



อินเดียวางแผนจะสร้างศูนย์กลางการส่งออก อีคอมเมิร์ซ 50 แห่ง



แหล่งที่มา: Mint

อินเดียได้มีการดำเนินโครงการหนึ่งอำเภอ หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One District One Product: ODOP) ซึ่งจุดตั้งต้นมาจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของไทย โดยมีแนวคิดที่จะคัดเลือก สร้างแบรนด์ และส่งเสริมผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์จากแต่ละอำเภอของประเทศ เพื่อให้เศรษฐกิจและสังคมในทุกภูมิภาคเกิดการเติบโตแบบองค์รวม

โครงการ ODOP ของอินเดียได้ถูกรวมเข้ากับหน่วยงาน Districts as Export Hubs (DEH) โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ ต้องการสร้างช่องทางที่มีศักยภาพจากอัตลักษณ์ที่หลากหลายของแต่ละอำเภอในประเทศเพื่อทำให้เป็นศูนย์กลางการส่งออก จึงมีการจัดเตรียมแผนปฏิบัติการเพื่อจำแนกสินค้าและบริการสำหรับต่างประเทศ รวมถึงการจัดทำแผนเฉพาะสำหรับสนับสนุนผู้ส่งออกและผู้ผลิตท้องถิ่น การผลิตในปริมาณที่เพียงพอและได้คุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่มีศักยภาพในต่างประเทศ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่บรรดาผู้ผลิตในการส่งออกสินค้า/บริการ แก้ไขปัญหาคอขวดของโครงสร้างพื้นฐาน ช่องว่างของห่วงโซ่อุปทาน การเข้าถึงตลาด และส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของส่งออกเพิ่มขึ้น

ดังนั้น รัฐบาลอินเดียจึงเสนอให้มีการจัดตั้งศูนย์กลางการส่งออกอีคอมเมิร์ซที่ให้บริการในเรื่องของพิธีการขาออก คลังสินค้า พิธีการศุลกากร กระบวนการส่งคืนสินค้า และการจัดการสินค้า เพื่อให้ธุรกิจขนาดเล็ก โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงช่างฝีมือท้องถิ่น สามารถเตรียมการและดำเนินการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตน ออกสู่ตลาดต่างประเทศได้ ทั้งนี้ นอกเหนือจากการอำนวยความสะดวกด้านการส่งออกแล้ว ศูนย์เหล่านี้ยังช่วยจัดการประเด็นเรื่อง re-import ด้วย เนื่องจากร้อยละ 25 ของตลาดอีคอมเมิร์ซ เป็นสินค้าประเภท re-import

โดยปัจจุบัน อินเดียมีการส่งออกผ่านช่องทางลักษณะนี้ คิดเป็นมูลค่าเพียง 5 พันล้านเหรียญสหรัฐต่อปี เมื่อเทียบกับจีน ซึ่งมีการส่งออกเป็นมูลค่าถึง 3 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ทำให้อินเดียมองว่าตลาดยังมีศักยภาพที่จะเพิ่มการส่งออกให้มีมูลค่าถึง 0.5 - 1 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ได้อีกไม่กี่ปีข้างหน้า สอดคล้องกับรายงานของ Global Trade Research Initiative (GTRI) ที่กล่าวว่า การส่งออกอีคอมเมิร์ซของอินเดียจะมีมูลค่าถึง 3.5 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2573 อย่างไรก็ตาม ยังมีอุปสรรคบางประการที่อาจขัดขวางการเติบโตของตลาด อาทิ ประเด็นด้านการเงินการธนาคาร และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (operational costs) ที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

การพัฒนาการจัดตั้งศูนย์กลางการส่งออกอีคอมเมิร์ซ

กระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมของอินเดียกำลังอยู่ระหว่างดำเนินการตามแผนจัดตั้งศูนย์กลางการส่งออกอีคอมเมิร์ซจำนวน 50 แห่ง ภายใต้รูปแบบการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในกิจการของรัฐ (public-private partnerships: PPP) ภายใน 5 ปีข้างหน้า โดยในปีงบประมาณปัจจุบัน มีแผนที่จะจัดตั้ง จำนวน 10 แห่ง เพื่อเร่งการส่งออกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการส่งออก ลดปัญหาคอขวดด้านโลจิสติกส์ สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนสนับสนุนการเข้าถึงตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยศูนย์กลางการส่งออกเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถขายสินค้าให้กับผู้รวบรวมสินค้า (aggregators) ซึ่งเป็นผู้ช่วยดำเนินการแสวงหาตลาดให้กับสินค้าได้

