

สรุปการดำเนินโครงการสร้างองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ

ระหว่างวันที่ ๒๘ - ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๖๒

จัดโดยสำนักงานการค้าต่างประเทศ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มภารกิจ : เศรษฐกิจ การคลัง งบประมาณ

1. ชื่อการประชุม/หัวข้อการหารือ

โครงการอบรมสร้างองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศแก่ผู้ประกอบการเพื่อโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง

2. สถานที่

โรงแรมเอเชีย เขตราชเทวี

3. วันที่

28 - 29 พฤษภาคม 2562

4. สรุปเนื้อหา

สำนักงานการค้าต่างประเทศจัดโครงการสร้างองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศแก่ผู้ประกอบการเพื่อโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจเมือง ระหว่างวันที่ ๒๘ - ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๖๒ ณ โรงแรมเอเชีย เขตราชเทวี โดยนายขจิต ชัชวานิชย์ รองปลัดกรุงเทพมหานคร ได้ให้เกียรติเป็นประธานกล่าวเปิดงาน เมื่อวันที่ ๒๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒ และนายไกรสรณ์ ทิพยจันทร์ รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักงานการค้าต่างประเทศ เป็นผู้กล่าวรายงาน โดยมีนางสาว พรทิพย์ พรชิวทิพย์ ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและส่งเสริมศักยภาพเป็นผู้บริหารโครงการฯ ในโอกาสดังกล่าว ผู้ตรวจราชการกรุงเทพมหานคร (นางมาลี ภิรมย์จิตต์ และนางเสาวภาคย์ กระจ่างยุทธ์) ได้ให้เกียรติเข้าร่วมการฝึกอบรมด้วย

ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะในด้านการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงโอกาสและช่องทางในการทำการค้าระหว่างประเทศแก่ผู้ประกอบการ อันจะนำมาซึ่งการสนับสนุนการออกแบบธุรกิจที่มีแนวโน้มความสำเร็จ รวมทั้งเพิ่มศักยภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินภารกิจด้านการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจเมือง โดยมีกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้ผลิตและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนของกรุงเทพมหานคร (OTOP และ Bangkok Brand) รวมถึงข้าราชการกรุงเทพมหานครจากสำนักที่เกี่ยวข้องและสำนักงานเขต โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงาน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

วันที่ ๒๘ พฤษภาคม ๒๕๖๒ นางสาวนิธิวดี สมบูรณ์ รองผู้อำนวยการฝ่ายประสานเครือข่ายผู้ให้บริการ SMEs สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้บรรยายในหัวข้อ “ความสำคัญของงานแสดงสินค้าและการจับคู่ธุรกิจในการส่งเสริมการค้าทางธุรกิจ” โดยชี้ให้เห็นความสำคัญของการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในการช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทหรือตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก ช่วยเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริหาร รวมถึงสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และทราบข้อมูลของคู่แข่งในตลาด อย่างไรก็ตามการศึกษาข้อมูลรายละเอียดของงาน และงบประมาณค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณา รวมทั้งต้องศึกษาข้อมูลด้านการตลาดของงานที่เข้าร่วม กระบวนการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ และกฎหมายทางการค้า

ของประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย ขณะเดียวกันต้องเตรียมข้อมูลสินค้าที่จะนำไปแสดงเพื่อประชาสัมพันธ์และติดต่อด้านหมายลูกค้าเพื่อเจรจาธุรกิจในช่วงแสดงสินค้า สำหรับตลาดศักยภาพที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสนับสนุนสินค้าไทยเพื่อส่งออกได้แก่ ประเทศเยอรมนี กลุ่มสินค้าของตกแต่งบ้านมีดีไซน์ที่ทันสมัย ประเทศมาเลเซีย กลุ่มสินค้าอาหารฮาลาล ประเทศอินเดีย กลุ่มอาหาร เครื่องใช้ในครัวเรือน ของตกแต่งบ้านและสินค้าสำหรับเด็ก ประเทศฮ่องกง กลุ่มสินค้าแฟชั่น สินค้าตกแต่งบ้านที่มีสไตล์ และดีไซน์สวยงาม

