ความคืบหน้าเปิดเสรีค้าปลีกอินเดีย

หลังจากที่รัฐบาลอินเดีย โดยกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมอินเดียได้ประกาศเปิดเสรีค้าปลีกสำหรับธุรกิจต่างชาติประเภท Single Brand โดยมีประกาศอนุญาตให้บริษัทค้าปลีกต่างชาติสามารถถือหุ้นได้ถึง 100% ตั้งแต่วันที่ 10 มกราคม 2555 ที่ผ่านมา ด้วยการออกหนังสือเวียนฉบับที่ 1/2012 (Circular 1/2012) แก้ไขกฎระเบียบเกี่ยวกับการลงทุนจากต่างชาติในธุรกิจค้าปลีกประเภท Single Brand ในหนังสือเวียนฉบับที่ 2/2011 (Circular 2/2011) อนุญาตให้บริษัทค้าปลีกต่างชาติสามารถเข้าไปลงทุนถือหุ้นในธุรกิจค้าปลีกประเภท Single Brand ในประเทศอินเดียได้ 100% แต่บริษัทฯ จะต้องได้รับการอนุมัติโดยผ่านช่องทางรัฐบาลเท่านั้น โดยมีเงื่อนไข ดังนี้

1. การลงทุนจากต่างประเทศ (FDI) ในธุรกิจค้าปลีกประเภท Single Brand ในประเทศอินเดียจะต้องมุ่งเน้นในด้านการผลิตและการตลาด การพัฒนาให้สินค้ามีเพียงพอสำหรับผู้บริโภค กระตุ้นให้มีการจัดซื้อจัดหาสินค้าจากในประเทศอินเดีย รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัทอินเดียโดยช่วยให้บริษัทอินเดียเหล่านี้สามารถเข้าถึงการออกแบบระดับโลก เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ

2. การลงทุนจากต่างประเทศ (FDI) ในธุรกิจค้าปลีกประเภท Single Brand ในประเทศอินเดียจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขต่อไปนี้

2.1 สินค้าที่จะจำหน่ายจะต้องเป็นสินค้าที่เป็นตรายี่ห้อเดียว (Single Brand) เท่านั้น

2.2 สินค้าที่จะจำหน่ายจะต้องเป็นตรายี่ห้อเดียวกันทั่วโลก นั่นคือ สินค้าดังกล่าวที่วางจำหน่ายในประเทศอินเดียจะต้องเป็นตรายี่ห้อเดียวกับที่วางจำหน่ายในประเทศอื่น ๆด้วย

2.3 สินค้าที่จะจำหน่ายครอบคลุมเฉพาะสินค้าที่ผลิตขึ้นสำหรับตรายี่ห้อนั้น ๆเท่านั้น

2.4 บริษัทค้าปลีกต่างชาติจะต้องเป็นเจ้าของตรายี่ห้อนั้นเอง

2.5 บริษัทค้าปลีกต่างชาติที่ลงทุนถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 51 จะต้องจัดซื้อ/จัดหาสินค้าจากอุตสาหกรรมขนาดย่อม/อุตสาหกรรมครอบครัว/อุตสาหกรรมพื้นบ้านของอินเดียอย่างน้อยร้อยละ 30 ของมูลค่าสินค้าที่จำหน่าย ทั้งนี้ อุตสาหกรรมขนาดย่อมหมายถึงอุตสาหกรรมที่มีเงินลงทุนในโรงงานและเครื่องจักรไม่เกิน 1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยคิดจากมูลค่าเมื่อทำการติดตั้งในครั้งแรกและไม่หักค่าเสื่อมราคา อย่างไรก็ตาม เมื่อใดที่มูลค่าการลงทุนเกิน 1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ บริษัทนั้น ๆ จะต้องพ้นจากสถานะของอุตสาหกรรมขนาดย่อมไป กระบวนการดังกล่าวจะเป็นกระบวนการรับรองตนเอง (Self Certification) ของอุตสาหกรรมขนาดย่อม โดยจะมีการสุ่มตรวจโดยหน่วยงานตรวจสอบเป็นระยะ ๆ

