

เกาะกระแส 'การทูตการค้า' ไกลไกลต่างชาติโปรโมตแบรนด์-ขยายตลาดส่งออก

การทูตการค้าถือเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการค้าที่ทรงประสิทธิภาพประเภทหนึ่ง จึงไม่น่าแปลกใจที่กิจกรรมด้านการส่งเสริมการค้าการลงทุน การแสดงสินค้า เทคโนโลยีจากต่างประเทศยังคงมีอยู่เป็นระยะๆ

รูปแบบของการจัดงานมีทั้งการจัดแสดงสินค้าคู่ขนานไปกับงานเทศกาลศิลปะวัฒนธรรมประจำชาติ งานแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับชาติ ซึ่งจะมี "ทูตพาณิชย์" เป็นแม่ข่ายสำคัญ

ประเทศที่นิยมจัดกิจกรรมทั้งเทศกาลศิลปะและวัฒนธรรมควบคู่ไปกับงานแสดงสินค้าประจำชาติ ได้แก่ อิตาลี และฝรั่งเศส ขณะที่บางประเทศอย่างอินเดียและสหรัฐ มักเลือกจัดงานส่งเสริมการค้าเป็นบางปี และมีขนาดใหญ่ดังเช่น งาน "India Fair @ Bangkok 2008" เมื่อเดือนกรกฎาคมปีที่แล้ว และงาน "Buy & Visit U.S.A. 2006" จัดโดยหอการค้าอเมริกาแห่งประเทศไทย และสถานเอกอัครราชทูตอเมริกาประจำประเทศไทย

อิตาลีเป็นประเทศล่าสุดซึ่งเพิ่งแถลงข่าวการจัดงาน "เทศกาลอิตาลี ประจำปี 2552" เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคมที่ผ่านมา ที่บ้านพักเอกอัครราชทูตอิตาลีประจำประเทศไทย โดยกิจกรรมจะมีขึ้นในช่วงปลายเดือนพฤษภาคม-19 มิถุนายน ซึ่งอัดแน่นด้วยกิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม อาทิ เทศกาลภาพยนตร์อิตาลีเลียนคอนเสิร์ตเพลงประกอบภาพยนตร์ จนถึงงานเสวนา "รัชกาลที่ 5 และเวนิส" ปิดท้ายด้วยการประชุมนานาชาติในหัวข้อ "140 ปี ความสัมพันธ์ไทยและอิตาลี"

แม้หัวใจและเนื้องานจะสะท้อนวัฒนธรรมนำอย่างเด่นชัด แต่หากพิจารณาในรายละเอียดของงานซึ่งกินเวลาราว 1 เดือนนั้น จะมีกิจกรรมงานในลักษณะของการส่งเสริมการค้าประกอบไปด้วย อาทิ วัฒนธรรมการต้มกาแฟเอสเปรสโซ่ ที่โปรโมตแบรนด์กาแฟดังของประเทศ ได้แก่ ลาวาซซา (Lavazza) หรืองานอิตาลีเลียนสแควร์ ที่ใช้เป็นพื้นที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไวน์หลากหลายยี่ห้อ

อย่างไรก็ตามสำหรับปี 2552 พบว่ากิจกรรมด้านการแสดงสินค้าและเทคโนโลยีจากฝรั่งเศส น่าจะเป็นผู้แสดงหลักที่มีตารางกิจกรรมการจัดงานเกือบทั้งปี

โดยนอกจากจะมีงานใหญ่อย่างเทศกาลวัฒนธรรมฝรั่งเศส-ไทยที่จัดประจำทุกปี ซึ่งปีนี้จัดระหว่าง 3 มิถุนายน-16 ตุลาคม ฝ่ายเศรษฐกิจ สถานเอกอัครราชทูตฝรั่งเศสประจำประเทศไทย ได้มีส่วนร่วมจัดหรือเป็นเจ้าภาพจัดการแสดงสินค้าและเทคโนโลยีหลายงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าและเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับโครงการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ หรือโครงการภาครัฐอื่นๆ

