

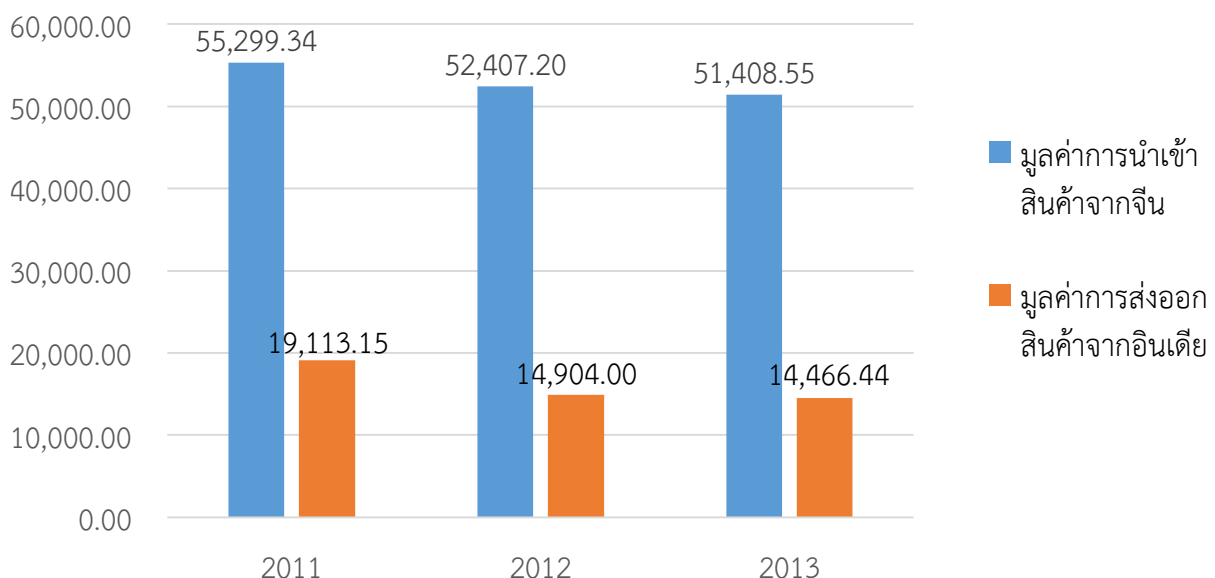
พ่อค้าอินเดียทะลักบุกซื้อสินค้าจากเมืองอู่ของจีน

ในปี 2013 มีนักธุรกิจชาวอินเดียถึง 360,000 คนเดินทางไปเลือกซื้อสินค้าที่เมืองอู่ (Yiwu) ซึ่งเป็นตลาดค้าส่งที่ใหญ่ที่สุดในโลกของจีนและมีสินค้าจำหน่ายมากถึง 1.8 ล้านรายการ ทั้ๆในปี 2011 ปรากฏว่ามีนักธุรกิจชาวอินเดียเดินทางไปเลือกซื้อสินค้าที่เมืองอู่เพียง 40,000 คนเท่านั้น นอกจากนี้ ยังมีสำนักงานตัวแทนของบริษัทอินเดียตั้งอยู่ที่เมืองอู่ถึง 34 สำนักงานและมีคู่ค้ากว่า 233 บริษัท ทั้ๆยังมีนักธุรกิจชาวอินเดียจำนวนกว่า 1,089 คนอาศัยอยู่ที่เมืองอู่อีกด้วย โดยในปีนี้ประเทศอินเดียเป็นประเทศที่นำเข้าสินค้าจากเมืองอู่มากเป็นอันดับที่สองรองจากประเทศสหรัฐอเมริกาด้วยมูลค่าการซื้อขายที่ 780 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

