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 0-30% ซึ่งตัวอย่างรายการสินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ สินค้าเกษตร เช่น ข้าว ผัก ผักแปรรูป พืชต่างๆ ดอกไม้ กัญชา กาแฟและชา ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ เช่น เนื้อสัตว์ เนย และเนยแข็ง เครื่องหนังและขนสัตว์ และสินค้าสำเร็จรูป เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ภายในบ้าน เฟอร์นิเจอร์ และรถยนต์

ในปี ค.ศ. 2006 แม้ว่ารัสเซียจะมีการปรับลดอัตราภาษีลง แต่ยังมีรายการสินค้าประมาณ 10% ที่มีอัตราภาษีที่สูงกว่า 25% เช่น รถยนต์ น้ำตาลทรายขาว ยาสูบและแอลกอฮอล์ สินค้าพลาสติก สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปบางรายการ นอกจากนี้ในปีที่ผ่านมาได้มีการปรับขึ้นภาษีนำเข้าในบางรายการสินค้า เช่น สินค้าสิ่งทอบางรายการ เช่น พิกัด 7019320009 มีการเพิ่มอัตราภาษีจาก 5% เป็น 15% และผลิตภัณฑ์แป้ง (raw and

modified starches) มีการเพิ่มอัตราภาษีจาก 10% เป็น 20% และจะมีการประกาศใช้อัตราภาษีน้ำตาลทรายดิบใหม่เป็น \$280 ต่อตัน จากเดิม \$140 ต่อตัน เพื่อปกป้องผู้ผลิตน้ำตาลทรายในประเทศ เป็นต้น

ตัวอย่างอัตราภาษีนำเข้าของสินค้าอื่นๆ บางรายการเช่น รถยนต์ : 30% รถบรรทุกขนาดเล็กและรถปิกอัพ : 20% ชิ้นส่วนรถยนต์ทุกประเภท : 5-10% โทรทัศน์ : 10-20% เครื่องรับวิทยุ : 15% เมล็ดพลาสดิกและผลิตภัณฑ์พลาสดิก : 0-10% เคมีภัณฑ์ : 5% และอุปกรณ์ทางการแพทย์ : 5-15%

2.1.2 ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value added duties)

รัสเซียเริ่มมีการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในปี ค.ศ. 2004 โดยคำนวณจากมูลค่านำเข้า ซึ่งรายการสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์จะเรียกเก็บในอัตรา 10% ของมูลค่านำเข้า อย่างไรก็ตาม สินค้ารายการอื่นที่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มจะถูกจัดเก็บในอัตรา 18% เป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่างสินค้าเช่น ผลไม้กระป๋องและแปรรูป จะถูกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม 10% นอกเหนือจากภาษีนำเข้า 5-15% และข้าวจะถูกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม 10% และภาษีนำเข้า 120% ต่อยูโรต่อตัน เป็นต้น

2.1.3 ภาษีสรรพสามิต (Excise Duties)

รัสเซียมีการเก็บภาษีสรรพสามิตกับสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น แอลกอฮอล์ ยาสูบ รถยนต์ น้ำมันเบนซิน น้ำมันดีเซล น้ำมันเครื่อง เป็นต้น รัสเซียได้มีการปรับเพิ่มอัตราภาษีสรรพสามิตใหม่ในปี ค.ศ. 2006 โดยอัตราภาษีอยู่ระหว่างร้อยละ 20 ถึงร้อยละ 570

รัสเซียมีการให้สิทธิพิเศษทางภาษี (Preferential tariff treatment) แก่ประเทศกำลังพัฒนาและบางประเทศที่อยู่ในข้อตกลง โดยอัตราภาษีอยู่ที่ระดับร้อยละ 75 ของอัตรา MFN สำหรับประเทศที่ได้รับ MFN นั้นจะต้องเสียภาษีในอัตราสองเท่าของอัตรา MFN อย่างไรก็ตาม ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economics Zone) ในรัฐ Magadan และ Kaliningrad จะไม่มีการจัดเก็บภาษีสินค้านำเข้าเพื่อใช้ในการผลิต แต่ต้องอยู่ภายใต้โควตานำเข้าและต้องมีการสร้างมูลค่าเพิ่มไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30

2.2 โควต้าภาษี (Tariff Quotas)

รัสเซียมีการจัดเก็บโควต้าภาษีในสินค้าเนื้อหมู เนื้อวัวและเนื้อไก่ หากมีการนำเข้าสินค้าเกินปริมาณที่กำหนดจะมีการเก็บภาษีในอัตราที่สูงขึ้น โดยเนื้อไก่มีโควต้า 1.1308 ล้านตัน อัตราภาษีนำเข้าที่ระดับร้อยละ 25 แต่ไม่ต่ำกว่า 0.2 ยูโรต่อกิโลกรัมสำหรับสินค้าภายในโควต้า และอัตราภาษี 60% สำหรับสินค้านอกโควต้า โควต้าสำหรับเนื้อหมู 476,100 ตัน โดยสินค้าภายในโควต้ามีอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 15 แต่ไม่ต่ำกว่า 0.25 ยูโรต่อกิโลกรัม และอัตราภาษี 60% สำหรับสินค้านอกโควต้า และสำหรับเนื้อวัว โควต้าอยู่ที่ระดับ 27,000 ตัน โดยเก็บภาษีนำเข้าในอัตรา 15% แต่ไม่ต่ำกว่า 0.2 ยูโรต่อกิโลกรัม และอัตราภาษี 55% สำหรับสินค้านอกโควต้า

2.3 มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff Measures)

2.3.1 มาตรการสุขอนามัย (Sanitary and Phytosanitary Measures)

มาตรการสุขอนามัยนับเป็นอุปสรรคทางการค้าที่สำคัญ เนื่องจากรัสเซียมีความเข้มงวดสูงในคุณภาพของอาหาร โดยต้องปราศจากสิ่งปนเปื้อนและเชื้อโรค สินค้านำเข้าจะต้องมีหนังสือรับรองสุขอนามัย ต้องนำเข้าโดยผ่านด่านที่เฉพาะเจาะจงและอาจมีการกักกันสินค้าที่ต้องสงสัยว่ามีการปนเปื้อน ซึ่งการควบคุมมาตรฐานและออกกฎระเบียบห้ามนำเข้าอยู่ภายใต้ Federal Veterinary and Phytosanitary Supervision Bureau กระทรวงเกษตรและอาหาร (Ministry of Agriculture and Food) มาตรการสุขอนามัยสำหรับสินค้าที่สำคัญมีดังนี้

สินค้าขั้วนับตั้งแต่กลางปี 2007 การนำเข้าจะต้องมีเอกสารประกอบห้าฉบับ ได้แก่ Phytosanitary Certificate, Test Report หรือ Certificate of Safety, GMO Statement (เพื่อรับรองว่าปลอด GMO), Lists of Chemical used และ Rice Quality Certificate โดยเอกสารดังกล่าว จะต้องประกอบในการส่งของทุกครั้ง ซึ่งนับว่าเป็นอุปสรรคอย่างมากในการดำเนินการ ที่ผ่านมารัสเซียมีความเข้มงวดมากขึ้นได้จากมีการระงับการนำเข้าข้าวจากประเทศจีนเนื่องจากพบโลหะปนเปื้อน ยาฆ่าแมลง และการตัดต่อพันธุกรรมข้าว

สำหรับสินค้าประมงทั้งที่ชีวิต สด แช่เย็น และแช่แข็ง ที่จะนำเข้าได้นั้นจะต้องมาจากโรงงานที่ผ่านการตรวจสอบและได้รับหนังสือรับรองจาก Federal Veterinary and Phytosanitary Supervision Bureau โดยสินค้าประมงนั้นจะต้องไม่มีการติดเชื้อ African Swine, Foot and Mouth Disease รวมถึงเชื้อไวรัสและแบคทีเรีย นอกจากนี้ยังมีข้อกำหนดในการผลิตและจัดเก็บสินค้าว่าจะต้องไม่มีการใช้ฮอร์โมน ยาปฏิชีวนะ จุลชีวะ และไม่ใช้รังสีอัลตราไวโอเลตเพื่อเปลี่ยนลักษณะของเชื้อโรค และมีข้อกำหนดในเรื่องการรักษาอุณหภูมิและการบรรจุหีบห่อให้ถูกสุขลักษณะ

ผลิตภัณฑ์อาหาร ผลไม้กระป๋องและแปรรูป จะต้องมียกสารรับรองสุขอนามัยและต้องแจ้งรายละเอียดยาฆ่าแมลงและสารเคมีที่ใช้ในการปลูกพืชผักและใช้ในการผลิต กระทรวงเกษตรและอาหารของรัสเซียจะมีการประกาศประเภทยาฆ่าแมลงและสารเคมีที่อนุญาตให้ใช้ รวมถึงปริมาณสารที่ตกค้างที่ยอมรับได้เป็นประจำทุกปี ดังนั้นสินค้านำเข้าที่ถูกรวบรวมว่าไม่ผ่านข้อกำหนดหรือมีสารเคมีที่นอกเหนือไปจากที่แจ้งในเอกสารจะไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้า และสินค้าอาหารนี้จะต้องไม่ผ่านขบวนการ GMO

2.3.2 มาตรการอุปสรรคทางเทคนิค (Technical Barriers)

ในปัจจุบันรัสเซียมีข้อกำหนดมาตรฐานทางเทคนิคกว่า 22,000 ข้อกำหนดสำหรับการนำเข้าสินค้า ซึ่งข้อกำหนดมาตรฐานทางเทคนิคมักอยู่ในรูปการติดฉลากสินค้าและการกำหนดใบรับรองมาตรฐานสินค้า ซึ่งมีความยุ่งยากในการขอและในบางกรณีแม้สินค้านั้นจะผ่านมาตรฐานของหน่วยงานสากลอื่นก็ยังคงขอใบรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานรัฐของรัสเซียอีก หน่วยงานที่ให้ใบรับรองมาตรฐานได้แก่ The Federal Agency for Technical Regulation นอกจากนี้สินค้านำเข้าบางรายการก็ต้องผ่านมาตรฐานจากหน่วยงาน

เฉพาะของรัฐ โดยผลิตภัณฑ์อาหารต้องผ่านการรับรองจาก Federal Veterinary and Phytosanitary Supervision Bureau กระทรวงเกษตรและอาหาร อุปกรณ์และบริการสื่อสารทางโทรคมนาคม ต้องผ่านการรับรองจาก The State Communication Committee ผลิตภัณฑ์ยาและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ต้องผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข เครื่องใช้ไฟฟ้าต้องผ่านการรับรองจาก State Committee for Standardization, Metrology and Certification และสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ต้องส่งตัวอย่างมาทดสอบคุณภาพและความปลอดภัยกับ Federal Agency for Technical Regulating and Metrology

สำหรับการติดฉลากสินค้าซึ่งจะต้องติดทั้งสินค้าอาหารและไม่ใช่อาหาร โดยสินค้าอาหารจะต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อและประเภทสินค้า น้ำหนัก วัสดุคืบและส่วนประกอบที่เรียงลำดับจากมากไปน้อย วันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุ คำแนะนำในการใช้และผลข้างเคียง และชื่อที่อยู่ผู้ผลิต นอกจากนี้มาตรการอุปสรรคทางเทคนิคยังอยู่ในรูปการจำกัดและกำหนดด่านนำเข้าสินค้า เช่น สินค้าข้าวจะมีสามด่านได้แก่ ด่าน Kalliningrad ด่าน St. Petersburg และด่าน Novorossisk เป็นต้น

2.3.3 มาตรการขอใบอนุญาตนำเข้า (Import Licensing)

สำหรับสินค้าบางประเภทจะต้องมีการขอใบอนุญาตนำเข้าซึ่งสินค้าเหล่านี้ได้แก่ โลหะผสมอัลลอยผสม เครื่องรับโทรทัศน์ เททิลแอลกอฮอล์ วอดก้าและแอลกอฮอล์แรงตั้งแต่ 28 ดีกรีขึ้นไป วัสดุก่อระเบิด (Explosive Substance) สารกัมมันตภาพรังสี นิวเคลียร์ สารพิษและสารที่ก่อให้เกิดการติดเชื้อ (Virulent Substances and Toxic Substances) ยาฆ่าแมลง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการรักษาโรค สารเสพติดและมีพิษ อาวุธ เครื่องป้องกันข้อมูล (Information Protection Devices) อัญมณี ผลิตภัณฑ์จากปลา Sturgeon รวมถึงคาร์เวียและผลิตภัณฑ์ยาสูบ

2.3.4 มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping Measures)

รัสเซียได้มีการออกกฎหมายการตอบโต้การทุ่มตลาดใหม่ในปี ค.ศ. 2003 และในปัจจุบันรัสเซียกำลังดำเนินการตรวจสอบการทุ่มตลาดกับสินค้าสามรายการกับประเทศยูเครน (flat cold-rolled metal, machine-building strength-ware และ ferro-manganese) และมีมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับสินค้าสามรายการกับประเทศยูเครน (schwellers, three-phased asynchronous engines and some types of tubes)

2.3.5 มาตรการอื่นๆ

รัสเซียได้มีการใช้มาตรการที่ก่อบุสรรคทางการค้าอื่นๆ ภายใต้กฎหมาย The Protection Measures Law ซึ่งมาตรการที่มีการใช้ ได้แก่ Compensation and Special Protection Measures มีการใช้ compensation measure กับ เบลารุส (สินค้าน้ำตาลทรายขาว) และยูเครน (rods for reinforced-concrete constructions) สำหรับมาตรการปกป้องพิเศษ (Special Protection Measures) กับสินค้า Dry baking yeast Ball bearing และ Heating lamp

3. มาตรการด้านการลงทุนที่สำคัญ

3.1 กฎระเบียบสำหรับการลงทุนในรัสเซีย

การลงทุนในรัสเซียไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่ขนาดเล็ก หรือธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ นักลงทุนต่างชาติทุกคนจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่รัฐบาลรัสเซียกำหนด โดยรัฐบาลรัสเซียได้ออกกฎหมายสำหรับคุ้มครองและให้สิทธิต่างๆ แก่นักลงทุนต่างชาติ ซึ่งกฎหมายที่ประกาศใช้ฉบับปัจจุบันได้ประกาศใช้ไว้เมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2542 (Law on Foreign Investment in the Russian Federation) ความคุ้มครองในกฎหมายดังกล่าวได้ให้ความคุ้มครองไว้หลายเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของผลประโยชน์ หรือกำไรที่นักลงทุนต่างชาติได้รับ รวมถึงเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจในอาณาเขตของรัสเซีย

สำหรับคุณสมบัติของนักลงทุนต่างชาติที่รัฐบาลรัสเซียกำหนดไว้มีดังนี้

- เป็นบุคคลต่างชาติตามกฎหมาย
- เป็นพลเมืองที่ถือสัญชาติอื่นที่ไม่ใช่รัสเซีย
- เป็นพลเมืองของรัสเซียซึ่งไม่ได้อาศัยอยู่ในรัสเซียเป็นการถาวร และจะต้องอาศัยอยู่ในประเทศที่รัฐบาลรัสเซียรับรองให้ทำการค้าร่วมได้
- รัฐต่างชาติ
- องค์กร หรือบริษัทต่างชาติ

สิทธิพื้นฐานที่นักลงทุนต่างชาติจะได้รับ

- มีกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองในการลงทุนทำธุรกิจต่างๆ
- ให้การชดเชยในกรณีที่มีการให้สัญชาติ และการเรียกร้องในทรัพย์สิน หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน
- มีการประกันความเสี่ยงจากข้อเสียเปรียบที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน
- สามารถใช้รายรับ กำไร หรือรายได้อื่นที่ได้มาตามกฎหมาย ภายในอาณาเขตรัสเซีย และสามารถที่ส่งรายได้เหล่านั้นออกไปภายนอกประเทศได้
- ให้มีการซื้อ-ขาย ในที่ดิน อสังหาริมทรัพย์ หรือทรัพย์สินอื่นๆ ได้

ขั้นตอนการลงทุนในรัสเซีย

สำหรับบริษัทที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ หรือจะเข้ามาลงทุนในรัสเซียจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก Russian Federation State Committee on Anti-monopoly (สำหรับกิจการที่ลงทุนมากกว่า 500 รูเบิล) และจะต้องเข้ารับการจดทะเบียนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการทำการค้าในรัฐนั้นๆ เช่น Moscow Registration Chamber and the State Registration chamber ซึ่งขั้นตอนทั้งสองถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดสำหรับนักลงทุนทุกคน

ในส่วนของขั้นตอนอื่นๆ ที่นักลงทุนจะต้องปฏิบัติตามระเบียบสำหรับนักลงทุนต่างชาติก็ขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจที่จะเข้ามาลงทุนมีขนาดใหญ่มากน้อยเพียงใด

สำหรับธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 100 ล้านดอลลาร์ ผู้ที่มีอำนาจในบริษัท หรือผู้ก่อตั้งบริษัท จะต้องส่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท และส่งใบสมัครให้กับ Moscow or State Registration Chamber เพื่อที่หน่วยงานดังกล่าวจะออกใบอนุญาตให้สามารถทำงานได้เป็นการชั่วคราว โดยจะใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์หลังจากที่ได้รับใบสมัคร หลังจากนั้นจะต้องดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ จะต้องส่งข้อมูลของบริษัทที่ประกอบด้วยผู้บริหาร คณะกรรมการบริหารบริษัท และเอกสารต่างๆ ตามที่หน่วยงานของรัสเซียได้กำหนดไว้ในการเข้ามาลงทุนในรัสเซีย

ระบบภาษี

การจ่ายภาษีเป็นระเบียบที่นักลงทุนต่างชาติจะต้องปฏิบัติตาม ซึ่งภาษีจะมีทั้งที่บังคับใช้ทั่วประเทศ และบังคับใช้ในแต่ละรัฐ ดังนี้

Federal taxes	Regional taxes	Local taxes
- Value-added tax (VAT)	- Corporate assets tax	- Personal property tax
- Excise duties	- Transportation tax	- Land tax
- personal income tax	- Gaming tax	
- Unified social tax (UST)		
- Water tax, levies for the use of animals and marine life		
- Corporate profits tax		
- Mineral extraction tax		

สำหรับอัตราภาษีที่สำคัญที่นักลงทุนต่างควรรู้ เพราะในเรื่องของอัตราภาษี รัฐบาลรัฐบาลได้ให้สิทธิประโยชน์ในภาษีบางอย่าง เช่น นักลงทุนจากต่างชาติจะได้รับการยกเว้นภาษีการขาย (Turn over tax) และได้รับการลดหย่อนในการเก็บภาษีจากกำไรสุทธิ (Profit tax) จาก 35% เหลือ 24% และในเรื่องของการจัดเก็บภาษียังมีการนำ Tax code มาช่วยในการเก็บภาษีด้วย

อัตราภาษีที่สำคัญสำหรับนักลงทุนต่างชาติ

- Profit tax	24%
- Personal income tax	13%
- Unified social tax	5-35%
- Value-added tax (VAT)	20%
- Road tax	1% from gross sales
- Property tax	4% (Moscow 5%)

การจ้างแรงงานในการประกอบธุรกิจในประเทศไทย

- การจ้างงานนายจ้างจะต้องจ่ายค่าจ้างขั้นต่ำเท่ากับ 300 รูเบิลต่อวัน
- ระยะเวลาทำงานในหนึ่งสัปดาห์สำหรับบุคคลที่อายุเกินกว่า 18 ปีไม่เกิน 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ อายุ 16-18 ปี ไม่เกิน 36 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และในเด็กที่อายุต่ำกว่า 16 ปีจะทำงานได้ไม่เกิน 24 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
- การทำงานล่วงเวลา และการทำงานที่นอกเหนือจากงานประจำ (a secondary job) จะทำได้ไม่เกิน 4 ชั่วโมงต่อวัน และไม่เกิน 16 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
- นายจ้างจะต้องให้วันหยุดพักผ่อนประจำปีแก่ลูกจ้าง 28 วันทำงาน

สิทธิประโยชน์และผลตอบแทนสำหรับนักลงทุน

- ได้รับการลดหย่อนภาษีจากการขายสำหรับการลงทุนในห้าปีแรกที่เข้ามาลงทุน
- ได้รับการลดหย่อน หรือยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม
- ได้รับการยกเว้นอากรสำหรับการนำเข้าสินค้าจากประเทศที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการลงทุนของบริษัทในประเทศไทย
- ได้รับการยกเว้นภาษีทรัพย์สิน
- ได้รับการยกเว้นภาษีจากการผลิตภายในประเทศ

บทที่ 3

การวิเคราะห์สถานภาพ และศักยภาพทางการค้า

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ถึงศักยภาพทางการค้าของไทย และประเทศเป้าหมาย ได้แก่ รัสเซีย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบที่สำคัญในการกำหนดแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) โดยการศึกษาในรายสาขาจะได้ครอบคลุม 2-3 สาขาที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ

สถานภาพ และศักยภาพทางการค้าในภาพรวม และรายสาขา

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์สถานภาพ และศักยภาพการแข่งขันทางการค้าของไทย และประเทศคู่ค้า ได้แก่ รัสเซีย โดยอาศัยการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดดังนี้

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ในส่วนของการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาจะเป็นการวิเคราะห์ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ซึ่งเป็นดัชนีที่มีการนำมาประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวาง การคำนวณดัชนี RCA จะพิจารณาจากสัดส่วนของการส่งออกสินค้ารายการหนึ่งต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ เทียบกับสัดส่วนการส่งออกสินค้ารายการนั้นของโลก ต่อมูลค่าการส่งออกของทั้งโลก ดังนั้น ประเทศที่มีสัดส่วนของการส่งออกสินค้ารายการดังกล่าวสูงกว่าสัดส่วนการส่งออกของโลก ($RCA_x > 1$) จึงเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับสินค้านั้นๆ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสัดส่วนของการส่งออกสินค้ารายการหนึ่งต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศต่ำกว่าเมื่อเทียบกับสัดส่วนของการส่งออกสินค้ารายการนั้นของโลก ($RCA_x < 1$) ประเทศนั้นก็จะมี ความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านั้น (ไม่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน) ดังนั้น ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการส่งออก (RCA_x) สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$RCA_x^i = [EX_{ki}/EX_i]/[EX_{kw}/EX_w]$$

โดยที่ RCA_x^i = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสำหรับประเทศ i

EX_{ki} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i

EX_i = มูลค่าการส่งออกของประเทศ i ทั้งหมด

EX_{kw} = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของโลก

EX_w = มูลค่าการส่งออกรวมของโลก

i ครอบคลุมประเทศไทย และประเทศเป้าหมาย ได้แก่ รัสเซีย

เพื่อให้การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศครอบคลุมการวิเคราะห์ในด้านความต้องการในการนำเข้าสินค้าของประเทศเป้าหมายด้วย การศึกษานี้จะได้ประยุกต์แนวความคิดของการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการส่งออกมาใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการในการนำเข้าสินค้าของประเทศเป้าหมายโดยการคำนวณดัชนีความต้องการในการนำเข้าสินค้า (RCA_m) ดังนี้

$$RCA_m^i = [IM_{ki}/IM_i]/[IM_{kw}/IM_w]$$

โดยที่ RCA_m^i = ดัชนีความต้องการในการนำเข้าสินค้าสำหรับประเทศ i

IM_{ki} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ i

IM_i = มูลค่าการนำเข้าของประเทศ i ทั้งหมด

IM_{kw} = มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของโลก

IM_w = มูลค่าการนำเข้ารวมของโลก

i ครอบคลุมประเทศไทย และประเทศเป้าหมาย ได้แก่ รัสเซีย

สินค้านำเข้าที่มีสัดส่วนของการนำเข้าเทียบกับมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของประเทศหนึ่งสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าสินค้านำเข้ารายการนั้นของโลก ($RCA_m > 1$) แสดงว่าประเทศนั้นมีความต้องการในการนำเข้าสินค้านำเข้ารายการนั้นสูง และถ้าประเทศมีสัดส่วนของการนำเข้าสินค้านำเข้ารายการใดเทียบกับมูลค่าการนำเข้ารวมต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าของโลก ($RCA_m < 1$) ประเทศนั้นก็จะมีความต้องการในการนำเข้าสินค้านำเข้ารายการนั้นน้อย

เมื่อนำดัชนี RCA_x และ RCA_m มาพิจารณารวมกันพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะได้รับประโยชน์จากสินค้านำเข้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออก และประเทศเป้าหมายมีความต้องการในการนำเข้าสูง ($RCA_x > 1$ และ $RCA_m > 1$) ซึ่งจะเป็นสินค้าในกลุ่มที่จะมีแผนปฏิบัติการในด้านการแสวงหาประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดตลาดโดยการเจรจาเปิดเสรีทางการค้า ในทางตรงกันข้าม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในการส่งออกต่ำ (หรือต่ำกว่า) ประเทศเป้าหมายจะเป็นสาขาที่จะมีแผนปฏิบัติการทางด้านการวางแผนเพื่อรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดเสรีทางการค้า

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีข้อควรระวังที่จะต้องคำนึงถึงที่สำคัญ ได้แก่

- การคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบของมาตรการในการแทรกแซงของรัฐ โดยเฉพาะมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีที่จะมีผลกระทบต่อกรนำเข้าและส่งออกสินค้า เช่น มาตรการในการอุดหนุน มาตรการในการส่งเสริมการส่งออก ฯลฯ

- การวิเคราะห์โดยดัชนี RCA สมมติให้ตลาดในประเทศผู้ส่งออกและประเทศผู้นำเข้าเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect competition) ซึ่งในสินค้าบางสาขาตลาดภายในประเทศรวมทั้งตลาดส่งออกอาจจะไม่ได้เป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้คำนวณค่าดัชนี RCA ย้อนหลัง โดยมีจุดประสงค์เพื่อลดจุดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับมาตรการของภาครัฐบาล เนื่องจาก ณ. ปีที่มีการใช้มาตรการกีดกันทางการค้า อาจทำให้ค่า RCA แตกต่างจากค่า RCA ของปีอื่นๆ และ ยังช่วยให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของศักยภาพในการส่งออกของประเทศรวมทั้งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของศักยภาพการส่งออก ซึ่งจะได้วิเคราะห์ต่อไป นอกจากนี้ การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของการส่งออกสินค้าจะได้นำการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่มาใช้สนับสนุนผลการศึกษาดังที่จะได้กล่าวถึงต่อไป

จากการคำนวณ RCA_x ของสินค้าไทย 50 อันดับแรกพบว่า มีอยู่ 46 รายการที่มีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าสินค้าที่ไทยส่งออกไปนั้นส่วนมากจะมีศักยภาพในการแข่งขันดี โดยสินค้าที่มีค่า RCA ส่งออกสูงสุดคือ ยางธรรมชาติ (102.73) รองลงมา คือ กาวยาง (63.93) และอันดับที่ 3 คือ มันสำปะหลังสด (55.03) ส่วนสินค้าที่มี RCA ส่งออกต่ำกว่า 1 นั้น ได้แก่ น้ำมันปิโตรเลียม รถยนต์ที่มีเครื่องยนต์ 1500 cc – 3000 cc และ Metal Oxide Semiconductor ซึ่งแสดงถึงว่าไทยไม่มีศักยภาพในการส่งออกสินค้าเหล่านี้

ตารางที่ R3.1 แสดงรายการสินค้าส่งออกหลักของไทย ไปยังโลก 50 อันดับแรก ตามมูลค่าการส่งออกปี ค.ศ. 2006 / ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการส่งออก (RCA_x) ของสินค้าส่งออกไทย

หน่วย : USD thousand

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่าส่งออกของโลก	มูลค่าส่งออกของไทย	RCA _x
1	847170	Computer data storage units	70,182,902	6,812,600	8.80
2	854230	Monolithic integrated circuits	97,164,251	5,075,518	4.73
3	847330	Parts & accessories of automatic data processg machines&units thereof	204,175,699	3,717,529	1.65
4	870421	Diesel powered trucks with a GVW not exceeding five tonnes	33,797,084	3,129,140	8.39
5	100630	Rice, semi-milled or wholly milled, whether or not polished or glazed	6,597,024	2,204,513	30.29
6	400129	Natural rubber in other forms nes	1,992,837	2,258,511	102.73
7	400121	Natural rubber in smoked sheets	2,388,385	1,897,125	72.00
8	852812	Color television receivers	58,240,345	1,778,000	2.77
9	847160	Computer input/outputs, with/without storage	66,929,969	1,583,565	2.14
10	270900	Petroleum oils and oils obtained from bituminous minerals, crude	889,387,901	1,574,091	0.16
11	870323	Automobiles w reciprocating piston engine displacing > 1500 cc to 3000 cc	194,823,834	1,510,386	0.70
12	847190	Automatic data processing equipment nes	6,626,729	1,461,203	19.99
13	870899	Motor vehicle parts nes	88,232,824	1,440,242	1.48
14	160414	Tunas, skipjack & Atl bonito, prepared / preserved, whole/in pieces, ex mined	3,830,802	1,297,249	30.70
15	400110	Natural rubber latex, whether or not prevulcanised	1,735,942	1,224,262	63.93
16	841510	Air conditioning machines window or wall types, self-contained	7,646,239	1,220,380	14.47
17	711319	Articles of jewelry &pt thereof of/o prec met w/n plated/clad w prec met	29,927,472	1,155,062	3.50
18	160520	Shrimps and prawns, prepared or preserved	3,387,778	1,140,655	30.52
19	880390	Parts of balloons, dirigibles, and spacecraft nes	2,269,237	1,122,625	44.84
20	291736	Terephthalic acid and its salts	9,208,184	1,107,336	10.90
21	30613	Shrimps and prawns, frozen, in shell or not, including boiled in shell	9,753,333	1,054,484	9.80
22	853400	Printed circuits	35,342,130	1,032,130	2.65
23	854213	Metal oxide semiconductors	243,468,476	938,745	0.35
24	390740	Polycarbonates	8,889,748	887,485	9.05
25	854290	Parts of electronic integrated circuits and microassemblies	36,434,323	765,328	1.90
26	160232	Fowl (gallus domesticus) meat, prepared/preserved	3,190,629	762,635	21.67

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่าส่งออกของโลก	มูลค่าส่งออกของไทย	RCA _x
27	390120	Polyethylene having a specific gravity of 0.94 or more	17,451,835	743,090	3.86
28	852540	Still image and other video cameras	33,506,038	653,781	1.77
29	710239	Diamonds non-industrial nes excluding mounted or set diamonds	47,517,317	630,697	1.20
30	841821	Refrigerators, household type, compression-type	3,966,493	597,821	13.66
31	850110	Electric motors of an output not exceeding 37.5 W	10,031,996	593,686	5.36
32	852290	Parts and accessories of apparatus of heading Nos 85.19 to 85.21, nes	11,374,862	588,310	4.69
33	870322	Automobiles w reciprocating piston engine displacg > 1000 cc to 1500 cc	50,926,932	585,851	1.04
34	841430	Compressors of a kind used in refrigerating equipment	9,918,931	580,224	5.30
35	711311	Articles of jewellery&pts thereof of silver w/n platd/clad w/o prec met	3,375,619	570,978	15.33
36	401120	Pneumatic tires new of rubber for buses or lorries	14,942,216	559,772	3.40
37	847150	Digital processing units not sold as complete systems	39,112,305	546,021	1.27
38	854890	Electrical parts of mach	3,352,989	528,733	14.29
39	850440	Static converters, nes	29,736,007	525,399	1.60
40	852990	Parts suitable f use solely/princ w the app of headings 85.25 to 85.28	92,825,199	502,214	0.49
41	870431	Gas powered trucks with a GVW not exceeding five tonnes	23,765,796	499,191	1.90
42	853710	Boards,panels,includg numerical control panels,for a voltage < V>	20,842,815	498,830	2.17
43	401519	Gloves nes of rubber	2,349,187	491,700	18.97
44	851650	Microwave ovens	3,553,475	486,330	12.41
45	900211	Objective lenses f cameras,projectors/photographic enlargers/reducers	3,266,912	474,863	13.18
46	71410	Manioc (cassava), fresh or dried, whether or not sliced or pelleted	747,747	453,967	55.03
47	210690	Food preparations nes	17,437,150	440,421	2.29
48	840991	Parts for spark-ignition type engines nes	26,183,937	439,486	1.52
49	390210	Polypropylene	16,485,259	424,005	2.33
50	392690	Articles of plastics or of other materials of Nos 39.01 to 39.14 nes	33,668,271	423,042	1.14

ที่มา : ข้อมูลมูลค่าการส่งออก-นำเข้า จาก Trademap และ RCA_x จากการคำนวณโดยคณะผู้วิจัย

จากการคำนวณ RCA_m ของสินค้าไทยที่นำเข้า 50 อันดับแรก พบว่า มีอยู่ 43 รายการที่มีค่า RCA สำหรับการนำเข้ามากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าสินค้านั้นส่วนมากจะเป็นสินค้าที่ไทยมีความต้องการมากอยู่แล้ว โดยสินค้าที่มีค่า RCA นำเข้าสูงสุดคือ Skipjack (ปลาทะเลชนิดหนึ่ง) (79.43) ส่วนสินค้าที่มี RCA นำเข้าต่ำกว่า 1 นั้น ได้แก่ เครื่องส่งวิทยุ Metal Oxide Semiconductor และ คอมพิวเตอร์ ซึ่งแสดงถึงว่า สินค้าเหล่านี้โดยเปรียบเทียบแล้วไทยมีความต้องการน้อยกว่าประเทศอื่นๆทั่วโลก

จากการคำนวณ RCA สำหรับการส่งออกของสินค้าที่ส่งออกไปรัสเซีย 30 อันดับแรก และย้อนหลัง ในปี ค.ศ. 1997 ปี 2000 ปี 2003 และ ปี 2006 พบว่า โดยส่วนมาก RCA ส่งออกจะมีค่าน้อยกว่า 1 โดยเฉพาะในปีเก่าๆ (1997) แสดงว่า สินค้าที่ไทยส่งออกไปรัสเซียในขณะนี้ เป็นสินค้าที่ไทยไม่มีศักยภาพในการแข่งขัน ยกเว้น สับประรดแปรรูป ข้าวโพดหวานแปรรูป และ ยาสูบ ที่มีค่า RCA สำหรับการส่งออกมากกว่า 1 ซึ่งแสดงว่าไทยมีศักยภาพในการส่งออกสินค้านี้รายการดังกล่าว

จากการคำนวณ RCA นำเข้าของสินค้าที่ไทยนำเข้าจากรัสเซีย 30 อันดับแรก และย้อนหลัง ในปี ค.ศ. 1997 ปี 2000 ปี 2003 และ ปี 2006 พบว่า สินค้าที่มี RCA นำเข้ามากกว่า 1 อย่างต่อเนื่องมีเพียง 3 รายการเท่านั้น ได้แก่ Semi-finished Bar, Rectangular Bar และ สารเคมีจากไม้ กรดกำมะถัน แสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่แล้วของไทยนำเข้าจากรัสเซียเป็นสินค้าที่ไทยโดยเปรียบเทียบแล้วต้องการน้อยกว่าประเทศอื่น

เมื่อนำรายการส่งออกของไทยไปเปรียบเทียบกับอัตราภาษีแล้ว พบว่า สินค้าที่มี RCA ส่งออกมากกว่า 1 ของไทยไปรัสเซียยังต้องพบกับอัตราภาษีที่สูงอยู่ เช่น สับประรดแปรรูป มี RCA ที่ 2.41 มีภาษีที่ 15% ข้าวโพดหวานแปรรูปมี RCA ที่ 2.31 มีภาษีที่ 26.89 แสดงให้เห็นว่าการเจรจา FTA ที่ลดภาษีสองจะทำให้สินค้า 2 ชนิดนี้มีแนวโน้มการส่งออกไปรัสเซียมากขึ้น

สำหรับสินค้าที่ไทยนำเข้าจากรัสเซียโดยมากมีความต้องการที่ต่ำอยู่แล้ว (RCA สำหรับการนำเข้าต่ำ) และภาษีที่เก็บอยู่ก็มีอัตราที่ไม่สูง ประมาณร้อยละ 1-5 ดังนั้น การนำเข้าสินค้าจากรัสเซียไม่น่าจะเพิ่มขึ้นมากหลังการเปิด FTA

ตารางที่ R3.2 แสดงรายการสินค้านำเข้าหลักของไทย จากโลก 50 อันดับแรก ตามมูลค่าการนำเข้าปี ค.ศ.
2006 / ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการนำเข้า (RCA_m) ของสินค้านำเข้าไทย

หน่วย: USD thousand

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่านำเข้าของโลก	มูลค่านำเข้าของไทย	RCA _m
1	270900	Petroleum oils and oils obtained from bituminous minerals, crude	861,204,774	20,119,845	2.14
2	847330	Parts & accessories of automatic data processing machines & units thereof	207,965,456	4,272,356	1.88
3	854230	Monolithic integrated circuits	102,125,606	4,152,608	3.72
4	854290	Parts of electronic integrated circuits and microassemblies	17,558,333	3,379,062	17.61
5	271121	Natural gas in gaseous state	87,131,069	2,018,561	2.12
6	870899	Motor vehicle parts nes	92,589,315	1,771,168	1.75
7	710812	Gold in unwrought forms non-monetary	31,951,349	1,672,009	4.79
8	740311	Copper cathodes and sections of cathodes unwrought	41,446,088	1,544,700	3.41
9	852520	Transmission apparatus, for radiotelegraph incorporating reception apparatus	188,746,744	1,532,523	0.74
10	732690	Articles, iron or steel, nes	22,431,086	1,286,760	5.25
11	852320	Unrecorded magnetic discs	4,527,901	1,074,117	21.71
12	392690	Articles of plastics or of other materials of Nos 39.01 to 39.14 nes	31,359,175	1,055,850	3.08
13	853400	Printed circuits	35,118,621	1,028,659	2.68
14	852990	Parts suitable f use solely/princ w the app of headings 85.25 to 85.28	101,350,590	934,284	0.84
15	720712	Semi-fin prod, iron/n-al steel, rect/sq cross sect, cntg by wgt<.25% carb	12,149,768	799,611	6.02
16	710239	Diamonds non-industrial nes excluding mounted or set diamonds	48,807,806	755,423	1.42
17	854389	Electrical machines and apparatus nes	21,157,251	713,194	3.08
18	847989	Machines & mechanical appliances nes having individual functions	37,997,347	650,564	1.57
19	721049	Flat rolled prod, i/nas, plated or coated with zinc,>/=600mm wide, nes	16,797,291	632,847	3.45
20	853710	Boards, panels, including numerical control panels, for a voltage < V>	21,719,272	614,197	2.59
21	720711	Semi-fin prod, i/nas, rect/sq cross-sect cntg by wgt<.25% c, wdth<2X thk	6,612,055	598,348	8.28
22	854213	Metal oxide semiconductors	218,665,670	596,418	0.25

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่านำเข้าของ โลก	มูลค่านำเข้าของ ไทย	RCA _m
23	852390	Prepared unrecorded media for sound recording or other phenomena nes	14,314,601	594,360	3.80
24	30343	Skipjack or stripe-bellid bonito, frozen ex heading No 03.04,livers & roes	676,938	587,540	79.43
25	520100	Cotton, not carded or combed	10,325,420	569,935	5.05
26	760120	Aluminium unwrought, alloyed	23,688,117	565,469	2.18
27	300490	Medicaments nes, in dosage	188,053,305	559,274	0.27
28	853690	Electrical app for switching / protec elec circuits, not exceed 1,000 V,nes	28,343,780	551,682	1.78
29	382490	Chemical/allied industry preparations/prods nes	24,593,231	547,783	2.04
30	710231	Diamonds non-industrial unworked or simply sawn, cleaved or bruted	30,956,858	532,903	1.58
31	730410	Pipes, line, iron or steel, smls, of a kind used for oil or gas pipelines	3,978,310	527,657	12.14
32	760110	Aluminium unwrought, not alloyed	24,352,455	517,461	1.94
33	230400	Soya-bean oil-cake & other solid residues, whether or not ground or pellet	10,603,176	512,549	4.42
34	854240	Hybrid integrated circuits	23,681,900	504,342	1.95
35	840999	Parts for diesel and semi-diesel engines	23,708,104	473,236	1.83
36	903180	Measuring or checking instruments, appliances and machines, nes	12,729,417	465,388	3.35
37	880240	Aircraft nes of an unladen weight exceeding 15,000 kg	84,651,837	464,100	0.50
38	840820	Engines, diesel, for the vehicles of Chapter 87	27,482,691	463,632	1.54
39	290243	P-xylene	7,776,986	450,666	5.30
40	903289	Automatic regulating or controlling instruments and apparatus, nes	13,975,285	425,775	2.79
41	854011	Cathode-ray television picture tubes, inc video monitor tubes, color	4,536,307	407,567	8.22
42	310210	Urea, wthr/nt in aqueous solution in packages weighing more than 10 kg	5,968,454	406,745	6.24
43	847170	Computer data storage units	60,085,639	401,789	0.61
44	847160	Computer input/outputs, with/without storage	70,881,736	396,229	0.51
45	847130	Portable digital computers <10kg	69,349,768	386,330	0.51
46	120100	Soya beans	16,145,125	375,638	2.13
47	721913	Flat rolled prod, stainless steel, hr in coil,w>/=600mm,3<>	4,604,572	368,790	7.33

