

ข้อสรุปจากเวทีสัมมนา “เกาะติดเทรนด์การค้ายุคใหม่”

เมื่อวันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐ ณ โรงแรมเซนทารา-แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว
โดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

๑. การเสวนา หัวข้อ “เจาะลึกประเด็นการค้ายุคใหม่”

๑.๑) ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อเทรนด์การค้าของโลก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงชั่วคราวจากสหรัฐอเมริกา ไปเป็น รัสเซีย และจีน การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐศาสตร์ โดยเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาและยุโรปชะลอตัว แต่เอเชียเศรษฐกิจขยายตัวได้ดี และการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมผู้สูงอายุ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ทำให้ใช้แรงงานน้อยลง ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อเทรนด์การค้าของโลก

๑.๒) พัฒนาการของการค้าโลก จากเดิมขนส่งสินค้าไปขาย ปัจจุบันค้าขายทาง Facebook Online มีข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) ระหว่างประเทศคู่ค้า โดยในอนาคตการค้าเสรีจะไม่กำหนดเฉพาะเรื่องภาษีอย่างเดียว แต่จะครอบคลุมเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา สิ่งแวดล้อม พิธีการศุลกากร และแรงงานไว้ในเงื่อนไขข้อตกลงด้วย

๑.๓) นโยบายของประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา “นายโดนัลด์ ทรัมป์” America first กำหนดเป้าหมายเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาขยายตัว ๔ % จ้างงานเพิ่ม ๒๕ ล้านตำแหน่ง จึงดำเนินมาตรการต่างๆ เช่น มาตรการทางภาษีนำเข้าสินค้า คัดค้านการจัดทำข้อตกลง TPP แต่จะรื้อฟื้นการเจรจา NAFTA ซึ่งมีสหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโกเป็นสมาชิก นอกจากนั้นจะใช้วิธีเจรจา FTA กับแต่ละประเทศ นโยบายดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย ประเทศไทยจึงกำหนดทิศทางการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน โดยวิธี ร่วมหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ (Strategic Partnership) เช่น ไทยมีจุดแข็งด้านขนส่ง ส่วนพม่ามีจุดแข็ง ด้านวัตถุดิบต้นทุนต่ำ ก็ทำข้อตกลงความร่วมมือกัน win win ทั้ง ๒ ฝ่าย ซึ่งวิธีนี้ทำได้เร็วกว่าเจรจา FTA

๑.๔) “การค้ายุคใหม่” มุ่งด้านการค้าบริการมากขึ้น เพื่อขับเคลื่อนไปสู่ Thailand ๔.๐ การค้าบริการ จับต้องไม่ได้ ไม่มีพรมแดน เช่น ชื่อเพลงจากอินเทอร์เน็ต E-Commerce การเงินธนาคาร การสื่อสาร ใช้นวัตกรรมเพื่อลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต สิ่งสำคัญของการค้าบริการ ได้แก่ การอำนวยความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ซื้อ และสร้างความพึงพอใจ

๒. การเสวนาหัวข้อ “ทรัพย์สินทางปัญญากับการค้าโลกยุคใหม่”

๒.๑) ปัจจุบันมี Platform Programe การซื้อขาย Online หลากหลาย เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ต้องการความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ในการชำระเงิน และจัดส่งสินค้าให้โดยรวดเร็ว ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบชนิดสินค้า และราคากับผู้ขายรายอื่นๆได้ โดยไม่ต้องเดินทางไปยังแหล่งขายต่างๆ ส่วนเทรนด์การค้ายุคใหม่ ผู้ขายทาง Online ก็ไม่ต้องสร้างสถานที่เก็บสต็อกสินค้า เพียงรวบรวมสินค้าจากผู้สต็อก แพ็คส่งให้ผู้สั่งซื้อ ในอนาคตตลาด E-Commerce ในอาเซียนคาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่า ๑๐ เท่า ในส่วนของเกษตรกร/กลุ่ม/องค์กรเกษตรกร สามารถเข้าสู่ช่องทางการขายสินค้า Online ซึ่งมี Platform การให้บริการหลากหลาย แต่เกษตรกรจะต้องปรับตัวเตรียมความพร้อมก่อน ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพสินค้า แปรรูป บรรจุภัณฑ์ให้สามารถจัดส่งได้ง่าย สะดวกขึ้น

๒.๒) ผู้ประกอบการภาคเอกชน มุ่งพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตสินค้าและการตลาด โดยด้านการผลิต มุ่งพัฒนาคุณภาพพนักงานองค์กร พัฒนาระบบการผลิต และใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม ไปสู่การสร้าง Brand สินค้า ส่วนด้านการตลาด สร้างความร่วมมือกับบริษัทคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน และลูกค้า ผู้บริโภคเพื่อนำความคิดเห็นมาปรับปรุงพัฒนา เพื่อให้ลูกค้าบอกต่อว่า สินค้าและบริการนี้ดี

๒.๓) เทรนด์การค้ายุคใหม่ ผลักดันให้มีการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา หลายประเทศ จึงกำหนดให้ผู้ประกอบการสามารถจดทะเบียนสิทธิบัตรสินค้า ที่จะนำไปจำหน่ายในประเทศของตน