3. บริษัทค้าปลีกต่างชาติที่ประสงค์จะเปิดธุรกิจค้าปลีกประเภท Single Brand ในประเทศอินเดียโดยถือหุ้น 100% จะต้องยื่นคำขอผ่าน Secretariat for Industrial Assistance สังกัดกรมนโยบายและส่งเสริมอุตสาหกรรม (Department of Industrial Policy and Promotion) โดยในการยื่นคำขออนุญาตจะต้องระบุสินค้าและประเภทสินค้าที่จะจำหน่ายภายใต้ Single Brand ให้ชัดเจนเพื่อให้รัฐบาลอนุมัติต่อไป

4. กระบวนการพิจารณาคำขออนุญาตจะดำเนินการโดยกรมนโยบายและส่งเสริมอุตสาหกรรม (Department of Industrial Policy and Promotion) เพื่อพิจารณาว่าสินค้าที่ขออนุญาตจำหน่ายนั้นเป็นไปตามแนวทางในประกาศของรัฐบาลหรือไม่ ก่อนที่จะส่งต่อให้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ (FIPB: Foreign Investment Promotion Board) พิจารณาต่อไป

<u>บริษัทค้าปลีกประเภทอาหารและเครื่องดื่มเริ่มทะยอยเข้าตลาด</u>

นโยบายเปิดเสรีค้าปลีกประเภท Single Brand ดังกล่าว ได้รับความสนใจจากบริษัทค้าปลีกต่างชาติเป็นอย่างมากเนื่องจากอินเดียเป็นตลาดใหญ่และมีศักยภาพ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่รัฐบาลอินเดียประกาศอนุญาตให้บริษัทต่างชาติสามารถถือหุ้นในธุรกิจค้าปลีกประเภท Single Brand ได้ถึง 100% มาตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 เป็นต้นมา ปรากฏว่าเริ่มมีบริษัทค้าปลีกต่างชาติทะยอยกันเข้าตลาดอินเดียแล้ว แต่ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทค้าปลีกประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่เป็น Chain ระดับโลก ได้แก่ Starbuck Coffee, Dunkin' Donuts และ Krispy Kreme ซึ่งที่คึกคักมากจะเป็นร้านโดนัท เนื่องจากผู้บริโภคอินเดียนิยมบริโภคอาหารประเภทแป้งและน้ำตาลอยู่แล้ว ประกอบกับอินเดียเป็นประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตของผู้บริโภควัยเด็กสูง ด้วยปัจจัยสำคัญเหล่านี้ทำให้บริษัทค้าปลีกประเภทอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะร้านโดนัททะยอยเข้าตลาดอินเดียกันอย่างคึกคัก

1) **<u>Dunkin' Donuts</u>** เริ่มเข้าตลาดอินเดียเป็นเจ้าแรกโดยร่วมมือกับบริษัท Jubilant FoodWorks ซึ่งเป็น Franchisee ของ Domino's Pizza ในอินเดียอยู่แล้ว ได้ลงทุนเบื้องต้นเป็นเงิน 120 ล้านรูปี (ประมาณ 76 ล้านบาท) เพื่อเปิดร้าน Dunkin' Donuts อย่างน้อย 10 สาขา สำหรับในปี 2555-2556 โดยในระยะแรกจะเน้นเปิดสาขาเฉพาะในเขตกรุงนิวเดลีและปริมณฑล (NCR: National Capital Region) ทั้งนี้ ได้เปิดให้บริการไปแล้ว 3 สาขา รวมทั้งยังลงทุนอีก 90 ล้านรูปี (ประมาณ 54 ล้านบาท) สำหรับการวิจัยและพัฒนา และสร้างโรงงานที่เมือง Noida หลังจากนั้นจึงจะขยายการเปิดสาขาไปยังภูมิภาคอื่น ๆของประเทศ ซึ่งบริษัทฯ มีแผนที่จะขยายสาขาให้ได้จำนวน 100 สาขาทั่วประเทศอินเดียภายในปี 2560