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่านำเข้าของโลก	มูลค่านำเข้าของไทย	RCA _m
48	870840	Tansmissions for motor vehicles	27,202,993	351,555	1.18
49	290531	Ethylene glycol (ethanediol)	7,270,752	335,594	4.22
50	720839	Hot roll iron/steel nes, coil >600mm x <3mm	11,201,830	331,935	2.71

ที่มา : ข้อมูลมูลค่าการส่งออก-นำเข้า จาก Trademap และ RCA_m จากการคำนวณโดยคณะผู้วิจัย

**ตารางที่ R3.3 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการส่งออก (RCA_x)
ของสินค้าส่งออกไทยไปรัสเซียย้อนหลัง 4 ช่วงเวลา (1997, 2000, 2003, 2006)***

HS-Code	รายละเอียด	RCA _x (2006)	RCA _x (2003)	RCA _x (2000)	RCA _x (1997)
170111	Cane sugar, raw, in solid form, not cont. added flavouring/colouring matter	0.16	2.24	0.749	0.356
870421	Reception app. for television, whether or not incorp. radio-broadcast receive	0.2	0.02	0.004	0.000
852990	Parts suit. for use solely/princ. with the app. of 85.25-85.28, other than	0.01	0.01	0.000	0.000
854011	Cathode-ray television picture tubes, inc video monitor tubes, color	0.18	0.08	0.000	0.009
847160	Computer input/outputs, with/without storage	0.02	0.03	0.000	0.000
100630	Semi-milled/wholly milled rice, whether or not polished/glazed	0.19	0.23	0.033	0.280
841950	Heat exchange units, non-domestic, non-electric	0.33	0.24	0.000	0.000
200820	Pineapples, prepd./preserved., whether or not cont. added sugar/other. Sweetening	2.41	1.12	0.057	0.178
390760	Poly(ethylene terephthalate), in primary forms	0.14	0.1	0.012	0.000
841810	Combined refrigerator-freezers, fitted with separate external doors	0.31	0.05	0.000	0.000
851650	Microwave ovens	0.29	0.03	0.000	0.000
852721	Radio recent capable of op w/o ext source of power f motor vehicle, combined	0.3	0.02	0.000	0.000
30559	Dried fish other than cod (gadus morhua/ogac/macrocephalus)	0.19	0.32	0.000	0.000
240120	Tobacco, unmanufactured, partly or wholly stemmed or stripped	0.11	0.13	0.019	0.000
200580	Sweet corn prepared or preserved, o/t by vinegar o acetic acid not frozen	2.31	0.43	0.005	0.093
841510	Air conditioning machines window or wall types, self-contained	0.07	0.12	0.278	0.006
847330	Parts & accessories of automatic data processing machines & units thereof	0	0	0.000	0.000
852812	Color television receivers	0.02	0.01	0.000	0.000
731814	Screws, self-tapping, iron or steel	0.24	0.17	0.000	0.000
851711	Line telephone sets with cordless handsets	0.08	0.03	0.000	0.000

HS-Code	รายละเอียด	RCA _t (2006)	RCA _t (2003)	RCA _t (2000)	RCA _t (1997)
390740	Polycarbonates	0.07	0.02	0.021	0.000
900912	Electrostatic photo-copying apparatus, indirect process type	0.04	0.13	0.000	0.000
900150	Spectacle lenses of other materials	0.16	0.09	0.051	0.047
240130	Tobacco refuse	1.01	1.26	0.171	0.000
200949	Pineapple juice (excl. of 2009.41), unfermented & not cont. added spirit, water	0	0	0.000	0.000
401410	Sheath contraceptives of vulcanised rubber	1.03	0.42	0.000	0.007
847170	Computer data storage units	0.01	0.14	0.000	0.000
110814	Manioc (cassava) starch	0.36	0.41	0.042	0.006
852190	Video recording or reproducing apparatus nes	0.04	0	0.000	0.000
847150	Digital processing units not sold as complete systems	0.02	0	0.000	0.000

หมายเหตุ * รายการสินค้าที่แสดงเป็นรายการสินค้าที่มีปริมาณการส่งออกของไทยไปรัสเซียเฉลี่ยย้อนหลัง 5 ปี มากที่สุด 30 รายการแรก

ตารางที่ R3.4 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการนำเข้า (RCA_m)
ของสินค้านำเข้าไทยจากรัสเซียย้อนหลัง 4 ช่วงเวลา (1997, 2000, 2003, 2006)*

HS-Code	รายละเอียด	RCA _m (2006)	RCA _m (2003)	RCA _m (2000)	RCA _m (1997)
720712	Semi-finished bars, i/nas <0.25%C, rectangular, nes	2.37	4.887	3.443	0.356
720711	Rectangular i/nas bars, <.25%C, width< twice thickness	5.70	3.430	1.467	0.000
760120	Aluminium unwrought, alloyed	0.54	0.416	0.486	0.000
310520	Fertilizers containing nitrogen, phosphorus & potassium in packs weighing <	1.62	2.526	0.791	0.009
271019	Petroleum oils & oils obt. from bituminous mins. (excl. crude) & preps. other	0.00	1.155	0.000	0.000
720449	Ferrous waste and scrap, iron or steel, nes	0.23	0.012	0.081	0.280
270900	Petroleum oils and oils obtained from bituminous minerals, crude	0.01	0.000	0.000	0.000
710231	Diamonds (jewelry) unworked or simply sawn, cleaved	0.01	0.144	0.000	0.178
252400	Asbestos	0.00	5.097	5.687	0.000
720720	Semi-finished product, iron/nas >0.25%C	0.55	0.494	0.706	0.000
470311	Chemical wood pulp, soda or sulphate, coniferous, unbleached	1.18	1.702	0.051	0.000
720120	Non-alloy pig iron cont. by wt. >0.5% of phosphorus, in pigs/blocks/oth	0.00	0.000	0.000	0.000
30360	Cod (Gadus morhua/ogac/macrocephalus), frozen (excl. fillets/other. fish meat	0.28	0.000	0.000	0.000
740610	copper powders, of non-lamellar structure (excl. grains of copper	0.00	0.000	0.116	0.000
480100	Newsprint, in rolls or sheets	0.03	0.090	0.082	0.093
720110	Non-alloy pig iron cont. by wt. 0.5%/less of phosphorus, in pigs/blocks/other	0.16	0.000	0.000	0.006
400231	Isobutene-isoprene (butyl) rubber (IIR)	1.18	1.612	0.945	0.000
720839	Flat rolled prod/coils>3mm	0.00	0.199	0.237	na
722511	Flat-rolled alloy steel, >600mm, grain oriented	0.40	0.450	0.112	0.000
710210	Diamonds unsorted whether or not worked	0.00	0.074	0.219	na
30613	Shrimps & prawns, whether or not in shell, frozen	0.04	0.077	0.000	0.000

HS-Code	รายละเอียด	RCA _m (2006)	RCA _m (2003)	RCA _m (2000)	RCA _m (1997)
710812	Gold (incl. gold plated with platinum), in unwrought forms (excl. powder)	0.00	0.000	0.000	0.000
310221	Ammonium sulphate	0.14	0.014	0.064	0.047
410150	Whole bovine (incl. buffalo)/equine hides & skins, wt. >16kg(fresh/salted/	0.00	0.000	0.000	0.000
310540	Monoammonium phosphate & mx thereof w diamonium phosphate, in pack	0.00	0.015	1.199	0.000
30379	Fish, n.e.s., frozen (excl. fillets/other. fish meat of 03.04/livers & roes)	0.13	0.000	0.000	0.007
410190	Bovine (incl. buffalo)/equine hides & skins (excl. of 4101.20 & 4101.50)	0.00	0.000	0.000	0.000
310420	Potassium chloride	0.01	0.071	0.058	0.006
720838	Hot roll iron/steel nes, coil >600mm x 3-4.75mm	0.00	0.125	0.199	0.000
760110	Aluminium, not alloyed, unwrought	0.01	0.016	0.012	0.000

หมายเหตุ * รายการสินค้าที่แสดงเป็นรายการสินค้าที่มีปริมาณการนำเข้าของไทยจากรัสเซียเฉลี่ยย้อนหลัง 5 ปี มากที่สุด 30 รายการแรก

ตารางที่ R3.5 แสดงรายการสินค้าส่งออกหลักของไทย ไปยังรัสเซีย 30 อันดับแรก ตามมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย
ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002-2006 ค่า RCA_x ของไทย RCA_m ของรัสเซีย และอัตรากำไรนำเข้าของรัสเซีย

หน่วย : USD

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	อัตรากำไร	RCA_x (TH)	RCA_m (RS)	มูลค่าเฉลี่ย 5 ปี
1	170111	Cane sugar, raw, in solid form, not cont. added flavoring/coloring matter	114.17%	0.16	0.02	53,509,716.80
2	870421	Reception app. for television, whether or not incorp. radio- broadcast receive	10.00%	0.20	0.54	38,193,291.40
3	852990	Parts suit. for use solely/princ. with the app. of 85.25-85.28, other than	10.00%	0.01	0.25	25,067,031.60
4	854011	Cathode-ray television picture tubes, include video monitor tubes, color	5.00%	0.18	0.02	19,334,320.60
5	847160	Computer input/outputs, with/without storage	5.00%	0.02	0.03	18,992,417.80
6	100630	Semi-milled/wholly milled rice, whether or not polished/glazed	0.00%	0.19	1.29	18,977,578.60
7	841950	Heat exchange units, non-domestic, non-electric	15.00%	0.33	0.21	17,097,080.20
8	200820	Pineapples, prepd./preserved., whether or not cont. added sugar/other Sweetening	15.00%	2.41	0.02	17,080,020.40
9	390760	Poly(ethylene terephthalate), in primary forms	5.00%	0.14	0.03	13,912,024.20
10	841810	Combined refrigerator-freezers, fitted with separate external doors	10.00%	0.31	0.19	11,946,374.20
11	851650	Microwave ovens	20.00%	0.29	1.73	11,501,873.20
12	852721	Radio rece nt capable of op w/o ext source of power f motor vehicle, combined	15.00%	0.30	0.03	9,613,106.60
13	30559	Dried fish other than cod (gadus morhua/ogac/macrocephalus)	10.00%	0.19	0.60	8,852,661.60
14	240120	Tobacco, unmanufactured, partly or wholly stemmed or stripped	0.00%	0.11	0.02	8,179,569.40
15	200580	Sweet corn prepared o preserved, o/t by vinegar o acetic acid not frozen	26.89%	2.31	0.17	7,328,286.80
16	841510	Air conditioning machines window or wall types, self- contained	7.50%	0.07	2.24	7,063,589.40
17	847330	Parts & accessories of automatic data processing machines & units thereof	10.00%	0.00	0.20	5,474,623.00
18	852812	Color television receivers	15.00%	0.02	8.52	5,340,226.80
19	731814	Screws, self-tapping, iron or steel	15.00%	0.24	1.16	4,688,442.60
20	851711	Line telephone sets with cordless handsets	15.00%	0.08	0.94	4,353,825.60

ตารางที่ R3.5 แสดงรายการสินค้าส่งออกหลักของไทย ไปยังรัสเซีย 30 อันดับแรก ตามมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย
ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002-2006 ค่า RCA_x ของไทย RCA_m ของรัสเซีย และอัตรากำไรนำเข้าของรัสเซีย

หน่วย : USD

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	อัตรากำไร	RCA_x (TH)	RCA_m (RS)	มูลค่าเฉลี่ย 5 ปี
21	390740	Polycarbonates	0.00%	0.07	0.30	4,141,819.80
22	900912	Electrostatic photo-copying apparatus, indirect process type	10.00%	0.04	0.09	3,185,716.80
23	900150	Spectacle lenses of other materials	15.00%	0.16	0.49	2,579,807.40
24	240130	Tobacco refuse	5.00%	1.01	0.03	2,258,393.40
25	200949	Pineapple juice (excl. of 2009.41), unfermented & not cont. added spirit, water	15.00%	0.00	0.00	2,020,418.60
26	401410	Sheath contraceptives of vulcanised rubber	10%	1.03	0.01	1,870,684.60
27	847170	Computer data storage units	0.00%	0.01	0.05	1,608,682.80
28	110814	Manioc (cassava) starch	0.00%	0.36	0.03	1,571,838.00
29	852190	Video recording or reproducing apparatus nes	15.00%	0.04	0.06	1,451,729.00
30	847150	Digital processing units not sold as complete systems	0.00%	0.02	0.35	1,432,065.60

ตารางที่ R3.6 แสดงรายการสินค้านำเข้าหลักของไทย จากรัสเซีย 30 อันดับแรก ตามมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ย
ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002-2006 ค่า RCA_m ของไทย RCA_x ของรัสเซีย และอัตรานำเข้าของไทย

หน่วย : USD

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	อัตรานำเข้า	RCA_m (TH)	RCA_x (RS)	มูลค่าเฉลี่ยรวม 5 ปี
1	720712	Semi-finished bars, i/nas <0.25%C, rectangular, nes	1.00%	2.37	0.14	355,285,568.00
2	720711	Rectangular i/nas bars, <.25%C, width< twice thickness	1.00%	5.70	0.1	267,119,387.60
3	760120	Aluminium unwrought, alloyed	1.00%	0.54	0.12	84,839,298.00
4	310520	Fertilizers containing nitrogen, phosphorus & potassium in packs weighing <>	5.00%	1.62	0.29	41,384,909.20
5	271019	Petroleum oils & oils obt. from bituminous mins. (excl. crude) & preps. other	1.00%	0.00	0	35,512,597.20
6	720449	Ferrous waste and scrap, iron or steel, nes	1.00%	0.23	0.33	28,135,079.80
7	270900	Petroleum oils and oils obtained from bituminous minerals, crude	0.00%	0.01	0.003	20,377,791.60
8	710231	Diamonds (jewellery) unworked or simply sawn, cleaved	0.00%	0.01	0	18,718,390.80
9	252400	Asbestos	1.00%	0.00	0.13	18,328,638.20
10	720720	Semi-finished product, iron/nas >0.25%C	1.00%	0.55	0.5	13,326,638.40
11	470311	Chemical wood pulp, soda or sulphate, coniferous, unbleached	1.00%	1.18	0.54	11,420,190.00
12	720120	Non-alloy pig iron cont. by wt. >0.5% of phosphorus, in pigs/blocks/oth	1.00%	0.00	0	9,151,621.00
13	30360	Cod (Gadus morhua/ogac/macrocephalus), frozen (excl. fillets/oth. fish meat	5.00%	0.28	0	7,953,673.80
14	740610	copper powders, of non-lamellar structure (excl. grains of copper	1.00%	0.00	0	7,258,333.00
15	480100	Newsprint, in rolls or sheets	1.00%	0.03	0.01	6,673,572.60
16	720110	Non-alloy pig iron cont. by wt. 0.5%/less of phosphorus, in pigs/blocks/other	1.00%	0.16	0.11	6,269,240.00
17	400231	Isobutene-isoprene (butyl) rubber (IIR)	1.00%	1.18	0.12	5,889,174.80
18	720839	Flat rld prod/coils>3mm	3.00%	0.00	0	5,831,003.60
19	722511	Flat-rolled alloy steel, >600mm, grain oriented	1.00%	0.40	0.16	5,687,906.00
20	710210	Diamonds unsorted whether or not worked	0.00%	0.00	0	5,592,085.00

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	อัตรา ภาษี	RCA _m (TH)	RCA _x (RS)	มูลค่าเฉลี่ยรวม 5 ปี
21	30613	Shrimps & prawns, whether or not in shell, frozen	5.00%	0.04	0.02	5,197,186.80
22	710812	Gold (incl. gold plated with platinum), in unwrought forms (excl. powder)	0.00%	0.00	0	4,833,010.80
23	310221	Ammonium sulphate	5.00%	0.14	0.01	4,123,404.80
24	410150	Whole bovine (incl. buffalo)/equine hides & skins, wt. >16kg(fresh/salted/	0.00%	0.00	0	3,894,921.00
25	310540	Monoammonium phosphate & mx thereof w diamonium phosphate, in pack	0.00%	0.00	0	3,380,179.00
26	30379	Fish, n.e.s., frozen (excl. fillets/oth. fish meat of 03.04/livers & roes)	0.00%	0.13	0.05	2,907,910.80
27	410190	Bovine (incl. buffalo)/equine hides & skins (excl. of 4101.20 & 4101.50)	0.00%	0.00	0	2,794,724.00
28	310420	Potassium chloride	5.00%	0.01	0.01	2,471,547.40
29	720838	Hot roll iron/steel nes, coil >600mm x 3-4.75mm	0.00%	0.00	0	2,347,751.00
30	760110	Aluminium, not alloyed, unwrought	1.00%	0.01	0.003	2,320,954.80

ตารางที่ R3.7 แสดงรายการสินค้าส่งออกหลักของรัสเซีย ไปยังโลก 50 อันดับแรก ตามมูลค่าการส่งออกปี
ค.ศ. 2006 / ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการส่งออก (RCA_x) ของสินค้าส่งออกรัสเซีย

หน่วย: USD Thousand

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่าส่งออก ของโลก	มูลค่าส่งออก ของรัสเซีย	RCA _x
1	270900	Petroleum Oils And Oils Obtained From Bituminous Minerals	342,205,365,835	96,675,117,523	20.01
2	271121	Natural Gas In Gaseous State	120,851,827,938	42,840,363,545	25.10
3	271019	Petroleum Oils & Oils ,O/T Light, Obt From Bituminous Min(O/T Crude) Etc & O/T Waste	242,191,145,263	35,978,533,147	10.52
4	271011	Light Oils & Prep Obtained From Bitumi- Nous Min, O/T Crude Etc, O/T Waste	113,319,069,258	8,242,609,131	5.15
5	750210	Nickel Unwrought, Not Alloyed	13,795,219,944	5,474,007,803	28.10
6	760110	Aluminium Unwrought, Not Alloyed	22,528,507,042	4,436,861,604	13.95
7	270112	Bituminous Coal, Whether Or Not Pulver- Sed But Not Agglomerated	43,823,495,223	3,909,251,359	6.32
8	440320	Logs, Poles, Coniferous Nes	5,940,900,204	2,519,735,527	30.04
9	740811	Wire Of Refined Copper Of Which The Max Cross Sectional Dimension Exceeds 6Mm	16,034,039,887	2,285,313,185	10.09
10	440710	Lumber, Coniferous (Softwood) Of A Thickness Exceeding 6 Mm	23,993,192,507	2,246,257,795	6.63
11	760120	Aluminium Unwrought, Alloyed	23,971,829,157	1,974,739,015	5.83
12	710231	Diamonds Non-Industrial Unworked Or Simply Sawn, Cleaved Or Bruted	21,247,309,499	1,718,365,644	5.73
13	740311	Copper Cathodes And Sections Of Cathodes Unwrought	40,322,840,671	1,638,300,510	2.88
14	720449	Ferrous Waste And Scrap, Iron Or Steel, Nes	14,452,223,347	1,579,560,070	7.74
15	720110	Pig Iron, Non-Alloy, Containing By Weight <=0.5% Of Phosphorus In Primary Forms	4,417,731,312	1,568,504,042	25.14
16	100190	Wheat Nes And Meslin	17,983,367,079	1,454,805,085	5.73
17	720839	Flat Rolled Prod, I/Nas, In Coil, Hr, >=600Mm Wide, <3Mm Thk, Nes	10,742,599,585	1,367,352,188	9.01
18	310420	Potassium Chloride, In Packages Weighing More Than 10 Kg	3,646,760,788	1,296,780,880	25.18
19	720720	Semi-Fin Prod, Iron/Non-Alloy Steel, Contg By Weight .25% Or More Carbon	4,098,653,607	1,139,429,428	19.69
20	310210	Urea, Whether Or Not In Aqueous Solution In Packages Weighing More Than 10 Kg	3,812,258,717	860,817,677	15.99
21	722511	Flt Roll Prod, Al Stl, Cr, Cd,Of Silicon Elect Stl, Grain-Oriented>=600Mm Wide	2,935,065,436	843,783,521	20.36
22	720711	Semi-Fin Prod, I/Nas,Rect/Sq Cross- Sect Cntg By Wght <.25%	6,362,413,935	791,063,543	8.80