ด้านนายโตสุเกะ นากาจิมะ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด องค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (HKTDC) บรรยายหัวข้อ “โอกาสทางการค้าของผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตปกครองพิเศษฮ่องกงและจีนผ่านช่องทางการตลาดของฮ่องกง (HKTDC)” ได้ประชาสัมพันธ์บทบาทของ HKTDC รวมถึงแนวโน้มการเติบโตของตลาดผู้บริโภคในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดอันดับ ๒ ของโลก และเป็นประเทศที่ทำการซื้อขายมากที่สุดในโลก นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นถึง ๑๒.๕% และในปีพ.ศ.๒๕๖๒ มีมูลค่าการค้าปลีกเพิ่มสูงขึ้นถึง ๗.๒% ขณะที่เขตบริหารพิเศษฮ่องกงเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจที่เชื่อมโยงบริษัทในอาเซียนเข้ากับบริษัทต่างๆทั่วโลกและประเทศไทยเป็นประเทศคู่ค้าที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ ๙ ของฮ่องกง ทั้งนี้ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม งานฝีมือและของตกแต่งบ้าน อย่างไรก็ตาม ตลาดการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการควรพัฒนาและนำไปใช้ในการจำหน่ายสินค้า เนื่องจากตลาดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

วันที่ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๖๒ องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่นและศูนย์ส่งเสริม SMEs โตเกียว สำนักงานสาขาประเทศไทยได้บรรยายในหัวข้อ “แบบปฏิบัติทางการค้าที่ดีของประเทศญี่ปุ่นและการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคญี่ปุ่น” โดยเน้นที่แนวโน้มและโอกาสในการทำธุรกิจกับประเทศญี่ปุ่นของ SMEs ในประเทศไทย ซึ่งวิเคราะห์จากแนวโน้มและทิศทางการบริโภค สภาพสังคมและวัฒนธรรมของผู้บริโภคญี่ปุ่น ทั้งนี้ ในช่วงบ่าย ดร.จักรกรินทร์ ศรีมูล คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้บรรยายในหัวข้อ “การสร้างโอกาสและเพิ่มช่องทางในการทำการค้าระหว่างประเทศ” ซึ่งมีใจความสำคัญเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมและโอกาสในการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ และในช่วงสุดท้าย ดร.จักรกรินทร์ โกมลศิริ นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เป็นวิทยากรบรรยายในหัวข้อ “โอกาสทางการค้าของประเทศไทยในต่างประเทศและขั้นตอนดำเนินการค้าระหว่างประเทศ” โดยแสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในการพัฒนาและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยใน ๔ ด้าน ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อเจาะตลาดกลุ่มเฉพาะ การขยายช่องทางการตลาดผ่านการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงการจับคู่ธุรกิจ จุดแข็งของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศคือ มีสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศถึง ๕๙ แห่ง และมีอัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์) ทำหน้าที่เชื่อมโยงการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ค้นหาสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดในต่างประเทศ และช่วยตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าในต่างประเทศ สำหรับแนวโน้มตลาดของสินค้าที่ยังคงเติบโตได้แก่ เพอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุ ผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง รวมถึงผลิตภัณฑ์ออกอาร์ทิก ในตอนท้ายได้ย้ำถึงบทบาทสำคัญของ SMEs ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงความสำคัญของการส่งออกที่มีความสำคัญมากขึ้น เมื่อผู้บริโภคในประเทศมีศักยภาพน้อยลง

5. การดำเนินงานต่อเนื่อง

การนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการที่เข้ารับการอบรมมาปรับใช้ในการพัฒนา กิจกรรมหรือโครงการเพื่อส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการในการพัฒนาเศรษฐกิจเมืองให้เป็นไปอย่าง ต่อเนื่อง

6. ผู้รายงาน

นางสาวบุษบา กระจ่างฉาย

นักวิเทศสัมพันธ์ปฏิบัติการ

ส่วนแผนงานและส่งเสริมศักยภาพเมือง

สำนักงานการต่างประเทศ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๒๔ ๘๑๗๗



รองปลัดกรุงเทพมหานคร (นายขจิต ชัชวานิชย์) ผู้ตรวจราชการกรุงเทพมหานคร
(นายมาลี ภิรมย์จิตต์และนางเสาวภาคย์ กระจ่างยุทธ) ถ่ายรูปร่วมกัน



ภาพบรรยากาศในภาพรวมของการอบรม



ภาพผู้ประกอบการและข้าราชการกรุงเทพมหานครที่เข้าร่วมการอบรม



ภาพวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิที่บรรยายให้ความรู้