2) **<u>Krispy Kreme</u>** โดนัทชื่อดังของอเมริกาก็เริ่มเข้าตลาดอินเดียแล้วเช่นกัน โดยได้ร่วมทุนกับบริษัท Bedrock Food Company ซึ่งเป็น Franchisee ของร้านแซนด์วิช Subway จำนวน 185 สาขา ในเขตทางเหนือ ตะวันตก และใต้ของอินเดียอยู่แล้ว มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงนิวเดลี มีแผนจะเปิดร้าน Krispy Kreme สาขาแรกภายในปีนี้ และคาดว่าจะสามารถขยายสาขาเป็น 35 สาขาภายในปี 2560 โดยบริษัท Bedrock Food Company ได้รับสิทธิในการเปิดร้าน Krispy Kreme เฉพาะในเขตทางเหนือของอินเดียเท่านั้น ส่วนเขตพื้นที่ทางใต้และตะวันตกของอินเดีย บริษัท Krispy Kreme ได้ร่วมมือกับอีกบริษัทหนึ่ง คือ บริษัท City Max Hotels ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของกลุ่มบริษัทค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดกลุ่มหนึ่งจากดูไบ คือ กลุ่มบริษัท Landmark Group ได้ตกลงที่จะเปิดร้าน Krispy Kreme จำนวน 80 สาขาในเขตพื้นที่ทางใต้และตะวันตกของอินเดียภายในปี 2560

3) **Starbucks** ตัดสินใจหวนคืนเข้ามาร่วมทุนอีกครั้งกับบริษัทใหญ่ของอินเดียรายใหม่ คือ กลุ่มบริษัท Tata โดยถือหุ้นเท่ากันในสัดส่วน 50:50 หลังจากที่เคยพยายามจับมือกับบริษัทแฟรนไชส์ของอินโดนีเซียและกลุ่มบริษัท Future Group ยักษ์ใหญ่ค้าปลีกของอินเดียมาแล้วครั้งหนึ่งแต่ไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากความล่าช้าและการทุจริตในระบบราชการของอินเดีย เลยยกเลิกโครงการไปเมื่อปี 2550 แต่หลังจากที่รัฐบาลอินเดียประกาศเปิดเสรีค้าปลีกสำหรับบริษัทต่างชาติประเภท Single Brand ให้สามารถถือหุ้นได้ถึง 100% ตั้งแต่วันที่ 10 มกราคม 2555 ที่ผ่านมา จากที่เคยอนุญาตให้ถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 51 บริษัท Starbucks ก็ตัดสินใจกลับเข้ามาตลาดอินเดียอีกครั้งหนึ่ง โดยหวังอาศัยความยิ่งใหญ่และความเป็นเจ้าถิ่นของกลุ่มบริษัท Tata เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในตลาดอินเดีย

การร่วมทุนครั้งนี้ บริษัท Starbucks กับกลุ่มบริษัท Tata เริ่มต้นด้วยเงินลงทุนประมาณ 1,000-1,500 ล้านรูปี (ประมาณ 600-900 ล้านบาท) ในปีแรก และเตรียมพร้อมที่จะขยายการลงทุนในอินเดียเป็นเงินอีกประมาณ 5,500 ล้านรูปี (ประมาณ 3,300 ล้านบาท) ในอีก 2-3 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ Starbucks มีแผนที่จะเปิดร้านจำนวน 40 สาขาภายในเดือนธันวาคม 2555 นี้ โดยครึ่งหนึ่งจะเปิดในโรงแรมหรูและที่เหลือจะเปิดในศูนย์การค้าที่ทันสมัยและถนนสายหรูในเมืองสำคัญของอินเดีย ซึ่งน่าจะเริ่มทะยอยเปิดได้ตั้งแต่เดือนกันยายนเป็นต้นไป อนึ่ง ขณะนี้กลุ่มบริษัท Tata ซึ่งดำเนินธุรกิจหลายอย่างได้เตรียมสถานที่เปิดร้านกาแฟ Starbucks ไว้แล้วตามเมืองสำคัญของอินเดีย คือ นิวเดลีและปริมณฑล มุมไบ บังคาลอร์ และเจนไน โดยคาดว่าจะเปิดร้านกาแฟประมาณเมืองละ 3-4 สาขาก่อน เริ่มจากมุมไบแล้วจึงขยายไปนิวเดลีและปริมณฑล ตามด้วยบังกาลอร์และเจนไน ตามลำดับ ซึ่งร้านกาแฟที่จะเปิดในโรงแรมก็จะเปิดในโรงแรมของกลุ่มบริษัท Tata คือ เครือโรงแรม Taj Mahal