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่าส่งออก ของโลก	มูลค่าส่งออก ของประเทศไทย	RCA _x
		C, Wd L/T 2X Thk			
23	281410	Anhydrous Ammonia	2,913,309,093	705,207,359	17.14
24	840130	Fuel Elements (Cartridges), Non-Irradiated, For Nuclear Reactors	2,841,340,599	704,382,358	17.56
25	841112	Turbo-Jets Of A Thrust Exceeding 25 Kn	20,399,253,376	680,884,927	2.36
26	271600	Electrical Energy	25,452,910,500	668,253,394	1.86
27	440399	Logs, Non-Coniferous Nes	2,186,516,441	646,708,856	20.95
28	260112	Iron Ores And Concentrates, Other Than Roasted Iron Pyrites, Agglomerated	9,165,537,901	641,656,403	4.96
29	480100	Newsprint, In Rolls Or Sheets	10,032,254,487	636,585,606	4.49
30	880240	Aircraft Nes Of An Unladen Weight Exceeding 15,000 Kg	91,207,519,371	610,108,385	0.47
31	810890	Titanium And Articles Thereof, Nes	3,283,371,257	563,236,882	12.15
32	870323	Automobiles With Reciprocating Piston Engine Displacing >1500Cc But<=3000 Cc	199,985,698,730	536,860,668	0.19
33	310520	Fertilizers Cntg Nitrogen, Phosphorus & Potassium In Packages Weighing > 10 Kg	2,022,709,105	509,683,311	17.84
34	441214	Plywood, At Least 1 Outer Ply Of Non-Coniferous Wood Nes (Ply'S<=6 Mm)	3,475,694,519	504,323,026	10.28
35	720917	Flat Rolled Products, I/Nas, In Coil, Cold Rolled,>=600Mm Wide,>=0.5Mm<=1Mm Thk	6,802,755,021	498,723,748	5.19
36	284390	Precious Metal Compounds Nes; Amalgams	2,618,074,414	452,134,128	12.23
37	750220	Nickel Unwrought, Alloyed	1,055,295,646	432,080,738	28.99
38	310540	Monoammonium Phosphate & Mx Thereof With Diamonium Phosphate, In Pack > 10Kg	820,576,168	420,808,900	36.32
39	890120	Tankers	18,513,860,770	416,709,274	1.59
40	293371	6-Hexanelactam (Epsilon-Caprolactam)	2,830,003,635	392,767,730	9.83
41	290511	Methanol (Methyl Alcohol)	2,972,991,980	386,489,878	9.21
42	270111	Anthracite, Whether Or Not Pulverised But Not Agglomerated	1,332,262,838	375,402,314	19.95
43	290250	Styrene	8,844,987,649	372,155,069	2.98
44	720837	Flat Rolled Prod, I/Nas, In Coil, Hr, >=600Mm Wide,>=4.75Mm Thk But<=10Mm Thk,Nes	4,154,986,536	366,719,870	6.25
45	310230	Ammonium Nitrate, Whether Or Not In Aqueous Sol In Pack Weighing > 10 Kg	1,289,649,275	364,496,531	20.01
46	760612	Plate, Sheet Or Strip, Aluminium Alloy, Rect Or Sq, Exceeding 0.2Mm Thick	17,451,775,763	349,839,058	1.42

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่าส่งออก ของโลก	มูลค่าส่งออก ของรัสเซีย	RCA _x
47	151211	Sunflower-Seed Or Safflower Oil, Crude	2,162,054,368	334,745,910	10.96
48	310530	Diammonium Phosphate, In Packages Weighing > 10 Kg	1,222,042,853	319,255,763	18.50
49	720916	Flat Rolled Products, I/Nas, In Coil, Cold Rolled, >=600Mm Wide, >1Mm <3Mm Thk	4,528,830,840	314,425,777	4.92
50	470321	Chemical Wood Pulp, Soda Or Sulphate, Coniferous, Semi-BI Or Bleached, Nes	10,893,649,682	300,518,016	1.95

ที่มา : มูลค่าการส่งออก - นำเข้า จาก Trademap และ RCA จากการคำนวณ

ตารางที่ R3.8 แสดงรายการสินค้านำเข้าหลักของประเทศไทย ไปยังโลก 50 อันดับแรก ตามมูลค่าการนำเข้าปี ค.ศ. 2006 / ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับการนำเข้า (RCA_m) ของสินค้านำเข้าประเทศไทย

หน่วย: USD Thousand

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่านำเข้าของโลก	มูลค่านำเข้าของประเทศไทย	RCA _m
1	810323	Vehicles (excl. of 87.02 & 8703.10) princ. designed for the tpt. of persons ...	163,126,432,178	7,385,396,432	6.13
2	852520	Transmission Apparatus, For Radio- Teleph Incorporating Reception Apparatus	154,199,593,344	5,113,940,775	4.49
3	300490	Medicaments Nes, In Dosage	176,960,020,354	3,768,027,105	2.88
4	870324	Automobiles With Reciprocating Piston Engine Displacing >3000 Cc	118,719,450,941	2,577,323,482	2.94
5	870322	Automobiles With Reciprocating Piston Engine Displacing >1000 Cc But<=1500 Cc	47,906,158,304	1,691,015,206	4.78
6	281820	Aluminium Oxide, Other Than Artificial Corundum	11,351,484,529	1,581,092,857	18.87
7	020230	Bovine Cuts Boneless, Frozen	6,996,371,118	1,519,144,358	29.41
8	880240	Aircraft Nes Of An Unladen Weight Exceeding 15,000 Kg	63,461,522,378	1,324,084,252	2.83
9	170111	Raw Sugar, Cane	6,922,691,714	1,064,385,061	20.83
10	020329	Swine Cuts, Frozen Nes	6,933,580,231	1,049,926,311	20.51
11	847160	Input Or Output Units, W/N Containing Storage Units In The Same Housing	66,867,910,141	1,000,352,642	2.03
12	870120	Road Tractors For Semi-Trailers (Truck Tractors)	18,521,416,103	910,130,690	6.66
13	730511	Pipe, Line, I Or S, Longitudinally Subm Arc Wld, Cc Sect, Dia >406.4Mm	2,640,950,026	789,617,030	40.50
14	843049	Boring Or Sinking Machinery Nes, Not Self-Propelled	2,038,418,305	746,806,363	49.62
15	020714	Chicken And Capon Cuts And Edible Offal, Frozen	4,990,939,159	746,008,336	20.25
16	852812	Television Receivers W/N Incorp Radio- Broadcast Receiver/Sound/Video Etc, Col	57,161,558,834	723,689,118	1.71
17	845011	Automatic Washing Machines, Of A Dry Linen Capacity Not Exceeding 10 Kg	7,262,992,557	583,503,026	10.88
18	870829	Parts And Accessories Of Bodies Nes For Motor Vehicles	45,120,393,184	553,211,287	1.66
19	270900	Petroleum Oils And Oils Obtained From Bituminous Minerals, Crude	950,912,138,611	547,253,412	0.08
20	040690	Cheese Nes	11,284,854,175	499,119,788	5.99
21	240120	Tobacco, Unmanufactured, Partly Or Wholly Stemmed Or Stripped	5,128,071,363	492,660,786	13.01
22	722540	Flat Rolled Prod, Al/S, O/T Stainless, Nic Nfw Than Hr,>=	3,884,660,573	490,522,822	17.10

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่านำเข้าของโลก	มูลค่านำเข้าของ รัสเซีย	RCA _m
		600 Mm Wide,Nes			
23	080300	Bananas Including Plantains, Fresh Or Dried	8,343,812,427	480,680,816	7.80
24	300210	Antisera And Other Blood Fractions	24,705,006,087	475,067,535	2.60
25	841480	Air Or Gas Compressors, Hoods	11,828,315,718	472,633,478	5.41
26	720851	Hot roll iron/steel, not coil >600mm x >10mm	12,681,854,000	463,035,588	4.95
27	842952	Shovels And Excavators With A 360 Revolving Superstructure	16,181,873,524	461,685,337	3.86
28	390760	Poly(Ethylene Terephthalate)	8,107,371,304	452,045,176	7.55
29	870899	Motor Vehicle Parts, Nes	90,211,707,365	449,401,699	0.67
30	901890	Instruments And Appliances Used In Medical Or Veterinary Sciences, Nes	26,237,590,814	438,401,578	2.26
31	852990	Parts For Apparatus Of Headings 85.25 To 85.28, Nes	90,365,879,756	434,029,505	0.65
32	870323	Automobiles With Reciprocating Piston Engine Displacing >1500Cc But<=3000 Cc	182,317,669,911	431,215,369	0.32
33	847989	Machines & Mechanical Appliances, Having Individual Functions, Nes	37,461,641,848	428,728,958	1.55
34	481840	Sanitary Articles Of Paper, Incl Sanit Towels & Napkins (Diapers) For Babies	7,357,218,198	425,347,490	7.83
35	401110	Pneumatic Tires New Of Rubber For Motor Cars Incl Station Wagons & Racing Cars	22,767,211,133	420,381,113	2.50
36	841950	Heat Exchange Units	5,113,890,585	420,294,758	11.13
37	847130	Portable Adpm, Wt <= 10 Kg, With Cpu, Keyboard And Display	76,404,504,100	415,361,586	0.74
38	890190	Cargo Vessels Nes & Other Vessels For The Transport Of Both Persons And Goods	17,292,561,862	402,508,457	3.15
39	300440	Alkaloids Or Their Derivs, Not Cntg Antibiotics Or Hormones, In Dosage	3,780,543,617	402,428,051	14.42
40	871639	Trailers Nes For The Transport Of Goods	6,132,989,410	398,103,789	8.79
41	848180	Taps, Cocks, Valves And Similar Appliances, Nes	27,215,314,466	396,218,330	1.97
42	870423	Diesel Powered Trucks With A Gvw Exceeding Twenty Tones	10,546,587,390	394,461,023	5.07
43	851730	Telephonic Or Telegraphic Switching Apparatus	4,802,066,106	371,532,973	10.48
44	847330	Parts And Accessories Of Automatic Data Processing Mach & Units Thereof, Nes	196,728,368,502	369,204,101	0.25
45	271019	Petroleum Oils &Oils,O/T Light,Obt From Bituminous Min(O/T Crude) Etc & O/T Waste	228,036,901,525	366,380,342	0.22
46	854011	Cathode-Ray Television Picture Tubes, Including Video	4,181,455,725	366,043,535	11.86

ลำดับ	HS-Code	รายละเอียด	มูลค่านำเข้าของโลก	มูลค่านำเข้าของ รัสเซีย	RCA _m
		Monitor Tubes, Colour			
47	853710	Boards, Panels, Including Numerical Control Panels, For A Voltage <=1,000 V	19,405,783,756	362,974,514	2.53
48	330499	Beauty Or Make-Up Preparations Nes; Sunscreen Or Sun Tan Preparations	12,869,373,457	352,477,804	3.71
49	080810	Apples, Fresh	4,272,186,942	351,082,218	11.13
50	080610	Grapes, Fresh	5,005,924,289	342,715,827	9.27

ที่มา : มูลค่าการส่งออก -นำเข้า จาก Trademap และ RCA จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณา RCA สำหรับการส่งออก ของสินค้าส่งออกรัสเซีย และ RCA สำหรับการนำเข้าของสินค้าที่รัสเซียนำเข้า พบว่า มีหลายสินค้าที่น่าจะพัฒนาขึ้นมาเป็นสินค้าส่งออก และนำเข้าระหว่างไทยกับรัสเซียได้ ดังนั้น จึงควรมีการวิเคราะห์ทั้ง 2 ด้านดังต่อไปนี้

ตารางที่ R3.9 แสดงรายการสินค้าส่งออกของไทยที่ตรงกับสินค้าส่งออกของรัสเซีย ในสินค้าหลัก 50 อันดับแรก (ค.ศ.2006)

No.	HS-Code	รายละเอียด	RCA _{ไทย}	RCA _{รัสเซีย}
1	270900	Petroleum Oils And Oils Obtained From Bituminous Minerals	0.16	20.01
2	870323	Automobiles w reciprocating piston engine displacing > 1500 cc to 3000 cc	0.70	0.19

สินค้าส่งออกของไทย ที่ตรงกับ สินค้าส่งออกของรัสเซียในสินค้าหลัก 50 อันดับแรก (ค.ศ.2006) มีจำนวน 2 ชนิด คือ น้ำมันปิโตรเลียมและ รถยนต์ที่มีเครื่องยนต์ 1500-3000 cc โดยที่สินค้าที่ไทยมีค่า RCA มากกว่ารัสเซีย ได้แก่ รถยนต์ที่มีเครื่องยนต์ 1500-3000 cc สำหรับ น้ำมันปิโตรเลียมนั้นพบว่า RCA ส่งออกของไทยอยู่ที่ 0.16 ในขณะที่ของรัสเซียคือ 20.01 จึงเห็นได้ชัดว่าไม่สามารถแข่งขันสู้กับรัสเซียได้ ดังนั้นหลังจากเปิด FTA ไทยควรเปลี่ยนมาเป็นผู้นำเข้าจากรัสเซีย อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในรายละเอียดของประเภทสินค้าที่ย่อยลงไปปรากฏว่า สินค้าในกลุ่มน้ำมันปิโตรเลียม (HS 270900) การส่งออกของไทย และรัสเซียเป็นการส่งออกสินค้าต่างชนิดกันไปยังตลาดที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ R3.10 แสดงรายการสินค้าส่งออกของไทย ที่ตรงกับ สินค้านำเข้าของรัสเซีย
จากสินค้าหลัก 50 อันดับแรก (ค.ศ.2006)**

No.	HS-Code	รายละเอียด	RCA _x ^{ไทย}	RCA _m ^{รัสเซีย}
1	870899	Motor vehicle parts nes	1.48	0.67
2	870322	Automobiles w reciprocating piston engine displacing > 1000 cc to 1500 cc	1.04	4.78
3	852990	Parts suitable f use solely/princ w the app of headings 85.25 to 85.28	0.49	0.65
4	847160	Computer input/outputs, with/without storage	2.14	2.03
5	852812	Color television receivers	2.77	1.72
6	270900	Petroleum oils and oils obtained from bituminous minerals, crude	0.16	0.08
7	870323	Automobiles w reciprocating piston engine displacing > 1500 cc to 3000 cc	0.70	0.32
8	853710	Boards, panels, including numerical control panels, for a voltage < V>	2.17	2.53

สินค้าส่งออกของไทย ที่ตรงกับ สินค้านำเข้าของรัสเซียในสินค้าหลัก 50 อันดับแรก (ค.ศ.2006) มีจำนวน 8 ชนิด ในจำนวนนี้มีอยู่ 4 ชนิดที่ RCA_x^{ไทย} และ RCA_m^{รัสเซีย} > 1 ได้แก่ HS 870899, 870322, 847160 และ 853710 กล่าวคือ ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออก และประเทศรัสเซียก็มีศักยภาพในการนำเข้า หรือมีความต้องการในสินค้า แสดงว่าสินค้า 4 ชนิดนี้เป็นสินค้าที่มีโอกาสในการเปิดตลาดรัสเซียสูง ดังนั้นหาก มีการเจรจาให้รัสเซียลดภาษีนำเข้าจากไทย ในสินค้า 4 ชนิดข้างต้น ก็จะเกิดเป็นผลประโยชน์แก่ประเทศไทย ในด้านของการส่งออก

ตารางที่ R3.11 แสดงรายการสินค้านำเข้าของไทย ที่ตรงกับ สินค้าส่งออกของรัสเซีย
ในสินค้าหลัก 50 อันดับแรก (ค.ศ.2006)

No.	HS-Code	รายละเอียด	RCA _m ^{ไทย}	RCA _x ^{รัสเซีย}
1	270900	Petroleum oils and oils obtained from bituminous minerals, crude	2.14	20.01
2	271121	Natural Gas In Gaseous State	2.12	25.10
3	740311	Copper Cathodes And Sections Of Cathodes Unwrought	3.41	2.88
4	720711	Semi-Fin Prod, I/Nas,Rect/Sq Cross-Sect Cntg By Wght <.25% C, Wd L/T 2X	8.28	8.80
5	760120	Aluminium Unwrought, Alloyed	2.18	5.83
6	710231	Diamonds non-industrial unworked or simply sawn, cleaved or bruted	1.58	5.73
7	760110	Aluminium unwrought, not alloyed	1.94	13.95
8	880240	Aircraft nes of an unladen weight exceeding 15,000 kg	0.50	0.47
9	310210	Urea, wthr/nt in aqueous solution in packages weighing more than 10 kg	6.24	15.99
10	720839	Hot roll iron/steel nes, coil >600mm x <3mm	2.71	9.01

สินค้าส่งออกของไทย ที่ตรงกับ สินค้านำเข้าของรัสเซียในสินค้าหลัก 50 อันดับแรก (ค.ศ.2006) มีทั้งหมด 10 ชนิด โดยมี 9 ชนิดที่ RCA_m^{ไทย} และ RCA_x^{รัสเซีย} > 1 ได้แก่ HS 270900, 271121, 740311, 720711, 760120, 710231, 761110, 310210, และ 720839 การที่ประเทศไทยมี RCA_m มากกว่า 1 และรัสเซียมี RCA_x มากกว่า 1 แสดงได้ว่าประเทศไทยมีความต้องการในสินค้า และประเทศรัสเซียก็มีศักยภาพในการส่งออก ดังนั้น หากมีการลดภยานำเข้าจากรัสเซียในสินค้า 9 ชนิดข้างต้น ก็จะเกิดเป็นผลประโยชน์แก่ประเทศไทย ในด้านของการนำเข้า คือ การลดต้นทุนการผลิตโดยการนำเข้าจากผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการผลิตสูง (นำเข้าด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง) ซึ่งจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และศักยภาพในการแข่งขันของประเทศได้

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis: CMS)

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่จะเป็นการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดของสินค้าในประเทศคู่ค้า โดยแบ่งพิจารณาผลกระทบเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ผลจากขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect) จะเป็นการแสดงถึงขีดความสามารถในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของประเทศผู้ส่งออกจากปัจจัยทางด้านความสามารถในการแข่งขันเพียงอย่างเดียว ซึ่งจะคำนวณจากการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกรวมในแต่ละตลาดสำหรับแต่ละสินค้าถ่วงน้ำหนักโดยสัดส่วนการนำเข้าของประเทศคู่ค้าโดยเปรียบเทียบกับการค้าของโลกโดยรวม

ผลจากตลาด (Market or Growth effect) จะเป็นการวัดผลจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดส่งออกของประเทศ โดยคำนวณจากผลรวมของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลก ถ่วงน้ำหนักโดยส่วนแบ่งของการส่งออกในประเทศที่สนใจศึกษา

ผลจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product or Commodity effect) จะเป็นการพิจารณาผลของส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ของสินค้าส่งออกของประเทศ ซึ่งจะคำนวณจากผลรวมของการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งของผลิตภัณฑ์ในตลาดโลก ถ่วงน้ำหนักโดยสัดส่วนของการส่งออกของประเทศที่ศึกษา

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis :CMS) เพื่อวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของไทยในตลาดรัสเซีย โดยส่วนแรกจะเป็นการวิเคราะห์ในภาพรวม เพื่อให้ทราบว่าอุตสาหกรรมหรือสินค้าใดของไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่มีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่ค้าอื่นๆ ในตลาดรัสเซีย และในส่วนที่สองจะเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพในรายสินค้า

ดังที่กล่าวในข้างต้น ในปี ค.ศ. 2006 คู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดรัสเซีย ตามลำดับมูลค่าการนำเข้าของประเทศรัสเซีย 5 อันดับแรก ได้แก่ เยอรมนี จีน ยูเครน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ดังแสดงในตารางข้างล่าง

ตารางที่ R3.12 แสดงมูลค่าการนำเข้าของประเทศรัสเซียจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก
ส่วนแบ่งตลาด และอัตราการเติบโต ปี ค.ศ. 2006

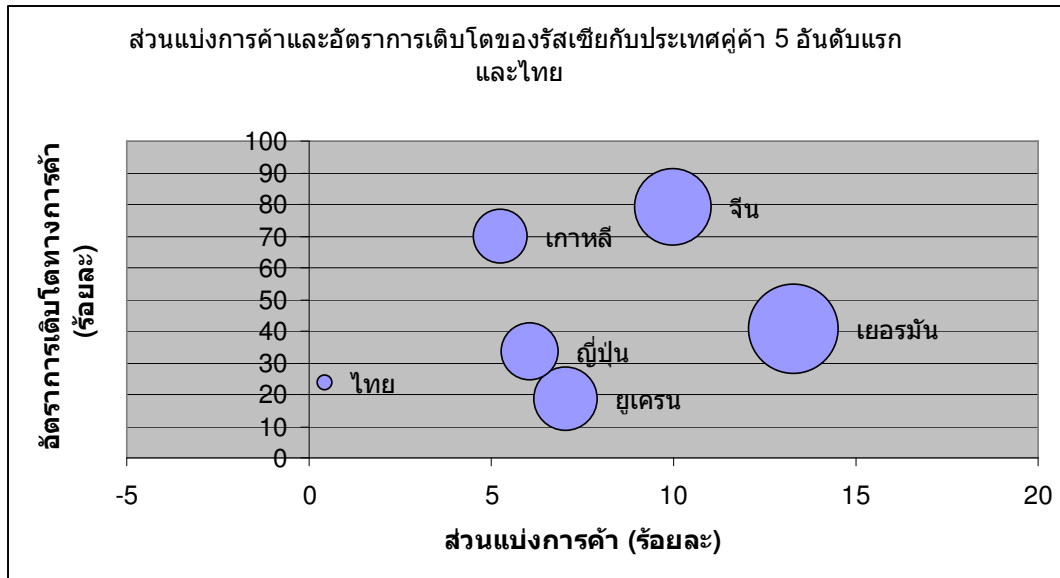
หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ

Country	%growth	%Share	Value
Germany	40.5456	13.3217	17,071,785,717
China	78.8343	10.0107	12,828,780,151
Ukraine	18.3679	7.0675	9,057,039,453
Japan	33.3821	6.0642	7,771,294,135
South Korea	69.5687	5.2838	6,771,271,172
Thailand	23.6772	0.4269	547,041,897

ที่มา: UN comtrade และการคำนวณ

จากการเปรียบเทียบประเทศไทยกับ 5 ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดรัสเซียพบว่า ประเทศเยอรมันมีส่วนแบ่งตลาดนำเข้าสูงสุดในประเทศรัสเซีย คือ ร้อยละ 13.32 แต่ประเทศที่รัสเซียมีอัตราการขยายตัวการนำเข้าสูงสุด คือ จีน ที่มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 78.83 ส่วนประเทศไทยมีแนวโน้มอัตราการขยายตัวที่ดี ดังแสดงให้เห็นในแผนภาพข้างล่าง โดยขนาดของฟองอากาศแสดงถึงมูลค่าการนำเข้าของประเทศนั้นๆ

แผนภาพที่ R3.1 แสดงส่วนแบ่งตลาด และอัตราการเติบโตของประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก
ของประเทศไทย และประเทศไทย



ที่มา: การคำนวณ

แผนภาพที่ R3.1 ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกไปยังรัสเซียสูงแต่มีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อย ส่วนประเทศที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากและมีอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกไปยังรัสเซียสูงคือ ยูเครน ส่วนประเทศจีน และญี่ปุ่น นั้นมีการเจริญเติบโตของการส่งออกไปยังรัสเซียที่ลดลง แม้ว่าจะมีสัดส่วนการนำเข้าสูงก็ตาม

การวิเคราะห์ CMS ในภาพรวม

จากคำนวณตามสมการพบว่า ประเทศไทยยูเครน มีอัตราการขยายตัวของตลาดโดยรวม (Growth effect) มากที่สุดที่ร้อยละ 1,693.17 โดยประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตเท่ากับ 1,313.50 และประเทศที่มีอัตราการขยายตัวที่เกิดขึ้นจากปัจจัยด้านการแข่งขัน (Competitiveness effect) มากที่สุดคือ ประเทศจีน คือ ร้อยละ -294.5965 รองลงมาคือ ประเทศเกาหลีใต้ คือร้อยละ -347.0401 สำหรับประเทศที่มีการขยายตัวทางด้านสินค้า (commodity effect) มากที่สุดคือประเทศยูเครนคือ ร้อยละ 1.1651 โดยที่ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวทางด้านสินค้าไม่มากนักคือร้อยละ 0.185

**ตารางที่ R3.13 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ของไทย
เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง 5 อันดับในตลาดรัสเซีย ปี ค.ศ. 2006**

	% commodity effect	% competitiveness effect	Growth effect
Germany	-0.0003	-667.0372	767.04
China	0.0981	-294.5965	394.50
Ukraine	1.1651	-1594.3355	1693.17
Japan	0.7469	-832.3826	931.64
South Korea	0.0001	-347.0401	447.04
Thailand	0.1850	-1213.6861	1313.50

ที่มา: การคำนวณ

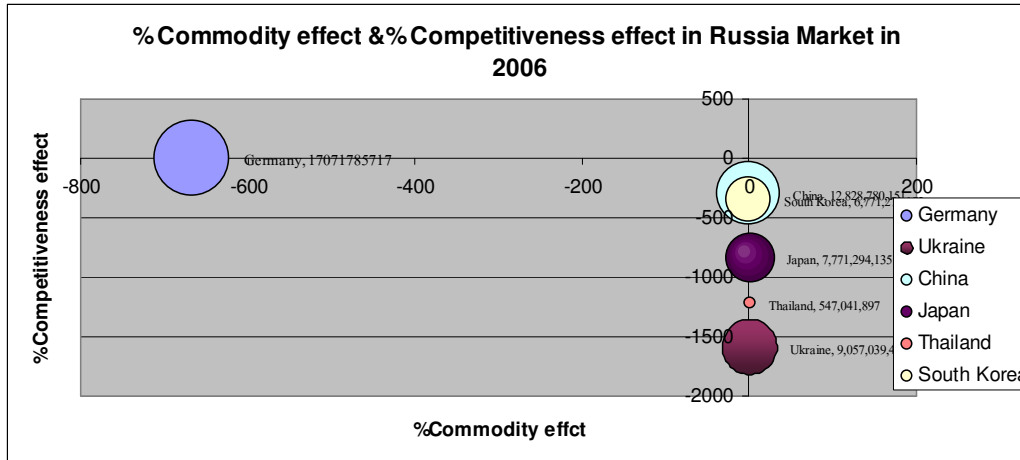
เมื่อนำค่าที่คำนวณมาแสดงในรูปแบบของกราฟ (ดังแผนภาพข้างล่าง) โดยการคำนวณ ให้แกนนอนแสดงถึงปัจจัยด้านสินค้า ที่จะใช้แสดงว่าสินค้านำเข้าของไทยมีการขยายตัวมากน้อยแค่ไหนเมื่อเทียบกับการขยายตัวของการนำเข้ารวมโดยเฉลี่ย หากมีค่ามาก แสดงว่าการขยายตัวของการนำเข้าสินค้าประเภทเดียวกับสินค้านำเข้าจากไทยมาก แสดงว่าการเพิ่มขึ้นของการนำเข้าสินค้าจากไทยของรัสเซียมีสาเหตุมาจากการขยายตัวของความต้องการสินค้าประเภทนั้น สำหรับแกนตั้งแสดงถึงปัจจัยด้านการแข่งขันที่แสดงให้เห็นว่าสินค้านำเข้าไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มมากขึ้น และมีความสามารถในการแข่งขันของประเทศในตลาดรัสเซียที่เพิ่มขึ้นด้วย

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยไทยมีความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ โดยประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง คือ เยอรมนี ส่วนประเทศที่มีอัตราการขยายตัวของสินค้าที่ดี คือ จีน

โดยสรุปพบว่า การขยายตัวทางการนำเข้าของรัสเซีย ส่วนมากเกินขึ้นจากปัจจัยทางด้านการเติบโตของตลาด (Growth Effect) กล่าวคือ รัสเซียมีการเปิดประเทศมากขึ้น มีกำลังซื้อมากขึ้นทำให้การส่งออกของแต่ละประเทศไปยังรัสเซียสูงขึ้น และผลกระทบทางด้านการแข่งขันกับตัวสินค้ายังไม่มีมากนัก แสดงถึงการส่งออกไปยังรัสเซียยังไม่มีการแข่งขันกันในด้านตัวสินค้า และประสิทธิภาพการแข่งขัน ยังเป็นการเข้าไปแย่งส่วนที่เติบโตขึ้นของตลาดเท่านั้น

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งคือ Commodity Effect ของไทยค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ แสดงให้เห็นว่าสินค้านำเข้าไทยมีความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าของประเทศอื่นในตลาดรัสเซียได้

แผนภาพที่ R3.2 แสดงตำแหน่งของประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรกของรัสเซีย และไทย โดยระบุปัจจัยด้านสินค้า และปัจจัยด้านการแข่งขัน ปี ค.ศ. 2006



ที่มา: การคำนวณ

การวิเคราะห์ CMS ในระดับ HS 2 หลัก

เมื่อวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ของสินค้าที่มูลค่าการนำเข้าสินค้าสูงสุดจากไทย 20 อันดับแรกในปี ค.ศ. 2006 ในระดับ HS 2 หลัก เพื่อวิเคราะห์ถึงความสามารถในการขยายตัว รวมถึงความสามารถในการแข่งขัน โดยวิเคราะห์ เพื่อให้เห็นภาพรวมของความสามารถในการส่งออกสินค้าไทยไปยังประเทศไทย พบว่า

สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุด คือ รองเท้า รองเท้า ผ้าคลุมขา และชิ้นส่วนอื่นที่เกี่ยวข้อง (Footwear, gaiters and the like, parts thereof หรือ รหัส HS 64) มีอัตราการเจริญเติบโตสูงถึงร้อยละ 150.027 รองลงมาคือ เครื่องแต่งกายหรือของใช้ประกอบด้วยเครื่องแต่งกายที่ถักแบบนิต /โครเชต์ (Articles of apparel, accessories, not knit or crochet หรือ รหัส HS 61) มีอัตราการเติบโตสูงร้อยละ 130.29 และลำดับถัดมาคือ ธัญพืช (Cereals หรือ รหัส HS 10) ร้อยละ 128.78 แสดงให้เห็นว่าสินค้าทั้ง 3 รายการนี้มีความสามารถเข้าถึงตลาดได้ดี ทำให้ได้รับผลจากการที่ตลาดรัสเซียขยายตัวได้มาก

ส่วนผลของสินค้า (Commodity effect) สินค้าพลาสติก (Plastics and articles thereof หรือ รหัส HS 39) มีอัตราการเจริญเติบโตสูงที่สุด ถึงร้อยละ 4937.97 รองลงมาคือเครื่องแต่งกายหรือของใช้ประกอบด้วยเครื่องแต่งกายที่ถักแบบนิต /โครเชต์ (Articles of apparel, accessories, not knit or crochet หรือ รหัส HS 73) มีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 1652.83 และลำดับถัดมา คือ ธัญพืช (Cereals หรือ รหัส HS 10) ร้อยละ

1159.32 ซึ่งแสดงว่าสินค้าใน 3 หมวดนี้ ไทยมีความได้เปรียบทางด้านตัวสินค้าอยู่ ดังนั้นการเติบโตที่สืบเนื่องมาจากการขยายตัวของสินค้าจึงสูง

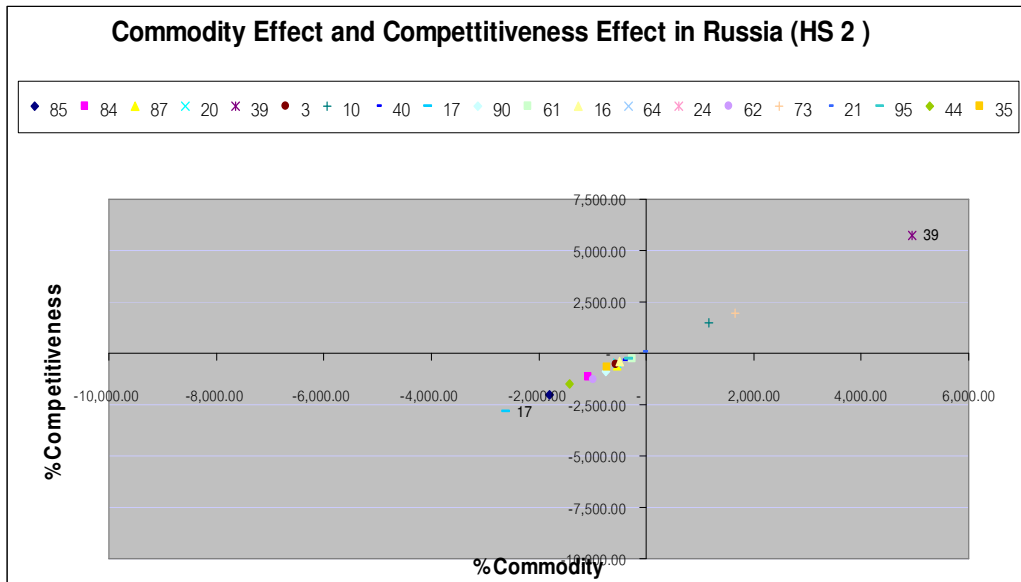
ส่วนผลทางด้านการแข่งขัน (competitiveness effect) พบว่า สินค้าของไทยที่มีผลทางด้านการแข่งขันสูงที่สุดคือพลาสติก (Plastics and articles thereof หรือ รหัส HS 39) มีอัตราการเจริญเติบโตสูงถึงร้อยละ 5762.90 รองลงมาคือเครื่องแต่งกายหรือของใช้ประกอบด้วยเครื่องแต่งกายที่ถักแบบนิต /โครเชต์ (Articles of apparel, accessories, not knit or crochet หรือ รหัส HS 73) มีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 1987.70 และลำดับถัดมา คือ ธัญพืช (Cereals หรือ รหัส HS 10) ร้อยละ 1,492.95 ซึ่งแสดงว่าไทยมีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูง สำหรับสินค้า 3 หมวดนี้

เมื่อนำผลที่ได้มาแสดงไว้ในแผนภาพ พบว่า ในภาพรวมสินค้าต่างๆที่ไทยส่งออกไปยังประเทศรัสเซียมีลักษณะค่อนข้างกระจุกตัว คือ สินค้าไทยมีอัตราการขยายตัวในด้านการแข่งขันและอัตราการขยายตัวทางด้านสินค้าไม่ค่อน แต่ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวทางด้านสินค้าและอัตราการขยายตัวในด้านการแข่งขันที่ดีที่สุดจะอยู่ในตำแหน่งของแผนภาพที่แยกออกไปจากสินค้าอื่นๆ คือ สินค้าพลาสติก (Plastics and articles thereof หรือ รหัส HS 39)

ตารางที่ R3.14 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ของไทย ตามมูลค่าการนำเข้า
ของสินค้า (HS 2 หลัก) ในตลาดรัสเซีย ปี ค.ศ. 2006

Code	data label	%commodity effect	%competitiveness	%growth effect
85	Electrical, electronic equipment	-1802.175041	-2045.841634	113.521
84	Nuclear reactors, boilers, machinery, etc	-1078.344552	-1133.567458	105.121
87	Vehicles other than railway, tramway	-532.2720192	-574.5689757	107.946
20	Vegetable, fruit, nut, etc food preparations	-530.5556499	-477.3232287	89.967
39	Plastics and articles thereof	4937.974833	5762.899851	116.706
3	Fish, crustaceans, molluscs, aquatic invertebrates nes	-557.3892246	-507.6310242	91.073
10	Cereals	1159.321158	1492.945626	128.778
40	Rubber and articles thereof	-415.3120999	-367.5881375	88.509
17	Sugars and sugar confectionery	-2609.09304	-2861.686101	109.681
90	Optical, photo, technical, medical, etc apparatus	-750.2739987	-867.6817639	115.649
61	Articles of apparel, accessories, knit or crochet	-258.6579311	-252.1742631	97.493
16	Meat, fish and seafood food preparations nes	-489.6955061	-416.9201824	85.139
64	Footwear, gaiters and the like, parts thereof	-12901.87073	-19356.32879	150.027
24	Tobacco and manufactured tobacco substitutes	-10501.47297	-10431.52554	99.334
62	Articles of apparel, accessories, not knit or crochet	-988.3930691	-1287.749049	130.287
73	Articles of apparel, accessories, not knit or crochet	1652.832699	1987.700617	120.260
21	Miscellaneous edible preparations	-54.79946326	43.18875377	-78.812
95	Toys, games, sports requisites	-330.0339732	-275.4200902	83.452
44	Toys, games, sports requisites	-1418.258263	-1485.314422	104.728
35	Albuminoids, modified starches, glues, enzymes	-727.7172597	-663.5356497	91.180

แผนภาพที่ R3.3 แสดงตำแหน่งของสินค้าของรหัส HS 2 หลัก 20 อันดับแรกที่รัสเซียนำเข้าจากไทยโดยระบุจากปัจจัยด้านสินค้า และปัจจัยด้านการแข่งขัน ปี ค.ศ.2006



การวิเคราะห์ CMS ในระดับ HS 6 หลัก

ในส่วนนี้จะวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ของไทยในตลาดรัสเซีย ปี ค.ศ.2006 ตามมูลค่าการนำเข้าของสินค้า 30 อันดับแรกในระดับพิกัด HS 6 หลัก ผลการศึกษาในตาราง และแผนภาพข้างล่าง แสดงให้เห็นว่า สินค้าไทยที่มีการขยายตัวของการส่งออก(growth effect) ไปยังประเทศรัสเซีย คือ สินค้า รหัส 240120 (Tobacco, unmanufactured, partly or wholly stemmed or stripped) มีผลทางด้านการเติบโตสูงถึงร้อยละ 6,025.97 รองลงมาคือสินค้านี้รหัส HS 870421 (Reception app. for television, whether or not incorp. radio-broadcast receive) มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 4,411.60 และลำดับถัดมาคือสินค้านี้รหัส HS 200820 (Pineapples, prepd./preserved., whether or not cont. added sugar/other Sweetening) มีอัตราการเติบโตร้อยละ 4,288.56

สำหรับสินค้าไทยที่มีความสามารถจากการขยายตัวของการนำเข้า (Commodity effect) จากรัสเซีย 3 อันดับแรกคือ สินค้ารหัส HS 711319 (Articles of jewelry & part thereof of/o prec met w/n plated/clad w prec met) มีผลทางด้านสินค้านี้ร้อยละ 72,384.26 รองลงมาคือสินค้านี้รหัส HS 731815 (Bolts or screws nes, with or without their nuts o washers, iron o steel) มีผลทางด้านสินค้านี้ร้อยละ 23,948.66 และลำดับถัดมาคือสินค้านี้รหัส HS 390330 (Acrylonitrile-butadiene-styrene (ABS) copolymers) มีผลทางด้านสินค้านี้ร้อยละ 2,194.10

ส่วนสินค้าไทยที่มีความโดดเด่นในเรื่องของความสามารถในการแข่งขัน(Competitiveness effect) สูงสุด 3 อันดับแรก คือสินค้านี้ HS711319 (Articles of jewelry & part thereof of/o prec met w/n plated/clad w prec met) มีผลทางการแข่งขันร้อยละ72,484.26 รองลงมาคือสินค้านี้ HS 731815 (Bolts o screws nes, with or without their nuts o washers, iron o steel) มีผลทางการแข่งขันร้อยละ 28,001.9 และลำดับถัดมาคือสินค้านี้ HS 390330 (Acrylonitrile-butadiene-styrene (ABS) copolymers) มีผลทางการแข่งขันร้อยละ23,700.99

จากผลการศึกษาข้างต้นพบว่า สินค้าที่มีโอกาสในตลาดรัสเซียมากคือ Jewelry และ ABS Copolymers ทั้งนี้เพราะมี Commodity Effect สูง แสดงว่าสินค้านี้จากไทยเป็นที่ต้องการของคนรัสเซีย อีกทั้งยังมี Competitive Effect สูง ซึ่งแสดงถึงว่าสินค้านี้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆได้ในตลาดรัสเซีย แต่ต้องมีการปรับปรุงทางการเข้าสู่ตลาด (Growth Effect ยังต่ำอยู่)

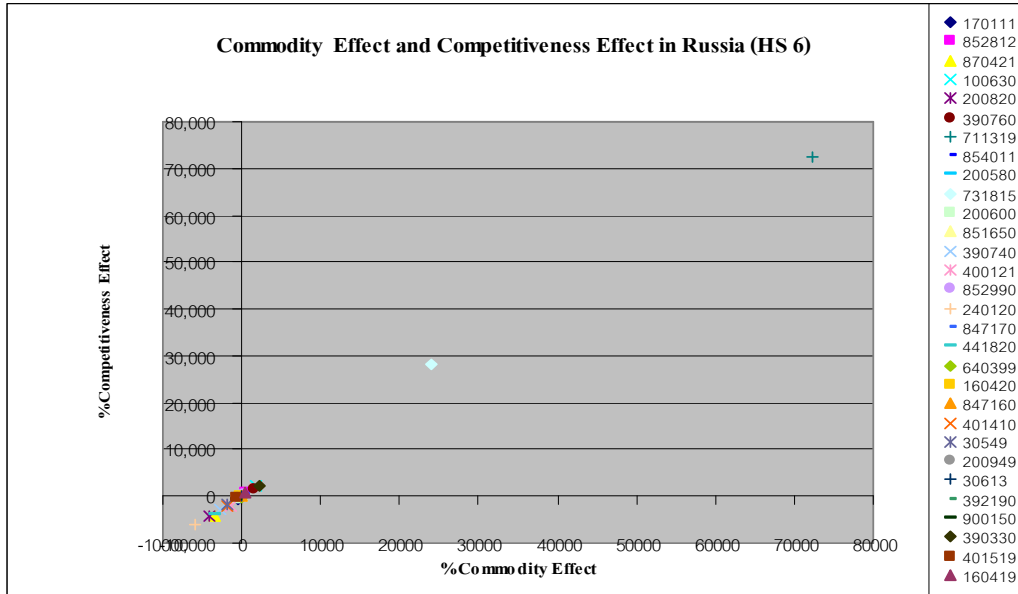
ในส่วนสินค้า Tobacco เครื่องรับโทรทัศน์ และสัปรดกระป๋องมีความสามารถในการเข้าถึงตลาดรัสเซียได้ดี กล่าวคือสามารถขยายตัวตามการขยายตัวของตลาดรัสเซียได้ดี แต่ต้องมีการปรับปรุงทางด้านตัวสินค้าให้สินค้าไทยมีจุดเด่นกว่าสินค้าจากประเทศอื่น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ตารางที่ R3.15 แสดงผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ของไทย ตามมูลค่าการนำเข้า
ของสินค้า (HS 6 หลัก) ในตลาดรัสเซีย ปี ค.ศ.2006

