

ข้อมูลประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมการสัมมนา และการส่งออกสินค้า/ลงทุนในประเทศอินเดีย

1. โอกาส

1.1 นโยบายรัฐบาลอินเดียมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเพื่อ 1) รองรับปริมาณความต้องการภายในประเทศที่เพิ่มขึ้น 2) ส่งออกสินค้าไปยังตลาดโลก และ 3) สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรซึ่งมีปริมาณมหาศาล ปัจจุบัน รัฐบาลอินเดียอนุญาตให้มีสัดส่วนการลงทุนต่างชาติ 100% ในสาขาอาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์นม เนื้อสัตว์ และอาหารทะเล โดยมีเงื่อนไขบางประการ เช่น ผู้ประกอบการต้องได้รับใบอนุญาตประกอบการลงทุนอุตสาหกรรมในอินเดีย และการกำหนดเพดานสัดส่วนการลงทุนต่างชาติ ฯลฯ

1.2 อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในอินเดียมีสัดส่วนการผลิต บริโภคและส่งออกเป็นลำดับที่ 5 เมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรมอื่น โดยคิดเป็น 7% เมื่อเทียบกับอัตราเติบโตของ GDP ประเทศ โดยกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมอินเดียคาดการณ์ว่าในปี 2020 อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอินเดียจะมีมูลค่า 65,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ด้วยปัจจัยหลายประการซึ่งเกื้อหนุนให้การบริโภคอาหารแปรรูปมีปริมาณสูงขึ้น อาทิ สัดส่วนประชากรที่มีฐานะปานกลางมีจำนวนมากขึ้น ชาวอินเดียที่อาศัยในเมืองใหญ่มีวิถีชีวิตที่ทันสมัย และรสนิยมการบริโภคที่มีความเป็นสากลมากขึ้น การปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตเป็นครอบครัวเดี่ยว เป็นต้น

1.3 อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปไทยมีศักยภาพและความเชี่ยวชาญสูง ผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในตลาดอินเดียพอสมควร ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรศึกษาการนำเข้าและผลไม้น้ำผลไม้ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผลิตภัณฑ์นม เครื่องปรุงรส ขนมขบเคี้ยว และอาหารพร้อมรับประทาน หรืออาจพิจารณาศึกษาความเป็นไปได้ในการร่วมทุน/ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เช่น เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ การขนส่งอาหาร ระบบห่วงโซ่ความเย็น ฯลฯ

1.4 ถึงแม้จะได้ชื่อว่ามีระดับการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานน้อยกว่าภูมิภาคอื่น อย่างไรก็ตาม ภูมิภาคเบงกอลตะวันตก ได้เปรียบภูมิภาคอื่นในด้านที่ตั้งซึ่งใกล้กับไทยมากที่สุด มีเส้นทางขนส่งสินค้าทั้งทางอากาศและน้ำ ประชากรมีความหลากหลายทั้งด้านศาสนาและรสนิยมการบริโภค

2. ความท้าทาย

2.1 อุปสรรคด้านกฎระเบียบสำหรับผู้ส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปไปยังอินเดียมีหลายประการ เช่น กำแพงภาษีที่ค่อนข้างสูงสำหรับสินค้าในหมวดอาหารแปรรูปหลายรายการ ถึงแม้รัฐบาลอินเดียจะพยายามปฏิรูปอย่างต่อเนื่อง (สามารถหาข้อมูลอัตราภาษีประเภทต่างๆ ในเบื้องต้นได้จากเว็บไซต์หน่วยงาน Central Board of Excise and Customs: www.cbec.gov.in/customs/cst2013-14/cst1314-idx.htm) ในส่วนของการลงทุนตั้งฐานผลิตสินค้าบางชนิด รัฐบาลอินเดียยังคงจำกัดสัดส่วนของสินค้าที่อนุญาตให้จำหน่ายในประเทศ ระเบียบการจดทะเบียนและขอใบอนุญาตแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ (สามารถหาข้อมูล

กฎระเบียบการลงทุนต่างชาติของรัฐบาลกลางได้จากเว็บไซต์หน่วยงาน Department of Industrial Policy and Promotion: dipp.nic.in/English/Policies/FDI_Circular_2014.pdf) นอกจากนี้ ยังมีระเบียบย่อยที่ควรรู้ก่อนตัดสินใจเจาะตลาดอินเดีย อาทิ การกำหนดให้ระบุราคาและประเภทอาหารว่าเป็นมังสวิวัตินหรือไม่ลงในฉลากสินค้า เป็นต้น

2.2 ผู้ประกอบการไทยที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กและกลางอาจต้องแข่งขันกับคู่แข่งอินเดียหรือบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่ได้เข้าไปประกอบธุรกิจ/ลงทุนอยู่ก่อนหน้า ซึ่งสินค้าของบริษัทเหล่านี้เป็นที่รู้จักมีฐานลูกค้ามั่นคง และมีส่วนแบ่งในตลาดค่อนข้างสูง

2.3 สาธารณูปโภคพื้นฐานและถนนหนทางในพื้นที่ต่างจังหวัดยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร

2.4 รสนิยมการบริโภคของชาวอินเดียส่วนใหญ่และความเชื่อด้านศาสนาอาจเป็นข้อจำกัดสำหรับสินค้าอาหารแปรรูปบางประเภทและอาจต้องอาศัยเวลาในการเจาะตลาด เช่น ความเชื่อว่ามีเป็นสัตว์สกปรกไม่นิยมนำมารับประทาน ความนิยมในการรับประทานผลไม้สดมากกว่าผลไม้กระป๋อง ฯลฯ

ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการไทย (ทั้งที่ประสงค์จะลงทุนหรือส่งออกสินค้าไปยังอินเดีย) จะมองเห็นโอกาสซึ่งมีอยู่มากมาย แต่ก็จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลให้ถี่ถ้วนและสำรวจความพร้อมของตน ก่อนที่จะตัดสินใจเจาะตลาดอินเดีย โดยอาจดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไปที่ละขั้นตอน เพื่อลดความเสี่ยงในการประสพภาวะขาดทุน เช่น ผู้ที่ต้องการส่งออกสินค้ามาจำหน่ายในอินเดีย ควรจะ 1)สำรวจพฤติกรรมและสัดส่วนผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย 2)ศึกษาสินค้าคู่แข่งที่มีวางจำหน่ายในตลาด 3)ศึกษาเส้นทางการขนส่ง ระบบการจัดเก็บและสต็อกสินค้า ในขณะที่ผู้ที่ต้องการลงทุนตั้งฐานการผลิต อาจพิจารณา 1) ศึกษากรณีตัวอย่างจากบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการเจาะตลาดอินเดีย 2) หยั่งเชิงโดยการส่งตัวอย่างสินค้ามาจำหน่าย เป็นต้น