แผนสำหรับอนาคต

- รัฐบาลอยู่ระหว่างจำแนกโซนหลักในการพัฒนาศูนย์กลางการส่งออกเหล่านี้ รวมถึงกำลังสำรวจความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์ดังกล่าวในทุกรัฐ และดินแดนสหภาพ
- รัฐบาลต้องวางแนวทางการดำเนินงานที่ทำให้มั่นใจได้ว่าทุกหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะเดินหน้าไปในทิศทางเดียวกันในการดูแลรักษาความปลอดภัย การจัดเก็บรายได้ การอำนวยความสะดวกทางการค้า และหลักประกันด้านสุขภาพและความปลอดภัย
- รัฐบาลจะจัดหาสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินพิธีการศุลกากร ณ ศูนย์กลางการส่งออกสำหรับสินค้าอีคอมเมิร์ซ โดยจะพัฒนาให้ทุกศูนย์ดำเนินการภายใต้รูปแบบ plug-and-play mode
- นอกจากนี้ รัฐบาลอินเดียยังเปิดให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ ร้อยละ 100 ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซแบบ B2B และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

บทสรุป/ข้อคิดเห็น

การจัดตั้งศูนย์กลางการส่งออกอีคอมเมิร์ซของอินเดียมีจุดเริ่มต้นมาจากเจตนาที่ต้องการพัฒนาสินค้าประจำถิ่นภายใต้โครงการ ODOP ให้สามารถส่งออกสู่ตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงริเริ่มที่จะจัดตั้งศูนย์กลางการส่งออกอีคอมเมิร์ซเพื่อให้เป็นแหล่งซื้อขายและรวบรวมสินค้าเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ โดยมีกลไกที่ช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตรายย่อยให้สามารถส่งออกต่างประเทศได้โดยดำเนินการผ่านผู้รวบรวมสินค้า (aggregators) ซึ่งกลไกดังกล่าวจะช่วยลดปัญหาการสั่งซื้อปริมาณขั้นต่ำเพื่อทดลองตลาดในช่วงต้นของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากมีตัวกลางที่สามารถรวบรวมสินค้าจากผู้ขายหลายรายเพื่อส่งต่อให้ผู้นำเข้าในต่างประเทศได้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตรายย่อยของอินเดียได้มีโอกาสเริ่มต้นธุรกิจการส่งออกไปยังต่างประเทศ และเป็นผลให้การส่งออกของอินเดียเกิดการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต

ในทางกลับกัน การส่งออกผ่านผู้รวบรวมสินค้านับเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับการส่งออกสินค้าไทยมายังตลาดอินเดีย รวมถึงศรีลังกา และมัลดีฟส์ เช่นเดียวกัน โดยหากไทยมีผู้ประกอบการธุรกิจประเภทผู้รวบรวมสินค้าในการส่งออกมายังตลาดดังกล่าวจะช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถบุกเจาะตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากลักษณะการเจรจาธุรกิจและสั่งซื้อสินค้าล็อตแรกของนักธุรกิจอินเดีย รวมถึงศรีลังกา และมัลดีฟส์ มักมีการสั่งซื้อในปริมาณที่ไม่มาก แต่ต้องการรวบรวมสินค้าไทยจากหลายๆ บริษัทให้จัดส่งมาพร้อมกัน เพื่อนำมาทดลองจำหน่ายในตลาดในช่วงต้น โดยหากได้รับการตอบรับที่ดีก็จะสั่งซื้อในปริมาณมากขึ้นในล็อตถัดไป ดังนั้น หากมีผู้รวบรวมสินค้ามาให้บริการจัดส่งสินค้าดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถสร้างเครือข่ายพันธมิตรใหม่ๆ และมีช่องทางในการขยายการส่งออกสู่ตลาดอินเดีย รวมถึงศรีลังกา และมัลดีฟส์ เพิ่มมากขึ้น

แหล่งที่มา:

- ‘India plans to build 50 e-commerce export hubs’, Mint, 21 August 2024 (www.livemint.com)
- ‘One District One Product- Districts as Export Hubs (ODOP-DEH) initiative’, PIB Delhi, 08 February 2023 (<https://pib.gov.in/>)
- ‘Govt proposes to set up e-commerce hubs to promote exports in PPP mode’, Business Standard, 23 July 2024 (www.business-standard.com)