*สรุปสาระสำคัญงาน* ***2nd Russian-Thai Investment Forum 2026***

**ในวันศุกร์ที่ 30 ตุลาคม 2569 เวลา 11.30–13.00 น. ณ Royal Orchid Sheraton Riverside Hotel Bangkok**

**หัวข้อ: "Made in Russia" and the Russian–Thai Trade Platform**

**ผู้ดำเนินรายการ (Moderator)**

- Mr. Vladimir Kovalev — Executive Director, Russian-Thai Business Council (RTBC)

**ผู้ร่วมเสวนา (Speakers)**

1. Mr. Alexey Murzenok — Managing Director for International Trade, Russian Export Center JSC
2. Mr. Chanwit Yuchua — Senior Standards Officer, Thai Industrial Standards Institute (TISI)
3. Mr. Diego Sala — CEO, Siam Trade Development
4. Ms. Paiyada Hanchaisuksakul — President, National Food Institute of Thailand
5. Mr. Dmitry Shokhin — Founder, Legal Pool
6. Mr. Armen Arapetyan — Co-owner, Siberian Organic
7. Mr. Mikhail Lelyuk — Deputy General Director for Foreign Economic Activity, JSC Agro-Industrial Firm Fanagoria
8. Ms. Natalia Belyashova — Deputy General Director, Belevskaya Confectionery Company LLC
9. Mr. Kasemsit Pathomsak — Vice Chairman of the Board of Trade of Thailand
10. Mr. Evgeny Korenkov — Deputy CEO, Chernogolovka Group

**1.วัตถุประสงค์**

เพื่อส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดและขยายช่องทางจำหน่ายสินค้าระหว่างไทย–รัสเซีย ผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ กฎระเบียบการนำเข้า และข้อกำหนดด้านการลงทุน ตลอดจนส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการ การพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจ และการใช้ประเทศไทยเป็นฐานในการขยายตลาดสู่ภูมิภาคอาเซียน

**2. สาระสำคัญจากการเสวนา**

- **การส่งเสริมความร่วมมือและการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ:** Russian–Thai Business Council (RTBC) เน้นย้ำบทบาทของเวที Russian–Thai Investment Forum ครั้งที่ 2 ในการยกระดับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทย–รัสเซีย จากการค้าสินค้าไปสู่ความร่วมมือด้านการลงทุนและการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาว โดยส่งเสริมกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (B2B Business Matching) และการเชื่อมโยงโอกาสทางการค้าระหว่างรัสเซีย ไทย สหภาพเศรษฐกิจยูเรเชีย (EAEU) และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- **การส่งเสริมสินค้าและขยายช่องทางจำหน่ายภายใต้โครงการ Made in Russia:** Russian Export Center (REC) นำเสนอแผนจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้ารัสเซียในกรุงเทพฯ โดยมีผู้ประกอบการยื่นความประสงค์เข้าร่วมแล้ว 29 ราย พร้อมทั้งส่งเสริมการขยายช่องทางจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และร้านค้าปลีก ปัจจุบันโครงการมีร้านค้าออนไลน์ 50 แห่ง บนแพลตฟอร์ม Marketplace 21 แห่ง ใน 10 ประเทศ และร้านค้าปลีก 17 แห่ง โดยให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์สินค้าและสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคผ่าน Influencer Marketing และ Livestream Commerce เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาดและกระตุ้นยอดจำหน่ายสินค้า
- **การสนับสนุนความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมอาหาร:** สถาบันอาหาร (National Food Institute: NFI) นำเสนอบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการด้านการทดสอบผลิตภัณฑ์ผ่านห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 17025 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรับรองมาตรฐาน GMP, HACCP และ Halal ตลอดจนการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าสู่ตลาดไทย และส่งเสริมโอกาสความร่วมมือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารระหว่างสองประเทศ
- **กฎหมายและข้อกำหนดสำหรับการลงทุนในประเทศไทย:** Legal Pool เน้นย้ำความสำคัญของการตรวจสอบข้อกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องก่อนดำเนินธุรกิจในประเทศไทย โดยเฉพาะโครงสร้างการถือหุ้น สิทธิในการถือครองที่ดิน การขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจ การจ้างงาน การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และข้อจำกัดตามกฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ทั้งนี้ การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทมิได้หมายความว่าสามารถประกอบธุรกิจได้ทุกประเภทโดยอัตโนมัติ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต่างชาติควรให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจวัฒนธรรมทางธุรกิจและรูปแบบการเจรจาของไทย เพื่อลดความเสี่ยงและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในระยะยาว
- **มาตรฐานอุตสาหกรรมและข้อกำหนดด้านการนำเข้าสินค้า:** สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ชี้แจงระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของไทย ซึ่งมีมาตรฐานบังคับจำนวน 153 มาตรฐาน โดยผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าที่อยู่ภายใต้มาตรฐานบังคับต้องได้รับใบอนุญาตก่อนดำเนินการผลิตหรือนำเข้า รวมถึงผ่านกระบวนการทดสอบผลิตภัณฑ์และการประเมินระบบควบคุมคุณภาพของโรงงาน ขณะที่ Siam Trade Development เน้นย้ำให้