การเพิ่มขึ้นของนักธุรกิจชาวอินเดียที่เดินทางไปเลือกซื้อสินค้าที่เมืองอู่ส่งผลให้มีสินค้าจากประเทศจีนจำนวนมากวางจำหน่ายในประเทศอินเดีย ทั้ๆยังได้รับความนิยมจากชาวอินเดียมากขึ้นแม้ว่าในอดีตชาวอินเดียค่อนข้างจะรังเกียจสินค้าจากประเทศจีนก็ตาม เนื่องจากสินค้ามีราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศอินเดีย นอกจากนี้ นักธุรกิจอินเดียยังไปจัดตั้งสาขาเพื่อเลือกซื้อสินค้าจากเมืองอู่แล้วทำการส่งออกไปยังประเทศที่สามในกลุ่มประเทศอ่าวในตะวันออกกลาง ทวีปอเมริกากลาง ทวีปอเมริกาใต้ และทวีปแอฟริกาอีกด้วย ทั้ๆนี้ เมืองอู่ประสบความสำเร็จในการเป็นศูนย์กลางทางการค้าที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีพื้นที่กว่า 5.5 ล้านตารางกิโลเมตร และมีร้านค้าทั้งหมด 750,000 ร้านค้า ซึ่งต้องใช้เวลาลถึง 1 ปีสำหรับคนหนึ่งคนในการเดินชมสินค้าให้ครบทุกร้าน

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณามูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนโดยประเทศอินเดียย้อนหลังจะพบว่ามูลค่าการนำเข้าสินค้าโดยรวมกลับลดลงอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีนักธุรกิจชาวอินเดียเดินทางไปเลือกซื้อสินค้าที่เมืองอู่เพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2013 ก็ตาม โดยในปี 2011 อินเดียนำเข้าจากจีนเป็นมูลค่าทั้งหมด 55,299.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ปี 2012 มีมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด 52,407.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และปี 2013 มีมูลค่าการนำเข้าทั้งสิ้น 51,408.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยอินเดียเป็นฝ่ายขาดดุลการค้ามาโดยตลอด

กราฟแสดงมูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้านระหว่างประเทศอินเดียและประเทศจีน ปี 2011-2013



จากสถิติการนำเข้าสินค้าจากจีนของอินเดียทำให้เห็นได้ชัดว่าการที่นักธุรกิจจีนเดินทางเข้าไปเลือกซื้อสินค้าจีนที่เมืองอู่จี้จำนวนมากไม่ได้ส่งผลต่อตัวเลขการนำเข้าสินค้าจีนไปยังอินเดียเลย ทั้งนี้ เป็นเพราะว่า

1. นักธุรกิจอินเดียส่วนใหญ่เข้าไปเลือกซื้อสินค้าจีนในลักษณะกองทัพมด คือ ซื้อแล้วถือติดตัวขนเข้าประเทศอินเดียเอง ลักษณะเดียวกับการเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ศูนย์การค้าแพลตตินั่มหรือตลาดประตูน้ำที่เป็นที่นิยมกันมากในกลุ่มผู้ค้าอินเดีย
2. มีการร่วมมือกับพ่อค้าจีนในการจัดทำเอกสารเพื่อแจ้งราคาสินค้าต่ำกว่าความเป็นจริง (Under Invoicing) เพื่อจะชำระอากรขาเข้าให้น้อยลง
3. มีนักธุรกิจอินเดียจำนวนมากเข้าไปจัดตั้งสำนักงานตัวแทนเพื่อเลือกหาสินค้าแล้วทำการส่งออกไปยังประเทศที่สาม

อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่าชาวอินเดียที่เคยรังเกียจสินค้าจีนว่าเป็นสินค้าคุณภาพต่ำและไม่น่าเชื่อถือ ปัจจุบันกลับนิยมสินค้าจีนมากขึ้น เนื่องจากราคาถูกกว่าสินค้าของประเทศอื่นรวมทั้งสินค้าของอินเดียเองด้วยเพราะชาวอินเดียเป็นผู้ซื้อที่มีความอ่อนไหวต่อราคาสูง ประกอบกับสินค้าจากประเทศจีนมีความหลากหลายและเริ่มมีคุณภาพดีขึ้นด้วย

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ

7 พฤษภาคม 2014

จัดทำโดย: นายกิตติพร โตเจริญโชค

นักศึกษาฝึกงานจากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์