ดังเช่นวันที่ 8 มิถุนายนนี้ สถานเอกอัครราชทูตฝรั่งเศสจะร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) จัดงานสัมมนาและแสดงเทคโนโลยีด้านทีวี ดิจิทัล ที่สำนักงาน กทช. ซอยสายลม โดยจะมีบริษัทด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมจากฝรั่งเศสเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าและสัมมนา

ส่วนก่อนหน้านี้ สถานเอกอัครราชทูตฝรั่งเศสได้ร่วมกับสมาคมวิชาการและเทคนิคไทย-ฝรั่งเศส (สวทฝ) และวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ จัดการประชุมสัมมนาวิชาการในหัวข้อ "เทคโนโลยีค่านพลังงานจากฝรั่งเศส" ในงานวิศวกรรมแห่งชาติ 2552 ที่ไบเทค ระหว่างวันที่ 23-25 เมษายน โดยมีผู้แทนจากบริษัทด้านพลังงานในฝรั่งเศสเป็นวิทยากร อาทิ การไฟฟ้าฝรั่งเศส (อีดีเอฟ) บริษัทอัลสตอม และอาอีว่า

ย้อนไปในวันที่ 30 มีนาคม ฝ่ายเศรษฐกิจ สถานเอกอัครราชทูตฝรั่งเศสประจำประเทศไทย ได้จัดงานสัมมนาเรื่องความชำนาญด้านระบบการขนส่งในเมืองและระบบรางของประเทศฝรั่งเศส โดยได้รวบรวมผู้ผลิตสินค้าและบริการด้านการขนส่งและระบบรางรายใหญ่ของฝรั่งเศสไว้อย่างครบถ้วน อาทิ บริษัทอัลคาเทล-ลูเชน อัลสตอม เค็ทซ์บัวร์ ซิสเทร่า ทาเลส และอีดีเอฟ โดยมีหัวข้อการบรรยายครอบคลุมตั้งแต่เรื่องการจัดการโครงการงานวิศวกรรม การวางแผนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การออกแบบและการจัดการ งานโยธา การซ่อมบำรุงหัวรถจักร ระบบอาณัติสัญญาณ ระบบตั๋วโดยสารอัตโนมัติ ระบบข้อมูลผู้โดยสาร กิจกรรมของต่างชาติในไทยไม่ได้จำกัดอยู่แค่งานแสดงสินค้าหรือเทศกาลวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังมีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่ทำให้บริษัทที่เป็นเจ้าของแบรนด์คงได้สะท้อนจุดยืนทางธุรกิจ หรือสร้างเวทีพบปะกับรัฐบาล นายกรัฐมนตรี หรือแม้แต่นักธุรกิจกระทรวงสำคัญ อาทิ งานเลี้ยงอาหารกลางวันที่บ้านพักเอกอัครราชทูตเนเธอร์แลนด์ประจำประเทศไทย เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม

นายชัชไกร พัน เชาท์ เอกอัครราชทูตเนเธอร์แลนด์ประจำประเทศไทย ซึ่งเพิ่งเดินทางมารับตำแหน่งนี้ไม่ถึง 1 ปีได้เปิดบ้านต้อนรับ นายกรณ์ จาติกวณิช รัฐมนตรีคลัง และ นางอรรชกา บริมเบ็ด เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) เพื่อมาบรรยายถึงนโยบายด้านเศรษฐกิจและการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติในประเทศไทย ให้กับนักธุรกิจจากเนเธอร์แลนด์ ได้รับฟังและแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็น โดยธุรกิจเนเธอร์แลนด์ที่เข้าร่วมกิจกรรมนี้ อาทิ บริษัทไอเอ็นจีประกันชีวิต บริษัทฟูแรค ผู้ผลิตกระดาษผลิตภัณฑ์กระดาษ สตาแม็ก เทคโนโลยี ผู้ออกแบบสายการผลิตแป้งมันจากมันสำปะหลัง บริษัทอีส-เวสต์ ซิต อินเตอร์เนชั่นแนล ผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ทางการเกษตร บริษัทอีซีซี อินเตอร์เนชั่นแนล เรียวเอสเสค เจ้าของโครงการก่อสร้างศูนย์การค้าโปรเมนาคา เชียงใหม่ และบริษัทแฮงกี้แพงกี้ ทอย ผู้ผลิตกล่องของเล่นสำหรับแสดงมายากล