ผู้ประกอบการตรวจสอบใบอนุญาต มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ฉลากภาษาไทย และเอกสารประกอบการนำเข้าให้ครบถ้วนก่อนการขนส่งสินค้า เพื่อลดความเสี่ยงจากความล่าช้าและปัญหาในกระบวนการตรวจปล่อยสินค้าของศุลกากร

- **กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดและการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศไทย:** Siberian Organic เน้นย้ำว่าการนำสินค้าเข้าสู่ช่องทางจำหน่ายเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์การตลาด การสร้างการรับรู้แบรนด์ และการกระตุ้นการซื้อซ้ำผ่านช่องทางออนไลน์และกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ Fanagoria ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละตลาด โดยอาศัยความร่วมมือกับผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าสู่ตลาดและสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว
- **การปรับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค:** Belevskaya Confectionery ถ่ายทอดประสบการณ์การเข้าสู่ตลาดประเทศไทย ซึ่งใช้ระยะเวลาเตรียมความพร้อมประมาณ 3 ปี ก่อนเริ่มส่งออกสินค้า โดยบริษัทได้ปรับรูปแบบขนม Pastila ซึ่งเป็นขนมพื้นเมืองของรัสเซีย จากบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่เป็นขนาดเล็กที่สะดวกต่อการทดลองซื้อและบริโภค สะท้อนถึงความสำคัญของการปรับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดท้องถิ่น (Product Localization) เพื่อเพิ่มการยอมรับของผู้บริโภคและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ
- **ความร่วมมือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการขยายตลาดสู่ภูมิภาคอาเซียน:** Chernogolovka Group แสดงความสนใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โภชนาการและอาหารเสริมร่วมกับพันธมิตรไทย โดยใช้วัตถุดิบภายในประเทศ เช่น ผลไม้เขตร้อนและคอลลาเจนจากสัตว์ทะเล (Marine Collagen) รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย เพื่อรองรับการขยายตลาดในภูมิภาคอาเซียน ขณะที่หอการค้าไทยเน้นย้ำศักยภาพของเครือข่ายภาคธุรกิจไทย และเสนอให้ใช้เวทีงานแสดงสินค้า THAIFEX–Anuga Asia เป็นช่องทางเชื่อมโยงผู้ประกอบการรัสเซียกับคู่ค้าทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน

**โอกาสสำหรับประเทศไทย**

**(1) การส่งเสริมการค้าและการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการ:** สนับสนุนการใช้ประโยชน์จากศูนย์แสดงสินค้า Made in Russia ที่มีแผนจัดตั้งในกรุงเทพฯ งานแสดงสินค้า THAIFEX–Anuga Asia และกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ เพื่อขยายช่องทางการค้าและสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการไทย–รัสเซีย

**(2) การอำนวยความสะดวกด้านมาตรฐานและกฎระเบียบทางการค้า:** ส่งเสริมการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการเกี่ยวกับข้อกำหนดด้านกฎหมาย ใบอนุญาต มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ฉลากสินค้า และเอกสารประกอบการนำเข้า–ส่งออก รวมถึงสนับสนุนการ

เชื่อมโยงกับพันธมิตรท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อลดอุปสรรคและเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าสู่ตลาด

**(3) การส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง:** ศึกษาโอกาสความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้วัตถุดิบภายในประเทศ การลงทุนร่วม และการจัดตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย โดยอาศัยศักยภาพด้านอุตสาหกรรมและเครือข่ายการค้าของไทย เพื่อสนับสนุนการขยายธุรกิจสู่ตลาดอาเซียน