Code	data label	%growth effect	%commodity effect	%competitiveness
170111	Cane sugar, raw, in solid form, not cont. added flavoring / coloring matter	575.84	-496.31	-475.84
852812	Color television receivers	-585.00	438.80	685.00
870421	Reception app. for television, whether or not incorp. radio-broadcast receive	4,411.60	-3,334.46	-4,311.60
100630	Semi-milled/wholly milled rice, whether or not polished/glazed	-2,020.42	1,868.97	2,120.42
200820	Pineapples, prepd./preserved., whether or not cont. added sugar/other sweetening	4,288.56	-4,194.66	-4,188.56
390760	Poly(ethylene terephthalate), in primary forms	-1,566.11	1,522.21	1,666.11
711319	Articles of jewelry &pt thereof of/o prec met w/n plated/clad w prec met	-72,384.26	72,384.26	72,484.26
854011	Cathode-ray television picture tubes, inc video monitor tubes, color	-311.00	303.61	411.00
200580	Sweet corn prepared o preserved, o/t by vinegar o acetic acid not frozen	140.48	-101.28	-40.48
731815	Bolts o screws nes, with o without their nuts o washers, iron o steel	-27,901.90	23,948.66	28,001.90
200600	Vegetables, fruit, nuts, fruit-peel & other parts of plants, preserved. by sugar	581.76	-607.73	-481.76
851650	Microwave ovens	-	-	100.00
390740	Polycarbonates	2,835.05	-2,634.00	-2,735.05
400121	Natural rubber in smoked sheets	2,344.28	-1,482.82	-2,244.28
852990	Parts suit. for use solely/princ. with the app. of 85.25-85.28, other than	-311.00	267.77	411.00
240120	Tobacco, unmanufactured, partly or wholly stemmed or stripped	6,025.97	-6,031.36	-5,925.97
847170	Computer data storage units	-311.00	258.99	411.00
441820	Doors and their frames and thresholds, of wood	4,092.77	-3,394.66	-3,992.77
640399	Footwear, outer soles of rubber/plastics uppers of leather, nes	422.62	-81.94	-322.62
160420	Fish prepared or preserved, except whole or in pieces	185.89	-201.60	-85.89

Code	data label	%growth effect	%commodity effect	%competitiveness
847160	Computer input/outputs, with/without storage	-	-	100.00
401410	Sheath contraceptives of vulcanised rubber	2,029.56	-1,783.33	-1,929.56
30549	Smoked fish (excl. of 0305.41 & 0305.42), incl. fillets	1,651.10	-1,741.89	-1,551.10
200949	Pineapple juice (excl. of 2009.41), unfermented & not cont. added spirit, water	448.74	-438.49	-348.74
30613	Shrimps & prawns, whether or not in shell, frozen	67.03	-56.65	32.97
392190	Film and sheet etc, nes of plastics	805.89	-691.08	-705.89
900150	Spectacle lenses of other materials	811.16	-649.95	-711.16
390330	Acrylonitrile-butadiene-styrene (ABS) copolymers	-2,270.99	2,194.10	2,370.99
401519	Gloves nes of rubber	469.02	-598.48	-369.02
160419	Fish nes, prepared or preserved, whole or in pieces, but not minced	-573.50	414.85	673.50

แผนภาพที่ R3.4 แสดงตำแหน่งของสินค้ารหัส HS 6 หลัก 30 อันดับแรกที่รัสเซียนำเข้าจากไทย โดยระบุจากปัจจัยด้านสินค้า และปัจจัยด้านการแข่งขัน ปี ค.ศ. 2006



บทที่ 4

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม SME ของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังรัสเซีย

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

1. สถานการณ์สินค้าเฟอร์นิเจอร์ของรัสเซีย

ในปัจจุบัน ภาวะตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในรัสเซียมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น และมีการแข่งขันค่อนข้างสูง มูลค่าการซื้อขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของรัสเซียในแต่ละปีไม่ต่ำกว่า 1.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับซึ่งจะแบ่งตามความสามารถของการซื้อของผู้บริโภค คือ

1. ระดับบน

ผู้บริโภคในระดับบนนิยมบริโภคสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่นำเข้าจากประเทศในแถบยุโรป เช่น อิตาลี เยอรมนี และสเปน ซึ่งการนำเข้าจากประเทศเหล่านี้คิดเป็นมูลค่าการนำเข้ากว่าร้อยละ 46 จากมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด สินค้าที่นำเข้าจะมีลักษณะที่เป็นรูปแบบต่างๆ ทันสมัยและผลิตจากวัสดุธรรมชาติ และเป็นการผลิตโดยใช้ฝีมือ ดังนั้น ราคาสินค้าในกลุ่มนี้จึงมีราคาสูง ระหว่าง 5,000-7,000 เหรียญสหรัฐฯ จำนวนผู้บริโภคสินค้าประเภทนี้มีน้อย เพียงร้อยละ 1-1.5 ของประชากรรัสเซียทั้งหมด

2. ระดับกลาง

สำหรับตลาดระดับกลาง สินค้าในตลาดระดับกลางเป็นสินค้าที่มีการซื้อขายมูลค่าสูงสุด โดยเป็นสินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตชาวรัสเซียผสมผสานกับการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรกลจากยุโรป ตะวันตกหรือจากประเทศใกล้เคียง เช่น ยูเครน สวีเดน และฟินแลนด์ ราคาของสินค้าไม่สูงและต่ำเกินไป ลักษณะของสินค้าในตลาดระดับกลางเป็นสินค้าที่รูปแบบที่ทันสมัย โดยผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ แทนการใช้วัสดุจากธรรมชาติและผลิตโดยเครื่องจักรกล ราคาสินค้าในกลุ่มนี้อยู่ระหว่าง 1,000-4,000 เหรียญสหรัฐฯ จำนวนบริโภคมีประมาณร้อยละ 60-70 ในเมืองใหญ่ และร้อยละ 40-50 ในเมืองเล็ก

3. ระดับล่าง

ในตลาดระดับล่าง สินค้าในกลุ่มนี้จะผลิตโดยโรงงานขนาดเล็กของรัสเซีย โดยมีการออกแบบอย่างง่ายและใช้วัสดุที่มีราคาถูก สินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่นิยมของผู้บริโภคในแถบจังหวัดต่างๆ ของรัสเซีย ซึ่งเป็นผู้มียาได้ไม่สูง โดยราคาสินค้าในกลุ่มนี้จะไม่เกิน 1,000 เหรียญสหรัฐฯ

แหล่งสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเฟอร์นิเจอร์ คือ 1) ร้านขายเฉพาะสินค้าเฟอร์นิเจอร์ ร้อยละ 54.5 2) โกดังสินค้า ร้อยละ 21.2 3) ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 6.4 4) สั่งตรงจากผู้ผลิต ร้อยละ 2.6 5) ตลาดขายส่ง ร้อยละ 2.6 6) อื่นๆ ร้อยละ 22.3

2. การนำเข้า

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2546-2550) การนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของสหพันธรัฐรัสเซียมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี โดยคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ยประมาณ 525.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

แหล่งนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของรัสเซียที่สำคัญ ได้แก่ อิตาลี จีน โปแลนด์ ยูเครน เยอรมนี เกาหลีใต้ ตุรกี ฝรั่งเศส สเปน โรมาเนีย เป็นต้น ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่นำเข้าที่สำคัญ คือ เฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้ ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ เฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้ที่ใช้ในครัวเรือน เป็นต้น

ส่วนการนำเข้าจากประเทศไทย ประเทศไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 1 ในตลาดรัสเซีย ประเภทของสินค้าที่ไทยส่งออกมายังรัสเซีย คือ เก้าอี้หนังทำด้วยโลหะดำนอก เฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้ เป็นต้น

3. มาตรฐานสินค้า

การนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์เข้าประเทศรัสเซียต้องมีใบรับรองมาตรฐานสินค้า (Certificate of Conformity) ซึ่งออกโดยหน่วยงานด้านมาตรฐานสินค้าของรัสเซีย คือ Federal Agency on Technical Regulating and Metrology : FATR จึงจะสามารถนำเข้าได้ นอกจากนี้การนำเข้าสินค้าเข้ามายังรัสเซียยังต้องมีการติดฉลาก ซึ่งจะต้องมีข้อมูลดังนี้

1. the name of the product
2. the country of origin and the name of the manufacturer (which may be given in Latin letters)
3. usage instructions
4. the main characteristics
5. rules and conditions for effective and safe use of the product

4. ภาษีการนำเข้า

อัตรากำหนดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของสหพันธรัฐรัสเซีย อยู่ในอัตราร้อยละ 20 และมีการกำหนดอัตรากำหนดอัตราภาษีตามสภาพควบคู่ไปด้วยสำหรับเกือบทุกสินค้า และมี 2 รายการ ที่มีการกำหนดอัตราภาษีตามสภาพเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม การส่งออกจากประเทศไทยเข้ารัสเซียได้รับอัตรากำหนดอัตราพิเศษทางศุลกากร โดยได้รับการลดภาษีร้อยละ 25 จากอัตรากำหนดที่กำหนดไว้ (หรือต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 75 ของอัตรากำหนดที่กำหนดไว้)

HS - code	รายละเอียด	อัตราภาษี
940110	SEATS OF A KIND USED FOR AIRCRAFT	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940130	SWIVEL SEATS WITH VARIABLE HEIGHT ADJUSTMENT	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940140	SEATS OTHER THAN GARDEN SEATS OR CAMPING EQUIPMENT, CONVERTIBLE INTO BEDS	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940150	SEATS OF CANE, OSIER, BAMBOO OR SIMILAR MATERIALS	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940161	SEATS WITH WOODEN FRAMES, UPHOLSTERED	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940169	SEATS WITH WOODN FRAMES, NOT UPHOLSTERED	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940171	SEATS WITH METAL FRAMES, UPHOLSTERED,NESOI	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940179	SEATS WITH METAL FRAMES, EXCEPT UPHOLSTERED	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940180	SEATS OTHER THAN OF METAL OR WOODEN FRAMES	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940190	PARTS OF SEATS	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940310	METAL FURNITURE EXCEPT SEATS, USED IN OFFICES	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940320	METAL FURNITURE	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940330	WOODEN OFFICE FURNITURE, EXCEPT SEATS	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940340	WOODEN KITCHEN FURNITURE, EXCEPT SEATS	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940350	WOODEN BEDROOM FURNITURE, EXCEPT SEATS	0.75ยูโรต่อกิโลกรัม
940360	WOODEN FURNITURE	0.75ยูโรต่อกิโลกรัม
940370	FURNITURE OF PLASTICS	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940380	FURNITURE OF CANE, BAMBOO OR SIMLR MATERIAL, NESOI	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
940390	PARTS OF FURNITURE	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม
9404	MATTRESS SUPPORTS; ARTICLES OF BEDDING ETC	20หรือไม่นต่ำกว่า0.6 ยูโรต่อกิโลกรัม

5. โอกาส

ตลาดสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ของรัสเซียมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ โดยมีการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและอาคารสำนักงานฯ เพิ่มขึ้นมากในกรุงมอสโกและเมืองอื่นๆ ในประเทศไทย ดังนั้น จึงเป็นโอกาสดีที่ไทยจะสามารถขยายการส่งออกสินค้าประเภทนี้มาประเทศไทย

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าของผู้ส่งออกไทยในตลาดรัสเซียเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้นำเข้ารัสเซียได้มีโอกาสรู้จักสินค้าไทยมากขึ้นและผู้ส่งออกจะได้มีโอกาสสำรวจตลาดสินค้าและพบปะเจรจาซื้อขายกับผู้นำเข้าโดยตรง งานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่และที่สำคัญ คือ งานแสดงสินค้า MEBEL ซึ่งจัดขึ้น ณ กรุงมอสโก ซึ่งกรมส่งเสริมการส่งออกมีแผนงานที่จัดคณะผู้ส่งออกไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าดังกล่าว ในปี พ.ศ. 2550

การวิเคราะห์ SWOT สำหรับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

จุดแข็ง

- สินค้าไทยมีมาตรฐานคุณภาพของสินค้าที่เป็นที่ยอมรับในตลาดรัสเซีย
- ประเทศไทยมีฐานการผลิต และแรงงานที่มีฝีมือ
- ประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมทางการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เช่น การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ OTOP
- ลักษณะสินค้าเฟอร์นิเจอร์เอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย ที่เป็นที่ต้องการของตลาดรัสเซีย

จุดอ่อน

- ขาดมาตรฐานการควบคุมคุณภาพ ทำให้มีการส่งออกสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพ เช่น สินค้า OTOP บางตัวที่ไม่สามารถส่งออกไปได้
- ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต (ไม้)
- ผู้ประกอบการไทยยังขาดการทำการตลาดร่วมกัน จึงทำให้สินค้าไทยขาดความหลากหลายในประเภทสินค้า ซึ่งทำให้เสียเปรียบประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ที่มีชนิดรายการสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมาก
- สินค้าไทยยังขาดแบรนด์สินค้าเป็นของตนเองในตลาดโลก
- ระยะทางที่ห่างไกล ส่งผลให้ระยะเวลาในการขนส่งยาวนาน รวมถึงต้นทุนการขนส่งที่สูง

โอกาส

- ตลาดสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ของรัสเซียมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ โดยมีการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและอาคารสำนักงานฯ เพิ่มขึ้นมากในกรุงมอสโกและเมืองอื่นๆ ในประเทศรัสเซีย ดังนั้น จึงเป็นโอกาสดีที่ไทยจะสามารถขยายการส่งออกสินค้าประเภทนี้มาประเทศรัสเซีย
- เนื่องจากรัสเซียเป็นประเทศที่ยังมีวัตถุดิบไม้อยู่มาก จึงโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยสามารถนำฝีมือไปลงทุนในรัสเซีย เพื่อตลาดรัสเซียเอง และตลาดยุโรป
- รัสเซียเป็นช่องทางในการขยายตลาดสู่ทวีปยุโรปของผู้ประกอบการไทย

อุปสรรค

- นโยบายการเปิดเสรีทางการค้าของรัสเซียกับประเทศต่างๆ ทำให้การแข่งขันระหว่างประเทศมีความรุนแรงมากขึ้น
- ผู้ประกอบการไทยยังขาดข้อมูลและข่าวสาร ซึ่งทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสาขาเฟอร์นิเจอร์ในระดับโลกได้มากนัก
- ปัญหาทางด้านภาษาที่แตกต่าง

- ต้นทุนในด้านการขนส่งที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามราคาน้ำมัน
- มีปัญหาในเรื่องการขนส่งสินค้าเนื่องจากการขนส่งทางเรือไปรัสเซียต้องไปอ้อมเข้าทางยุโรป
- มีปัญหาเรื่องระบบการชำระเงิน เพราะรัสเซียไม่นิยมเปิด L/C เพื่อการหนีภาษี

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

1. สถานการณ์อาหารสำเร็จรูปของรัสเซีย

การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องของรัสเซียในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวรัสเซียมีกำลังในการซื้อสินค้ามากขึ้นและมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีขึ้น ซึ่งทำให้ตลาดสินค้าอาหารของรัสเซียมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปัจจุบัน รัสเซียจัดว่าเป็นประเทศที่มีอัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าอาหารที่สูงที่สุดในโลก และจะคงอัตราการขยายตัวในอีกหลายปีข้างหน้า เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของชาวรัสเซีย พฤติกรรมการบริโภคสินค้าอาหารจึงมีการเปลี่ยนแปลง โดยผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าอาหารที่มีราคาสูงขึ้น โดยให้ความสำคัญกับอาหารที่มีคุณภาพและสะอาดถูกมาตรฐาน สุขอนามัย ซึ่งทำให้โครงสร้างการจำหน่ายสินค้าอาหารในตลาดรัสเซียเปลี่ยนไปจากร้านขายของชำไปสู่ซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งขนาดกลางและขนาดใหญ่ (Hypermarket) ปริมาณของซูเปอร์มาร์เก็ตขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และในขณะนี้ ซูเปอร์มาร์เก็ตถือเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าอาหารสดและอาหารสำเร็จรูปที่สำคัญที่ผู้บริโภครัสเซียนิยมซื้อสินค้า

ตลาดสินค้าอาหารสำเร็จรูปในรัสเซียมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทผักและผลไม้กระป๋อง อาหารทานเล่น (Snack) และอาหารทะเลกระป๋อง เป็นต้น ปัจจัยที่สนับสนุนการขยายตัวดังกล่าว คือ รายได้ที่เพิ่มขึ้น รูปแบบชีวิตของชาวรัสเซียที่เปลี่ยนไปในทิศทางที่รวดเร็วขึ้น และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมสินค้าสำเร็จรูปมากขึ้น

2. การนำเข้าสินค้าอาหารสำเร็จรูปของรัสเซีย

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2546-2550) การนำเข้าสินค้าอาหารสำเร็จรูปของสหพันธรัฐรัสเซียมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี โดยคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ยประมาณ 2,817.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แหล่งนำเข้าสินค้าอาหารสำเร็จรูปของรัสเซียที่สำคัญ ได้แก่ ยูเครน ฝรั่งเศส มอลโดวา เยอรมนี โปแลนด์ จีน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา สเปน เป็นต้น

ส่วนประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าอาหารสำเร็จรูปมายังตลาดรัสเซีย ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2546-2550) มูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 34.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยประเทศไทยเป็นแหล่งนำเข้าอาหารสำเร็จรูปอันดับที่ 24 ในตลาดรัสเซีย สินค้าอาหารสำคัญที่ไทยส่งออกมารัสเซีย คือ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรดกระป๋อง ข้าวโพดกระป๋อง ผักกระป๋อง เป็นต้น

3. มาตรฐานสินค้า

การนำเข้าสินค้าอาหารของรัสเซียค่อนข้างยุ่งยากเนื่องจากต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการของรัสเซียหลายหน่วยงาน ซึ่งทำหน้าที่ออกเอกสารใบรับรองต่างๆ เช่น Veterinary Certificate Hygiene Certificate และ Certificate of Safety ผู้นำเข้าสินค้าของรัสเซียต้องจัดส่งตัวอย่างสินค้าอาหารให้กับหน่วยงานของรัสเซียเพื่อทำการตรวจสอบและให้การรับรอง จึงจะสามารถนำเข้าได้

นอกจากนี้ การนำเข้าสินค้าอาหารเข้าประเทศรัสเซียต้องมีการติดฉลากสินค้าเป็นภาษารัสเซียด้วย ซึ่งต้องมีข้อมูลดังนี้

1. product name
2. producer
3. weight
4. ingredients
5. expiration date and other information

4. ภาษีการนำเข้า

อัตรากำหนดำเนินการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปของสหพันธรัฐรัสเซีย อยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 5-20 และมีการกำหนดอัตรากำหนดำเนินการนำเข้าตามสภาพควบคุมไปด้วยในบางรายการสินค้า สำหรับการนำเข้าเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ต้องเสียภาษีสูงประมาณร้อยละ 100 รวมทั้งต้องมีการเสียภาษีสรรพสามิต และต้องมีใบอนุญาตในการนำเข้าด้วย(รายละเอียดของอัตรากำหนดำเนินการนำเข้า)

อย่างไรก็ตาม การส่งออกจากประเทศไทยเข้ารัสเซียได้รับอัตรากำหนดำเนินการนำเข้าทางศุลกากร โดยได้รับการลดภาษีร้อยละ 25 จากอัตรากำหนดำเนินการนำเข้าที่กำหนดไว้ (หรือต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 75 ของอัตรากำหนดำเนินการนำเข้าที่กำหนดไว้) นอกจากนี้ ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 18 หรือ ร้อยละ 10 ด้วย (อัตรากำหนดำเนินการนำเข้าเพิ่มขึ้นอยู่กับรายการสินค้า)