ทั้งนี้ เนเธอร์แลนด์ในฐานะประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป (อียู) ที่มีการลงทุนโดยตรงในประเทศไทยมากที่สุดในกลุ่มอียู และเป็นนักลงทุนใหญ่ของไทยอันดับ 2 รองจากญี่ปุ่น

แม้แต่สำนักงานผู้แทนคณะกรรมการยุโรป ก็กำลังเตรียมงานสำหรับการจัดงานสัมมนาในระดับภูมิภาคในหัวข้อ การพัฒนาชนบท และการเชื่อมโยงคุณภาพด้านอาหารและการเกษตรกับแหล่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเอเชีย โดยการจัดงานนี้ได้ทำร่วมกับองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (เอฟเอโอ) และกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ในระหว่างวันที่ 8-11 มิถุนายน ที่โรงแรมอิมพีเรียล ควีนส์ปาร์ค สุขุมวิท 22 โดยงานดังกล่าวเกิดขึ้นจากการตระหนักถึงความสำคัญในด้านการเกษตรและอาหารในภูมิภาคเอเชียที่มีลักษณะเฉพาะตัว มีคุณภาพและมีชื่อเสียงจากแหล่งที่มาทางภูมิศาสตร์ในผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยเชื่อมโยงกับเรื่องการเพิ่มความปลอดภัยด้านอาหาร ความหลากหลายทางอาหาร การพัฒนาชนบท เพื่อเป็นตัวเลือกให้กับผู้บริโภค

เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้อาหารและผลิตภัณฑ์ การเกษตรได้เพิ่มมูลค่าและได้รับผลประโยชน์จากการแสดง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สำหรับประเทศในแถบเอเชียมีที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้า ผ่านงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศขนาดใหญ่ในไทย หรืองานใหญ่ที่ต่างชาติใช้ไทยเป็นเวทีจัด อาทิ งานแสดงสินค้าอาหารปี 2552 (THAIFEX-World of Food ASIA 2009) "โพรแพ็ค เอเชีย 2009" งานแสดงผลภัณฑ์เครื่องจักรและเทคโนโลยีสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร บรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมอื่นๆ

ยกเว้นญี่ปุ่นที่มีองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศ หรือเจโทร ประเทศไทย เป็นกลไกถาวรในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนในประเทศไทยและประเทศใกล้เคียงในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีกิจกรรมสำคัญๆ อยู่เป็นประจำ อาทิ การพัฒนาอุตสาหกรรม สนับสนุน กิจกรรมความร่วมมือในการให้ความรู้และถ่ายทอด เทคโนโลยี เช่น การพัฒนาด้านโลจิสติกส์ เทคโนโลยีด้านพลังงาน และสิ่งแวดล้อม งานแสดงสินค้าผลไม้ญี่ปุ่นที่มีการจัดทั้งงานขนาดใหญ่ และงานที่ใช้พื้นที่ไม่มากบนเซ็นทรัลเวิลด์

ในบางวาระโอกาสเอกชนก็รับบทบาทนำในการจัดงานเอง ดังกรณีของบริษัทไอเอฟเอส โซลูชันไทย ในเครือไอเอฟเอส ผู้ผลิตและพัฒนาแอปพลิเคชันระดับโลกจากสวีเดน และบริษัทสาขา 50 ประเทศทั่วโลก ได้จัดงาน "IFS Customer Summit 2009" ขึ้นที่ โรงแรมเซอราตัน พัทยา รีสอร์ท เชิงูดเกล้าไทยและหัวเขาเทียน อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ร่วมงานให้ความรู้ระบบปฏิบัติการของบริษัท

เทศกาลประจำชาติกับโอกาสการค้า

กิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางการทูต อาจจะไม่ใช่งานใหญ่ระดับชาติ ดังเช่นงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ที่ใช้พื้นที่จำนวนมากของศูนย์แสดงสินค้าต่างๆ ที่ไบเทค บางนา หรืออิมแพ็ค เมืองทองธานี

อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของ นายวินเซนโซ คาลิ ทูตพาณิชย์ อิตาลีประจำประเทศไทย งาน "Italian Festival 2009 in Bangkok" ซึ่งจัดขึ้นตั้งแต่ปลายเดือนพฤษภาคมจนถึงกลางเดือนมิถุนายน 2552 ถือเป็นช่องทางสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของอิตาลี รวมถึงการค้าการลงทุนระหว่าง 2 ประเทศในด้านต่างๆ ทั้งอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม การค้า การบริการ และด้านพาณิชย์อื่นๆ ไม่นับการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยและอิตาลีที่ยืนยาวกว่า 140 ปีให้แน่นแฟ้นขึ้น

นายคาลิยืนยันว่า การจัดเทศกาลส่งเสริมวัฒนธรรมและกิจกรรมคู่ขนาน ที่เน้นส่งเสริมสินค้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักดีในกลุ่มคนไทยและชาวโลก อาทิ สินค้าในกลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม แฟชั่นเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และเครื่องหนังอื่นๆ ล้วนมีส่วนในการกระตุ้นการส่งออกสินค้าอิตาลีมายังประเทศไทย

ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมาการค้าระหว่างไทยและอิตาลีมีอัตราการขยายตัว 11.36% โดยปี 2551 มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศรวม 3.58 พันล้านดอลลาร์ สินค้าจากอิตาลีที่ประเทศไทยนำเข้าสูงสุด ได้แก่ สินค้าในกลุ่มเครื่องจักรและชิ้นส่วน, อุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมเหล็ก, อุปกรณ์ไฟฟ้า อัญมณีและเครื่องประดับ รองลงมาได้แก่ เครื่องปรับอากาศ, ยาง, อาหารแช่แข็ง รวมมูลค่าสินค้าไทยที่ส่งออกไปยังประเทศอิตาลีต่อในปี 2551 มีมูลค่าสูงถึง 1.97 พันล้านดอลลาร์

ประกอบกับในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา อิตาลีได้นำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามารุกตลาดประเทศไทยมากขึ้น เช่น เครื่องปรุงและเครื่องเทศที่ใช้ในการประกอบอาหารอย่างพาสต้า เนย น้ำมันมะกอก รวมทั้งอาหารประเภทแฮม เครื่องดื่มไวน์ และกาแฟ

ทูตพาณิชย์อิตาลียังได้แสดงความเชื่อมั่นต่อศักยภาพการขยายตัวด้านการค้าของประเทศไทย เห็นได้จากการจัดกิจกรรมใหญ่อย่างต่อเนื่องมาหลายปีนับถึงปี 2552 แม้ว่าไทยจะต้องเผชิญปัญหาท้าทายถึง 2 ด้านไปพร้อมๆ กัน ได้แก่ วิกฤตเศรษฐกิจและวิกฤตการเมือง

อย่างไรก็ตาม นายคาลิยอมรับว่า ปัจจัยทั้ง 2 ประการมีผลกระทบต่อระดับความเชื่อมั่นของบริษัทอิตาลีในไทย แต่มุมมองด้านลบดังกล่าวก็ไม่ได้มีผลเฉพาะต่อประเทศไทยแต่เป็นทั้งโลก เนื่องจากอยู่ในช่วงของภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ กระนั้นแนวโน้มในระยะยาวนักลงทุนอิตาลียังเชื่อมั่นอยู่ เห็นได้จากการทยอยเข้ามาลงทุนอย่างต่อเนื่อง อาทิ คานิลี ฟาร์อีสต์ กลุ่มทุนอิตาลีที่ทำธุรกิจด้านออกแบบเครื่องจักร สร้าง ผลิต ประกอบ และบริหารโครงการในอุตสาหกรรมเหล็กและอุปกรณ์ที่มีคุณสมบัติสูง ได้เข้ามาตั้งโรงงานที่ระยอง ร่วมกับสถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย ในด้านวิจัยและพัฒนา เพื่อส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมเหล็ก