ยักษ์ใหญ่เฟอร์นิเจอร์จากสวีเดนยังคงต่อรอง

สำหรับบริษัท IKEA ยักษ์ใหญ่เฟอร์นิเจอร์จากสวีเดน ซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ประเภท Single Brand ที่สนใจจะเข้าไปลงทุนในตลาดอินเดียมาหลายปีแล้ว เนื่องจากตลาดเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านในอินเดียมีมูลค่ามหาศาลถึง 925,000 ล้านรูปีต่อปี (ประมาณกว่า 600,000 ล้านบาท) โดยสัดส่วนของธุรกิจค้าปลีกที่เป็นระบบ (Organized Retails) ในอินเดียยังมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ต่ำกว่าร้อยละ 5 โดยที่เหลือจะเป็นมูลค่าการจำหน่ายปลีกในธุรกิจค้าปลีกที่ยังไม่เป็นระบบ (Unorganized Retails) หรือที่เรียกว่า Kirana Shops ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็กแบบดั้งเดิมของอินเดีย โดย IKEA หวังว่า หากเข้าตลาดอินเดียได้จะสามารถช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดจากธุรกิจค้าปลีกที่ยังไม่เป็นระบบเหล่านี้ได้อีกมหาศาล ทั้งนี้ ในอดีตที่ผ่านมา IKEA ได้ใช้ความพยายามอย่างมากที่จะเรียกร้องให้รัฐบาลอินเดียผ่อนคลายกฎระเบียบการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น แต่ดูเหมือนว่าความพยายามต่าง ๆจะไร้ผล และความล่าช้าในการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาของรัฐบาลอินเดียก็ทำให้ IKEA ต้องประกาศยกเลิกการลงทุนมูลค่ากว่า 20,000 ล้านบาทไปในเดือนมิถุนายน 2552

หลังจากที่รัฐบาลอินเดียประกาศเปิดเสรีค้าปลีกครั้งใหม่เมื่อเดือนมกราคม 2555 ที่ผ่านมา IKEA ก็ได้กลับเข้าตลาดอินเดียอีกครั้ง โดยครั้งนี้มีเป้าหมายที่จะลงทุนเป็นเงินจำนวนมหาศาลถึง 105,000 ล้านรูปี (ประมาณ 63,000 ล้านบาท) แต่ IKEA ในฐานะยักษ์ใหญ่ค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ของโลกก็ยังต่อรองกับรัฐบาลอินเดียขอให้ผ่อนคลายหลักเกณฑ์ข้อบังคับบางข้อ ซึ่งประเด็นหลัก ก็คือ

"บริษัทค้าปลีกต่างชาติที่ลงทุนถือหุ้นเกินกว่า ร้อยละ 51 จะต้องจัดซื้อ/จัดหา สินค้าจากอุตสาหกรรมขนาดย่อม/อุตสาหกรรมครอบครัว/อุตสาหกรรมพื้นบ้านของอินเดียอย่างน้อย ร้อยละ 30 ของมูลค่าสินค้าที่จำหน่าย ทั้งนี้ อุตสาหกรรมขนาดย่อมหมายถึงอุตสาหกรรมที่มีเงินลงทุนในโรงงานและเครื่องจักรไม่เกิน 1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยคิดจากมูลค่าเมื่อทำการติดตั้งในครั้งแรกและไม่หักค่าเสื่อมราคา อย่างไรก็ตาม เมื่อใดที่มูลค่าการลงทุนเกิน 1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ บริษัทนั้น ๆ จะต้องพ้นจากสถานะของอุตสาหกรรมขนาดย่อมไป"