HS - code	รายละเอียด	อัตราภาษี(ร้อยละ)
1601		20หรือไม่ต่ำกว่า0.4 ยูโรต่อกิโลกรัม
1602	MEAT,OFFAL,BLOOD,OTHR	5,20หรือไม่ต่ำกว่า0.5 ยูโรต่อกิโลกรัม
1603	EXTRACT MEAT,FISH,ETC	15
1604	FISH AND CAVIAR	15,20
1605	CRUSTACEAN,MOLLUSCS	15,20
1901	MALT EX;PREP OF FLOUR	5,15
1902	PASTA,COUSCOUS	15
1903	TAPIOCA&SUBS F STARCH	15,20
1904	FOOD PREP FROM CEREAL	15
1905	BREAD,PASTRY,CAKE,ETC	15หรือไม่ต่ำกว่า0.15ยูโรต่อกิโลกรัม
2001	PREPARED WITH VINEGAR	15หรือไม่ต่ำกว่า0.07ยูโรต่อกิโลกรัม
2002	TOMATOES NO VINEGAR	15หรือไม่ต่ำกว่า0.075ยูโรต่อกิโลกรัม
2003	MUSHROOM,TRUFFLE	15
2004	OTHER PREP VEG,FROZEN	15หรือไม่ต่ำกว่า0.075 ยูโรต่อกิโลกรัม
2005	OT PREP VEG,NOT FRZEN	15หรือไม่ต่ำกว่า0.075 ยูโรต่อกิโลกรัม
HS - code	รายละเอียด	อัตราภาษี(ร้อยละ)
2006	VEG,FRT,ET,PR BY SUGAR	15
2007	JAM,JELLY,ET,COOKED	5,15
2008	OTHER FRUIT,NUT	15
2009	FRUIT+VEGETAB JUICE	15หรือไม่ต่ำกว่า0.07 ยูโรต่อกิโลกรัม
2101	EXTRACT OF COFFEE,ETC	1หรือไม่ต่ำกว่า0.5 ยูโรต่อกิโลกรัม
2102	YEASTS;BAKING POWDER	15
2103	OTHER	15
2104	SOUP,BROTH;OTHER PREP	5,15
2105	ICECREAM,EDIBLE ICE	15
2106	OTHER FOOD PREPARATN	10,15,20
2201	WATER,NATURL;ICE,SNOW	15หรือไม่ต่ำกว่า0.07 ยูโรต่อกิโลกรัม
2202	NONALCOHOLIC BEVERAGE	15หรือไม่ต่ำกว่า0.07 ยูโรต่อลิตร0.6ยูโรต่อลิตร
2203	BEER MADE FROM MALT	0.6ยูโรต่อลิตร
2204	WINE OF FRESH GRAPES	20
2205	FLAVR WINE,VERMOUTH	20
2206	OTHER	20
2207	ETHYL ALCO ETC>80%ALC	100หรือไม่ต่ำกว่า2 ยูโรต่อลิตร
2208	ETHL ALC,UNDNAT<80ALC	100หรือไม่ต่ำกว่า2 ยูโรต่อลิตร
2209	VINEGAR F ACETIC ACID	15

5. โอกาส

ตลาดสินค้าประเภทอาหารของรัสเซียมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งอาหารสดและอาหารสำเร็จรูป เนื่องจากผู้บริโภครัสเซียมีกำลังในการซื้อสินค้ามากขึ้น โอกาสในการขยายการส่งออกสินค้าไทยจึงมีแนวโน้มที่ดี อย่างไรก็ตาม สินค้าอาหารของไทยหลายประเภทยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดรัสเซีย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้นำเข้าและผู้บริโภครัสเซียให้มากขึ้น

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าของผู้ส่งออกไทยในตลาดรัสเซียเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้นำเข้ารัสเซียได้มีโอกาสรู้จักสินค้าไทยมากขึ้นและผู้ส่งออกจะได้มีโอกาสสำรวจตลาดสินค้าและพบปะเจรจาซื้อขายกับผู้นำเข้าโดยตรง มีงานแสดงสินค้าอาหารขนาดใหญ่และมีผู้เข้าชมงานเป็นจำนวนมาก 2 งาน คือ 1) งาน PRODEXPO และ 2) งาน World Food Moscow ซึ่งกรมได้สนับสนุนจัดคณะผู้ส่งออกไทยเข้าร่วมงานในลักษณะคูหาของประเทศไทย

การวิเคราะห์ SWOT สำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

จุดแข็ง (Strengths)

- ไทยมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะสำหรับการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารแปรรูป
- ลักษณะการแปรรูปอาหาร และรสชาติของไทยสอดคล้องกับความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภคของคนรัสเซีย เช่น การทำปลาอบแห้ง
- มีสถาบัน และองค์กรต่างๆ ที่สนับสนุนการทำเกษตร มากมาย ตัวอย่างเช่น สถาบันวิจัยทางด้านเกษตรต่างๆ

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ขาดมาตรฐานการควบคุมคุณภาพ ทำให้มีการส่งออกสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพ
- การเพาะปลูกของไทย จะมีภูมิอากาศเป็นปัจจัยสำคัญ รวมถึงปริมาณน้ำ ซึ่งต้องอาศัยการจัดการที่มีประสิทธิภาพ
- สินค้าไทยยังขาดแบรนด์สินค้าเป็นของตนเองในตลาดโลก
- ราคาของปุ๋ยเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทำให้ราคาพืชผลทางการเกษตรมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น

โอกาส (Opportunities)

- ตลาดสินค้าประเภทอาหารของรัสเซียมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งอาหารสดและอาหารสำเร็จรูป เนื่องจากผู้บริโภครัสเซียมีกำลังในการซื้อสินค้ามากขึ้น
- สินค้าอาหารของไทยหลายประเภทยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดรัสเซีย
- รัสเซียเป็นประเทศที่มีพื้นที่ที่ใหญ่ ด้านที่ติดทะเลจะอยู่ห่างจากด้านที่ไม่ติดทะเล ดังนั้นต้นทุนการขนส่งจะสูง จึงเป็นโอกาสสำหรับอาหารประมงแปรรูปของไทย

อุปสรรค (Threats)

- นโยบายการเปิดเสรีทางการค้าของรัสเซียกับประเทศต่างๆ ทำให้การแข่งขันระหว่างประเทศมีความรุนแรงมากขึ้น
- ผู้ประกอบการไทยยังขาดข้อมูลและข่าวสาร ซึ่งทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสาขาอาหารแปรรูปในระดับโลกได้มากนัก
- ปัญหาทางด้านภาษาที่แตกต่าง
- ต้นทุนในด้านการขนส่งที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามราคาน้ำมัน
- ผู้ประกอบการไทยขาดความรับผิดชอบ ทำให้เสียชื่อเสียง และทำลายตลาดที่มีอยู่แล้ว
- มีปัญหาในเรื่องการขนส่งสินค้าเนื่องจากการขนส่งทางเรือไปรัสเซียต้องไปอ้อมเข้าทางยุโรป
- มีปัญหาเรื่องระบบการชำระเงิน เพราะรัสเซียไม่นิยมเปิด L/C เพื่อการหนีภาษี

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. สถานการณ์การท่องเที่ยว

รัสเซียมีประชากรทั้งหมดจำนวนกว่า 143 ล้านคน โดยมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปต่างประเทศปีละ 6.5 ล้านคน (ค.ศ. 2005) โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10-15 ต่อปี นอกจากนี้เป็นตลาดขนาดใหญ่แล้ว ยังเป็นตลาดที่พึ่งพาได้ในระยะยาว เนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะทำให้มีชนชั้นกลาง และสูงจำนวนเพิ่มขึ้น ในปัจจุบัน (ค.ศ. 2005) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสำหรับชาวรัสเซีย ได้แก่ ตุรกี (1.5 ล้านคน) จีน (1.2 ล้านคน) และอียิปต์ (5 แสนคน) โดยประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 18

เนื่องจากรัสเซียเป็นประเทศที่มีอากาศหนาวเย็น นักท่องเที่ยวรัสเซียส่วนใหญ่จึงนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศที่มีอากาศอบอุ่น และดีดทะเล โดยแบ่งการท่องเที่ยวออกเป็นสองช่วงเวลาคือ ในช่วงฤดูหนาว (พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) ซึ่งนักท่องเที่ยวรัสเซียจะเดินทางไปพักผ่อนยังประเทศในเขตร้อน เช่น ฟิลิปปินส์ มัลดีฟ บาห์ลี และไทย ส่วนในฤดูร้อน (พฤษภาคม-สิงหาคม) จะเป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศยุโรป ที่มีเมืองตากอากาศชายฝั่งทะเล เช่น อียิปต์ ตุรกี สเปน เป็นต้น

2. ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในไทย

2.1 การคมนาคม

ในอดีตการคมนาคม (ทางอากาศ) เป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่จำกัดปริมาณนักท่องเที่ยวรัสเซีย โดยมี Aeroflot เป็นสายการบินเดียวที่ให้บริการบินตรง มอสโก-กรุงเทพฯ แต่ในปัจจุบัน บริษัทการบินไทยได้เปิดให้บริการแล้ว (3 เที่ยวบินต่อสัปดาห์) ได้เริ่มเปิดเส้นทางบินตรงกรุงเทพฯ-กรุงมอสโก เมื่อ 1 พฤศจิกายน 2548 นอกจากนี้ ยังมีสายการบิน Transaero (5 เที่ยวบินต่อสัปดาห์) และ Aeroflot (6 เที่ยวบินต่อสัปดาห์) ซึ่งยังไม่รวมสายการบิน Air Emirates และ Aerosvit ที่ให้บริการลักษณะ connected flight และบริการเช่าเหมาลำ ดังนั้น ปัจจัยด้านการคมนาคมจึงไม่เป็นข้อจำกัดอีกต่อไป

2.2 การขอวีซ่า

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวรัสเซียสามารถพำนักอยู่ในประเทศไทยไม่เกิน 30 วัน โดยไม่ต้องตรวจลงตรา (ไม่ต้องขอวีซ่า)

3. อุปสรรคต่อการท่องเที่ยว

3.1 การประชาสัมพันธ์

นอกจากการขาดสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในกรุงมอสโก เพื่อดูแลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยโดยตรงแล้ว ประเทศไทยซึ่งมีประมาณจำนวนเพียง 400,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ (รวมค่าจ้างพนักงาน ค่าใช้สอย และค่าใช้จ่ายในการร่วมนิทรรศการการท่องเที่ยว) สำหรับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในรัสเซีย ซึ่งเป็นตลาดใหญ่และมีศักยภาพเติบโตสูง ซึ่งน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งเช่น ตุรกีและอียิปต์ ซึ่งใช้งบประมาณถึง 3-4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี และยังมีข้อได้เปรียบด้านค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า ระยะทางที่ใกล้กว่า ทั้งนี้ หากต้องการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในเชิงรุกและมีประสิทธิภาพควรเพิ่มงบประมาณประชาสัมพันธ์ในตลาดรัสเซียเป็น 1-2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี

3.2 ยุทธศาสตร์และนโยบายร่วม

ประเทศไทยยังขาดยุทธศาสตร์และนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในรัสเซียในเชิงรุก โดยขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การบินไทย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม รวมทั้งบริษัทเอกชนต่างๆ อาทิเช่น Thailand Privilege Card (TPC) หรือ Thai Elite และ Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) ดังนั้น ทุกฝ่ายควรหารือกันเพื่อกำหนดกลยุทธ์ร่วมสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซียและ CIS ซึ่งมีศักยภาพสูง อันจะนำไปสู่แนวทางการทำงานและการใช้งบประมาณอย่างที่มีประสิทธิภาพ ป้องกันการทำงานที่ซ้ำซ้อน และตอบสนองผลประโยชน์ได้

การวิเคราะห์ SWOT สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

ในการวิเคราะห์ SWOT นั้นเป็นการศึกษา จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยอุตสาหกรรมหลักในการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร และธุรกิจสปา ดังนั้น ในการวิเคราะห์ SWOT ผู้วิจัยจะคำนึงถึงอุตสาหกรรมเหล่านี้เป็นหลัก รวมไปถึงลักษณะโดยรวมด้วย เช่น แหล่งท่องเที่ยว เวลาการท่องเที่ยว เป็นต้น

3.1 จุดแข็ง (Strengths)

- โรงแรมไทยได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับทั่วโลก
- ช่วงเวลาท่องเที่ยวของไทยตรงกับความต้องการของชาวรัสเซีย คือเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน เป็นช่วงที่ประเทศรัสเซียมีอากาศหนาวมาก และประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดีในเวลาดังกล่าวก็มีมาก
- มีบุคลากรที่มีความสามารถและความรู้ทางการบริการอย่างเพียงพอ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มีสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องอยู่จำนวนมาก และอีกทั้งลักษณะนิสัยของคนไทยที่เป็นคนอ่อนน้อม และยิ้มแย้มด้วย
- มีสถานศึกษาที่ให้การอบรมทางการบริการ เช่น การโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร พ่อครัว และธุรกิจสปา อย่างเพียงพอ
- มีสินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การแพทย์ อาหารไทย และธุรกิจสปา เป็นต้น ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก
- ธุรกิจสปา และการนวดแผนไทยเป็นการพักผ่อนที่เข้ากับวัฒนธรรมของชาวรัสเซีย เช่นคนรัสเซียชอบพักผ่อนด้วยการเขาวน
- มีบุคลากรและผู้ประกอบการที่มีความรู้ และ ประสบการณ์ ในการบริหารธุรกิจด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ

ธุรกิจจัดการการท่องเที่ยวส่วนมากเน้นกลุ่มตลาดล่าง กล่าวคือ การทำทัวร์ราคาถูก ทำให้การบริการไม่ได้มาตรฐานนำไปสู่การเสื่อมเสียชื่อเสียง และชาวรัสเซียที่มาเที่ยวไม่ใช่บุคคลที่มีอำนาจซื้อ

- ภาษาที่ใช้สื่อสาร มีคนไทยที่รู้ภาษารัสเซียน้อย และคนรัสเซียที่รู้ภาษาอังกฤษก็น้อย
- ขาดการควบคุมมาตรฐานการบริการ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับการปฏิบัติที่เหมาะสม

สำหรับกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวที่ไปลงทุนในรัสเซีย

- ปัญหาเรื่องการกระจายรายได้ในประเทศรัสเซีย อาจเป็นความเสี่ยงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้

3.3 โอกาส (Opportunities)

ในการวิเคราะห์โอกาสนั้น ผู้วิจัยจะพิจารณารวมทั้งสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ และสำหรับที่เป็นโอกาสไปลงทุนในรัสเซีย ทั้งนี้มีส่วนที่เหมือนกันมาก เช่น สภาพเศรษฐกิจ

- เศรษฐกิจรัสเซียมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเติบโต 6.4% 6.7% 6.5% และ 5.8% ในปี ค.ศ. 2005, 2006, 2007 และ 2008 (ตัวเลขพยากรณ์) ตามลำดับ ซึ่งแสดงถึงความสามารถของรัสเซียที่จะเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และ อำนาจซื้อในประเทศที่สูงขึ้น
- การปฏิรูปทางโครงสร้าง ทำให้การลงทุนในรัสเซียเป็นไปได้ง่ายขึ้น เช่น นโยบายส่งเสริมการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (FDI) และการปรับปรุงขั้นตอนการจดทะเบียนเพื่อทำธุรกิจ หรือ ลงทุนได้สะดวกเร็วขึ้น
- มาตรฐานการเก็บภาษีระหว่างนักลงทุนต่างประเทศกับนักลงทุนในประเทศเป็นมาตรฐานเดียวกัน
- รัฐบาลไทยมีนโยบายส่งเสริม และสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- รัสเซียมีความมั่นคงทางการเมืองสูงขึ้น ภายใต้การนำของประธานาธิบดี วลาดิมีเยน ปูติน
- รัสเซียได้รับความนิยมนักลงทุน และนักท่องเที่ยวมากขึ้น ดังตารางต่อไปนี้

ตารางแสดง จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยรัสเซีย ปี 2000-2005

(หน่วย: ล้านคน)

Region of origin	2000	2001	2002	2003	2004	2005
America	2.92	3.06	3.42	4.21	4.77	4.57
Europe	192.69	197.04	210.97	202.36	196.07	196.90
Asia, East and Southeast/Oceania	8.38	8.68	11.50	11.06	13.14	13.15
Southern Asia	0.45	0.48	0.57	0.58	0.63	0.68
Western Asia	0.33	0.24	0.28	0.32	0.32	0.33
Region not specific	6.51	6.09	6.01	6.37	5.42	6.08
Africa	0.38	0.44	0.31	0.28	0.29	0.27
Total	211.69	215.95	233.08	225.21	220.64	222.01

ที่มา: <http://unstats.un.org>

จึงเป็นโอกาสให้นักธุรกิจไทยสามารถหา Partner ได้ง่าย และยังสามารถรับผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวที่ไปยังรัสเซียอีกด้วย

- รัสเซียมีการปรับปรุงระบบภาษีเพื่อจูงใจให้มีการลงทุนมากขึ้น¹
 - การลดหย่อนภาษีกำไรสุทธิ (Profit Tax) จากอัตราร้อยละ 35 เหลือร้อยละ 24
 - การลดหย่อนภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value-added Tax: VAT) จากอัตราร้อยละ 20 เหลือร้อยละ 18 ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา
 - การยกเว้นการจัดเก็บภาษีการค้า
 - การยกเลิกการจัดเก็บภาษีโฆษณา (Adverting Tax) ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา แต่จัดเก็บภาษี Outdoor Advertising Tax ภายใต้ Simplified Tax Regime
 - การลดหย่อนภาษีประกันสังคม (Unified Social Tax) ซึ่งรัฐบาลจัดเก็บจากนายจ้าง เข้ากองทุนบำเหน็จบำนาญ กองทุนประกันสังคม และกองทุนประกันสุขภาพ จากอัตราร้อยละ 35.6 เป็นร้อยละ 26

¹ จากบทความของ ผศ.ดร. สันติ ทองแก้ว

ข้อเสนอแนะแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

ในส่วนนี้จะเป็นการจัดทำร่างข้อเสนอแนะแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม เพื่อรองรับกรอบความตกลงเขตการค้าเสรี ไทย-รัสเซีย โดยข้อเสนอแนะแผนปฏิบัติการจะได้รับการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับรวบรวมไว้ใน 4 บทข้างต้น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น พบว่า รัสเซียเป็นประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพทางการค้า และจะเป็นประโยชน์กับประเทศไทยในการเจรจาความตกลงเขตการค้าเสรี อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยทั้งในแง่ของการแสวงหาให้ประโยชน์จากการเปิดเสรี และการวางแผนปรับตัวเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งสามารถจัดทำเป็นร่างข้อเสนอแนะแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมในด้านต่างๆ ได้ดังนี้

ข้อเสนอแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย เพื่อรองรับการทำความตกลงเปิดเสรี (FTA) ไทย-รัสเซีย

ข้อมูลการศึกษาข้างต้น ประกอบกับการเดินทางสัมภาษณ์ และสำรวจ รวบรวมข้อมูลในประเทศ รัสเซีย แสดงให้เห็นว่าไทยและรัสเซีย แม้ว่าจะเป็นประเทศที่อยู่ห่างไกลกัน ในทางภูมิศาสตร์ (เส้นทางการเดินเรือระหว่างประเทศเพื่อขนส่งสินค้ามีจำกัด) แต่ยังมีโอกาสทางการค้า การลงทุนระหว่างกันได้ในหลายสาขาเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องตกแต่งบ้าน อุตสาหกรรมอาหารและอาหารแปรรูป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่ได้กล่าวถึงในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมในรายสาขา นอกจากนี้ ยังพบว่ามีอุตสาหกรรมอีกหลายสาขาที่เป็นโอกาสทางการค้าของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยที่ยังไม่ได้รับความสนใจเพียงพอเนื่องจากการขาดแคลนข้อมูลที่สำคัญทางการค้า และการลงทุนระหว่างสองประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีขั้นสูง หรืออุตสาหกรรมที่การผลิตต้องอาศัยเทคโนโลยีอย่างเข้มข้น (Technology-intensive Product) ซึ่งรัสเซียเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสูง และการค้าการลงทุนระหว่างไทยกับรัสเซียจะมีส่วนในการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย อย่างไรก็ตาม การค้าระหว่างไทยกับรัสเซียยังมีอุปสรรคที่สำคัญต่อการใช้ประโยชน์จากการทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้าหลายประการ พอสรุปได้โดยสังเขป ดังนี้

