

## หนุ่ผู้ส่งออกขยายการค้าสู่ตลาดอินเดีย

ชวนผู้ส่งออกอินเดีย ซึ่งได้รับผลกระทบจากวิกฤตการเงินโลกน้อย แถมตลาดมีขนาดใหญ่ กำลังซื้อหลากหลาย

นายชวลิต วิจารณ์ประภานันต์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ และอดีตทูตพาณิชย์ประจำกรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย เปิดเผยในงานเสวนาหัวข้อ “โอกาสธุรกิจและกรณีศึกษาการเปิดตลาดใหม่ อินเดียและตะวันออกกลาง” ว่า ประเทศอินเดียได้รับผลกระทบ จากวิกฤตการเงินโลกน้อยกว่าไทย เพราะเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีประชากรกว่า 1,000 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นประชากรที่มีกำลังซื้อสูงกว่า 300 ล้านคน การเติบโตทางเศรษฐกิจหรือจีดีพีขยายตัว 9% ต่อปี อีกทั้งมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 3 ของเอเชีย รองจากญี่ปุ่นและจีน

“อินเดียเป็นตลาดผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่และขยายตัวทุกปี ผู้ส่งออกควรศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคให้ลึกซึ้ง โดยเดินทางไปสำรวจตลาดด้วยตนเอง เพราะต้นทุนเดินทางและที่พักไม่สูงนัก” นายชวลิต กล่าว

สินค้าที่ตลาดอินเดียต้องการ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ พลาสติก ผ้าฝ้าย เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ เครื่องสำอาง อัญมณีและเครื่องประดับ ยางและผลิตภัณฑ์ยาง

นายอนุสรณ์ มุทราธิศ กรรมการบริหาร บริษัท เดลต้า อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) กล่าวว่า บริษัทเริ่มเข้าไปตลาดอินเดียในปี 2547 ซึ่งมียอดขาย 19 ล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 308 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2552

บริษัทได้นำชิ้นส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เข้าไปประกอบในอินเดีย ซึ่งได้ตั้งโรงงานอยู่ที่นั่น เพราะหากนำเข้าชิ้นส่วนและอุปกรณ์สำเร็จรูปไปประกอบไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า

นอกจากนี้ ยังมีแผนที่จะใช้โรงงานในอินเดียตอนใต้เป็นฐานการผลิตสินค้าส่งไปจำหน่ายยังประเทศจีนด้วย

ด้านนายพนชัย วีระมาน กรรมการผู้จัดการ บริษัท มาสเตอร์คูล อินเตอร์เนชั่นแนล กล่าวว่า ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่จะส่งสินค้าสำเร็จรูปเข้าไปจำหน่าย ควรศึกษาว่าจะสามารถใช้ประโยชน์ได้จากข้อตกลงเอฟทีเอไทย-อินเดียได้บ้าง หลังจากนั้นจึงเริ่มศึกษาตลาด

ขณะที่นายภาสิต พุ่มชูศรี ทูตพาณิชย์ประจำกรุงมอสโก ประเทศรัสเซีย กล่าวว่า รัสเซียได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจโลกน้อยกว่าประเทศอื่นๆ ทำให้สามารถรองรับการส่งออกสินค้าจากไทยได้

สำหรับปี 2551 ที่ผ่านมา การส่งออกสินค้าจากไทยไปรัสเซียมีมูลค่า 954 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งปี 2552 ได้ตั้งเป้าว่าจะเพิ่มเป็น 1,250 ล้านเหรียญสหรัฐ

พร้อมกันนี้จะมีการจัดกิจกรรมหลายรูปแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกและการค้าระหว่างกัน เช่น เชิญชวนให้ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้า จัดคณะผู้แทนการค้า พบปะนักธุรกิจระหว่าง 2 ประเทศ และการจับคู่ทางธุรกิจ

สินค้าที่รัสเซียต้องการ ได้แก่ อาหาร ของตกแต่งบ้าน เครื่องปรับอากาศ ผลิตภัณฑ์ยาง ชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า

---

ที่มา: โพสต์ทูเดย์ (24 กุมภาพันธ์ 2552)