- 1) เนื่องจากเป็นประเทศที่อยู่ห่างไกลกันทางภูมิศาสตร์ ในแง่หนึ่งจะมีความได้เปรียบในเรื่องประเภทของสินค้าที่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกัน แต่จะมีข้อเสียเปรียบทางด้านต้นทุนการขนส่งสินค้าที่สูง และระยะเวลาในการขนส่งสินค้านาน ซึ่งจะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อสินค้าที่เน่าเสียได้ง่าย และกลุ่มสินค้าแฟชั่นที่ต้องมีการจัดจำหน่ายให้ตรงตามเวลาที่มีความต้องการสินค้า จึงมีความจำเป็นในส่วนของพัฒนาทางด้านระบบโลจิสติกส์ เพื่อลดต้นทุนด้านการขนส่งสินค้า
- 2) ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากคู่แข่งทางการค้าในตลาดรัสเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าจากจีนที่มีราคาถูกกว่ามาก และจีนกับรัสเซียเป็นประเทศที่มีชายแดนบางส่วนติดต่อกัน มีความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างกันมาเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตาม สินค้าไทยมีภาพพจน์ของสินค้า (Product Image) ที่ดีทางด้านคุณภาพของสินค้าในตลาดรัสเซีย ทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาสูงกว่า จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรักษาภาพพจน์ที่ดีของสินค้าไทย โดยการรักษาคุณภาพ และควบคุมมาตรฐานของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ เพื่อให้สามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย
- 3) การขาดแคลนข้อมูลที่เป็นประโยชน์และจำเป็นสำหรับการทำการค้าระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของทั้งสองฝ่าย ทำให้ขอบเขตของการค้าระหว่างกันมีความจำกัดทั้งทางด้านประเภท และปริมาณการค้าระหว่างประเทศ การพัฒนา Website ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยเพื่อให้ผู้นำเข้าชิลีสามารถเข้าถึงข้อมูลและสั่งซื้อสินค้าทาง Online ได้จะเป็นการลดต้นทุนทางการเดินทางเพื่อการค้าระหว่างกัน ซึ่งเป็นการบริหารจัดการ โลจิสติกส์รูปแบบหนึ่งด้วย
- 4) ขาดแคลนข้อมูลเกี่ยวกับตารางเวลา สถานที่ และประเภทของงานแสดงสินค้าที่จัดในประเทศไทย ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญทางการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของรัสเซีย นอกจากนี้ งานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นในประเทศไทยยังมีขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับการจัดงานแสดงสินค้าที่จัดในประเทศอื่น ทำให้ได้รับความสนใจน้อย และไม่ได้รับการจัดลำดับความสำคัญในลำดับต้นๆ เพื่อการเข้าร่วมของผู้ประกอบการนำเข้า
- 5) ขาดแคลนบริษัท (หรือหน่วยงาน) ที่ทำหน้าที่ในการเชื่อมประสาน สนับสนุน และอำนวยความสะดวกในลักษณะของบริษัทการค้า (Trading company) เพื่อให้เกิดการขายตัวทางการค้าระหว่างประเทศ

- 6) ประเทศไทย และรัสเซียมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด แต่ไม่ได้รับความสนใจ และได้รับการสนับสนุนเพื่อใช้ความได้เปรียบจากความสัมพันธ์ที่กระหว่างสองประเทศ ในทางการค้า และการลงทุนระหว่างกันอย่างเพียงพอ ทำให้เป็นตลาดที่ถูกมองข้ามไป ปัจจุบันรัสเซียมีบทบาทที่สำคัญกับเศรษฐกิจโลกมากขึ้นอย่างมากจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของรัสเซียอย่างต่อเนื่อง และจากความสำเร็จในฐานะที่เป็นแหล่งผลิตพลังงาน (น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ) และแหล่งแร่ธาตุของโลก รัสเซียจึงเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจ สำหรับการค้าระหว่างประเทศ และเป็นประเทศผู้รับการลงทุนที่มีศักยภาพสูง

1. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมทางการค้า และการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- 1.1 กลยุทธ์การส่งเสริมการค้าสินค้า ประกอบด้วย แผนปฏิบัติการที่สำคัญ ได้แก่
- เนื่องจากปัญหาในเรื่องการขาดแคลนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการค้า การลงทุนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของประเทศทั้งสอง จึงควรจะได้มีการรวบรวมข้อมูลในลักษณะของศูนย์ข้อมูลการค้า การลงทุนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมทั้งสองประเทศจะใช้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลทางด้านมาตรการที่มีใช้ภายใน ซึ่งจะพื้นฐานสำคัญให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในการแสวงหาโอกาสทางการค้าที่เปิดกว้างขึ้นจากการทำความเข้าใจเปิดเสรีทางการค้า
 - การจัดทำระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์และเป็นประโยชน์ต่อการค้าการลงทุน สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม
 - การส่งเสริมในการให้บริการข้อมูลด้านการตลาด และกฎระเบียบทางการค้าของรัสเซีย รวมถึงข่าวสารของการจัดงานแสดงสินค้าที่สำคัญในระดับโลก และในประเทศไทย เพื่อเพิ่มโอกาสแก่ผู้ประกอบการ SME ไทย ในการพบปะกับผู้นำเข้าสินค้าจากรัสเซียและขยายตลาดส่งออกได้มากขึ้น
 - การจัดตั้งหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านการให้บริการทางการเงิน เช่น การให้ความช่วยเหลือเพื่อลดค่าธรรมเนียมในการทำ Export guarantee เพื่อลดอุปสรรคต่อการทำการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย เนื่องจากระบบการเงินในรัสเซียยังเป็นอุปสรรคต่อการค้าและการลงทุนอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ การคิดค่าธรรมเนียมที่สูงสำหรับธุรกรรมทางการเงิน ปัญหาในเรื่องการไม่ได้รับชำระค่าสินค้า ซึ่งทำให้การทำการค้าในปัจจุบันในบางครั้งต้องทำผ่านประเทศที่สาม เช่น เยอรมัน ฟินแลนด์ ฯลฯ ทำให้ต้นทุนทางการค้าสูงขึ้น และเป็นอุปสรรคต่อการทำการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย

- การสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ SME ไทย เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และเพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออกสินค้า
 - การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทย มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าในประเทศรัสเซีย ทั้งในรูปแบบการจัดตั้ง Trading company โดยกลุ่มผู้ประกอบการไทย และการให้บริการข้อมูลตัวแทนจำหน่ายที่สำคัญของรัสเซีย
 - การส่งเสริมให้มี Trading company ที่ดำเนินการโดยภาคเอกชน เพื่อเพิ่มโอกาสของผู้ประกอบการไทย ในการขยายตลาดในรัสเซียได้มากขึ้น
 - การจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่โดยตรงในการประสานงานในเรื่องการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยและรัสเซีย เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดรัสเซียได้มากขึ้น
 - จัดให้มีหน่วยงานโดยตรง (ซึ่งอาจเป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม) ในการกำกับ ดูแล และควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้นำเข้าของรัสเซีย
 - การพัฒนาทางด้านการโลจิสติกส์ โดยเฉพาะระบบโลจิสติกส์ภายในประเทศ (Inland logistic) และในเรื่องเส้นทางเดินเรือเพื่อลดต้นทุนการขนส่งสินค้า และระยะเวลาการขนส่งสินค้า ซึ่งจะช่วยให้สินค้าไทย โดยวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น
 - สำหรับสินค้าเกษตร หรือสินค้าที่เน่าเสียได้ (Perishable products) หรือสินค้าที่มีระยะเวลาในการเก็บรักษาสั้น ควรจะต้องมีการพัฒนาทางด้านบรรจุภัณฑ์ และการหีบห่อเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้า
- 1.2 กลยุทธ์การส่งเสริมการค้าบริการ
- การจัดทำระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์และเป็นประโยชน์ต่อการค้าการลงทุน สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม
 - การจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่โดยตรงในการประสานงานในเรื่องการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยและรัสเซีย เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดรัสเซียได้มากขึ้น
 - การสนับสนุนในการจัดทำรายการโทรทัศน์สารคดีท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงการจัดทำวารสารท่องเที่ยวเมืองไทยรายเดือน เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งศิลปวัฒนธรรม อาหาร ธุรกิจบริหาร และแหล่งแสดงและจับจ่ายซื้อขายสินค้า (Shopping) ต่างๆ เป็นภาษารัสเซีย เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยให้ชาวรัสเซียได้รู้จักประเทศไทยมากขึ้น และจะเป็นการป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากบริษัทนำเที่ยวที่ไม่ได้มาตรฐานด้วย

- การสนับสนุน และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ ในกลุ่มอาเซียน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มภูมิภาค เพื่อเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยว และความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวจากรัสเซีย
 - การจัดตั้งศูนย์บริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยในรัสเซีย
- 1.3 กลยุทธ์การส่งเสริมด้านการลงทุน
- การจัดทำระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์และเป็นประโยชน์ต่อการค้าการลงทุน สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม
 - การจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่โดยตรงในการประสานงานในเรื่องการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศไทยและรัสเซีย เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดรัสเซียได้มากขึ้น

2. ยุทธศาสตร์การเพิ่ม และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- 2.1 กลยุทธ์การส่งเสริมด้านการวิจัย และพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการ
- การสนับสนุนการทำ Marketing research เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการไทยในการส่งออกและนำเข้าสินค้าระหว่างไทยกับรัสเซีย
 - การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสร้างแบรนด์สินค้าของไทยที่มีคุณภาพ รวมถึงสนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว
- 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Industrial Clustering) ของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม
- การพัฒนาอุตสาหกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ และการหีบห่อจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องที่จะเป็นประโยชน์ และส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย นอกจากนี้ การสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Industrial Clustering) ของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมจะเป็นส่วนสนับสนุนที่สำคัญของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยได้

3. ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- 3.1 กลยุทธ์การเพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพในการผลิต โดยการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าชั้นกลางเพื่อเพิ่มมูลค่า
- การสนับสนุนในการเร่งจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยและรัสเซีย รวมทั้งการเร่งใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่มีความใกล้ชิดกัน เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมสามารถสร้างเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดรัสเซีย
 - รายการสินค้าที่มีการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียหลายรายการเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมพื้นฐาน และเป็นสินค้าชั้นกลางเพื่อการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อการบริโภคภายในประเทศ หรือเพื่อการส่งออก การค้าและการลงทุนระหว่างไทยกับรัสเซีย จึงควรจะได้คำนึงถึงเรื่องมูลค่าเพิ่ม (Value added) และห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) รวมทั้งการศึกษาในเรื่อง Global Value Chain (GVC) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยในการแสวงหาประโยชน์ทางการค้า และการลงทุน และการปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบ ดังนั้น จึงควรจัดให้มีการศึกษาห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) ของรายการสินค้าที่เป็นสินค้าเป้าหมายของไทย เพื่อให้เห็นถึงโอกาสทางการตลาด และโอกาสที่จะได้รับประโยชน์จากการนำเข้าวัตถุดิบ หรือสินค้าชั้นกลาง รวมทั้งให้วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยได้เข้าใจโครงสร้างของการผลิตสินค้าที่ตนผลิตในห่วงโซ่มูลค่าของโลก (Global Value Chain: GVC) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพในการแข่งขันให้กับ SME ไทย
- 3.2 ยุทธศาสตร์การปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบ และการส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์จากการทำความตกลงเขตการค้าเสรี
- จัดตั้งกองทุนช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME ไทย ในการปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบทั้งในแง่ของการใช้ประโยชน์จากความตกลง และผลกระทบในเชิงลบ ที่เกิดจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่เกิดขึ้น
 - การจัดให้มีการศึกษาห่วงโซ่มูลค่าของโลกในรายสินค้าที่สำคัญ หรือสาขาที่มีความสำคัญ จะเป็นประโยชน์ต่อการรองรับผลกระทบ และการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากการทำความตกลงเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยสามารถรวมกลุ่มกันในลักษณะ Cluster และเสริมสร้างความเข้มแข็งและขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมด้วย
 - การปรับปรุง และพัฒนาทางด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade facilitation) โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัสเซีย ซึ่งเป็นประเทศใหญ่ครอบคลุมพื้นที่กว้างขวาง ตลาดมีความต้องการที่

หลากหลายและแตกต่าง ที่สำคัญประกอบด้วย 1) การปรับปรุงทางด้าน Logistic ที่เป็นการสนับสนุนต่อการค้า เช่น การพัฒนาเส้นทางเดินเรือ การลดต้นทุนในการขนส่ง การส่งเสริมและพัฒนาทางเลือกในการขนส่งสินค้าที่มีความเหมาะสมต่อประเภทของสินค้าทั้งทางด้านต้นทุนและความรวดเร็วในการขนส่ง 2) การเจรจาในเรื่องขบวนการศุลกากร เนื่องจากแนวโน้มศักยภาพทางการค้าในสินค้าหลายรายการมีความเป็นไปได้ที่จะมีการนำมาตรการที่มีโชภายมาใช้ และอาจก่อให้เกิดปัญหาในขบวนการศุลกากร เป็นอุปสรรคต่อการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม 3) การส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทางด้านภาษาและการเรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกัน เนื่องจากภาษาเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการค้า การลงทุนในประเทศไทยมาก โดยเฉพาะกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

ตัวอย่างโครงการสำหรับแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี ไทย-รัสเซีย

โครงการ: จัดตั้งศูนย์ข้อมูลการค้า และการลงทุน และการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงให้เกิดการค้าและการลงทุน ในลักษณะของบริษัทร่วมค้า (Trading Company) เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้า และการลงทุนแก่ SMEs ที่ต้องการความช่วยเหลือ

ที่มา: ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งในการทำการค้าการลงทุนระหว่างไทยกับรัสเซีย คือ การขาดแคลนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการค้า การลงทุน สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของประเทศทั้งสอง เช่น ข้อมูลทางการค้าด้านภาษี และมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภาษี

วัตถุประสงค์: เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการค้าการลงทุนระหว่างไทยกับรัสเซีย

วิธีดำเนินการ: จัดตั้งศูนย์ข้อมูลการค้าไทย-รัสเซีย ซึ่งเป็นความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐบาลของไทย และรัสเซีย โดยมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- รวบรวมกฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุนทั้งภายใน และระหว่างประเทศ ทั้งของไทยและรัสเซีย
- รวบรวมข้อมูลในด้านมาตรการทางการค้าที่เป็นภาษี และมีใช้ภาษีทั้งของภายใน และระหว่างประเทศ
- รวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของประเทศทั้งสอง
- จัดทำฐานข้อมูลที่สำคัญสำหรับการค้าระหว่างสองประเทศ เช่น ข้อมูลด้านการตลาด (Market research) ข้อมูลทางการแข่งขัน ฯลฯ ที่เปิดให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการทำ Website รวมทั้งข้อมูลในเชิงลึกที่ผู้ประกอบการที่สนใจจริงๆ และเห็นว่าเป็นประโยชน์จะสามารถใช้ได้โดยชำระค่าธรรมเนียมในการเข้าถึงข้อมูลในราคาที่สมเหตุสมผล
- จัดทำช่องทางเผยแพร่ข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการที่สนใจ
- แสวงหาช่องทางในการสร้างความร่วมมือทางการค้า และการลงทุนระหว่างสองประเทศโดยเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง

โครงการ: การให้ความช่วยเหลือในการให้บริการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุน

ที่มา: เนื่องจากการทำการค้ากับรัสเซียยังประสบปัญหาในเรื่องของความไม่แน่นอนในการรับชำระค่าสินค้าสูงทำให้การทำการค้าในปัจจุบันในบางครั้งต้องทำผ่านประเทศที่สาม เช่น เยอรมัน ฟินแลนด์ ฯลฯ ทำให้ต้นทุนสำหรับธุรกรรมทางการค้าระหว่างประเทศที่สูงขึ้น และเป็นอุปสรรคต่อการทำการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย

วัตถุประสงค์:

- เพื่อให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทยทางการเงิน
- เพื่อให้การบริการทางการเงินแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย ทำให้มีต้นทุนธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุนที่ต่ำลง

วิธีดำเนินการ: จัดตั้งหน่วยงานการบริการทางการเงิน หรือให้การสนับสนุนทางการเงิน (อาจจะอยู่ในรูปของการสร้างเครื่องมือทางการเงินที่เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับปัญหาทางการเงินที่วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมเผชิญ) ที่เป็นของภาครัฐ (หรืออาจจะเป็นในรูปแบบของความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยรัฐจะเข้าไปมีบทบาทมากในช่วงเริ่มต้น แล้วค่อยๆ ลดบทบาทลง ในขณะที่เดียวกันก็ให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการบริหารหน่วยงานมากขึ้น จนในที่สุดภาครัฐทำหน้าที่เป็นเพียงผู้กำกับดูแลให้เกิดความเท่าเทียมกันในการให้บริการ และให้มีความโปร่งใส) ซึ่งอาจเป็นการร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- ออกใบประกันการส่งออก (Export Guarantee)
- ให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงินและระบบการเงินในรัสเซียแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมของไทย

โครงการ: จัดตั้งศูนย์ศึกษาและให้คำปรึกษาเพื่อส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ที่มา: เนื่องจากรายการสินค้าระหว่างไทยกับรัสเซียหลายรายการที่เป็นวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมพื้นฐาน และเป็นสินค้าขั้นกลางในการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป ดังนั้น การศึกษาถึงความสามารถในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่มีการค้าขายกัน และให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม เช่น เรื่องมูลค่าเพิ่ม (Value added) และห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) รวมทั้งการศึกษาในเรื่อง Global Value Chain (GVC) จะทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมเห็นช่องทางในการทำการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียมากขึ้น

วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาและเผยแพร่แนวทางการพัฒนาสินค้าที่มีการค้าขายระหว่างไทยกับรัสเซีย รวมทั้งการศึกษาเพื่อการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของ SMEs ไทย

วิธีดำเนินการ: จัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาสินค้าไทย-รัสเซีย ซึ่งอาจเป็นการร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐบาลเอกชน และสถาบันการศึกษา หรืออาจให้เอกชนรับผิดชอบก็ได้ ซึ่งจะต้องเป็นหน่วยงานกลางของภาคเอกชน เช่น สมาคมการค้าไทย-รัสเซีย โดยมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- ทำการศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่า และเพิ่มช่องทางการใช้ประโยชน์ สำหรับสินค้าที่มีการค้าขายระหว่างไทยกับรัสเซีย
- ให้ความรู้ด้านทฤษฎี และในการประยุกต์ใช้ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เรื่องมูลค่าเพิ่ม (Value added) ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) และ เรื่อง Global Value Chain (GVC) แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

โครงการ: การพัฒนาทางการอำนวยความสะดวกทางการค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของ SMEs ไทย

ที่มา: เนื่องจากการค้าระหว่างไทยกับรัสเซียยังมีปริมาณที่ไม่มากนัก เนื่องจากยังมีปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าอยู่ เช่น ปัญหา Logistic และ ขบวนการทางศุลกากร เป็นต้น ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาทางการอำนวยความสะดวกทางการค้าเพื่อลดต้นทุนในการส่งออกและนำเข้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

วัตถุประสงค์:

- เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา Logistic ระหว่างไทยกับรัสเซีย
- เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม

วิธีดำเนินการ: จัดตั้งหน่วยงานทางการอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยมีหน้าที่ดังนี้

- ศึกษาแนวทางการปรับปรุงทางด้าน Logistic ที่เป็นการสนับสนุนต่อการค้า เช่น การพัฒนาเส้นทางเดินเรือ การลดต้นทุนในการขนส่ง
- การส่งเสริมและพัฒนาทางเลือกในการขนส่งสินค้าที่มีความเหมาะสมต่อประเภทของสินค้าทั้งทางด้านต้นทุนและความรวดเร็วในการขนส่ง เช่น อาจตั้งเป็นศูนย์รวบรวมสินค้าก่อนส่งออก ทั้งนี้เพราะปริมาณการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมมีขนาดเล็ก การส่งออกโดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมแต่ละรายจะมีต้นทุนที่สูงกว่าการรวบรวมสินค้าให้ได้จำนวนเหมาะสม และส่งออกในคราวเดียวกัน
- การเจรจาในเรื่องขบวนการศุลกากร เนื่องจากแนวโน้มศักยภาพทางการค้าในสินค้าหลายรายการมีความเป็นไปได้ที่จะมีการนำมาตรการที่มีใช้ภาษีมาใช้ และอาจก่อให้เกิดปัญหาในขบวนการศุลกากร เป็นอุปสรรคต่อการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม
- การส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทางด้านภาษา และการเรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกัน เนื่องจากภาษาเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการค้า