แม้ว่าบริษัท IKEA จะทำการจัดซื้อสินค้าจากอุตสาหกรรมขนาดย่อม/อุตสาหกรรมครอบครัว/ อุตสาหกรรมพื้นบ้านของอินเดียอยู่แล้ว แต่ก็ได้ขอต่อรองกับรัฐบาลอินเดีย ในเรื่องสัดส่วนอย่างน้อยร้อยละ 30 ที่ต้องจัดซื้อ/จัดหาจากอุตสาหกรรมขนาดย่อม/อุตสาหกรรมครอบครัว/อุตสาหกรรมพื้นบ้านของอินเดียที่มีเงินลงทุนไม่เกิน 1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามที่รัฐบาลอินเดียกำหนด โดยขอให้พิจารณาจากยอดจัดซื้อ/จัดหามูลค่าสะสมเป็นเวลา 10 ปีเริ่มจากวันที่ได้รับการอนุมัติจากรัฐบาลอินเดีย นอกจากนั้น สำหรับบริษัทที่เป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อม/อุตสาหกรรมครอบครัว/อุตสาหกรรมพื้นบ้านของอินเดียที่มีมูลค่าการลงทุนไม่เกิน 1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ นี้ เมื่อบริษัท IKEA ได้จัดซื้อ/จัดหาสินค้าจากบริษัทเหล่านี้ไประยะหนึ่ง บริษัทฯ เหล่านี้ก็อาจจะขยายตัวใหญ่ขึ้นทำให้มีเงินลงทุนเกิน 1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งบริษัท IKEA ได้เสนอว่าขอให้นำมูลค่าการจัดซื้อ/จัดหาจากบริษัทฯ เหล่านี้รวมอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 30 ต่อไปด้วย ซึ่งประเด็นข้อเรียกร้องของบริษัท IKEA ดังกล่าว รัฐบาลอินเดียโดยกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมอินเดีย ยังไม่มีท่าทีสนองตอบ เพียงแต่ระบุว่าจะมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติ (Guideline) ที่ชัดเจนต่อไปเท่านั้น

<u>ความคิดเห็นสำนักงานฯ</u>

การเปิดเสรีค้าปลีกสำหรับธุรกิจค้าปลีกต่างชาติโดยรัฐบาลอินเดีย จนถึงขณะนี้มีผลเฉพาะธุรกิจค้าปลีกประเภท Single Brand เท่านั้น ที่รัฐบาลอินเดียอนุญาตให้บริษัทต่างชาติถือหุ้นได้ถึง 100% ส่วนธุรกิจค้าปลีกประเภท Multi Brand รัฐบาลอินเดียยังไม่อนุญาตให้บริษัทต่างชาติเข้าไปทำธุรกิจในประเทศอินเดีย ทำให้ธุรกิจค้าปลีกต่างชาติประเภท Multi Brand อย่างเช่น Wal-Mart, Carefour, Tesco ฯลฯ ใช้วิธีหลีกเลี่ยงด้วยการเข้าตลาดอินเดียโดยการร่วมทุนกับบริษัทค้าปลีกท้องถิ่นของอินเดียเปิดธุรกิจค้าส่งประเภท Cash and Carry แทน ซึ่งรัฐบาลอินเดียอนุญาตให้บริษัทต่างชาติถือหุ้นได้ถึง 100% เช่นกัน อย่างไรก็ตาม สำนักงานฯ มีข้อสังเกต ดังนี้

- แม้ว่ารัฐบาลอินเดียจะอนุญาตให้บริษัทค้าปลีกต่างชาติสามารถถือหุ้นได้ถึง 100% ในธุรกิจค้าปลีกประเภท Single Brand และธุรกิจค้าส่งประเภท Cash and Carry แต่บริษัทต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในประเทศอินเดียก็ยังเลือกที่จะถือหุ้นในสัดส่วนน้อยกว่า 100% โดยยอมร่วมทุนกับบริษัทท้องถิ่นเพื่ออาศัยความเชี่ยวชาญของบริษัทท้องถิ่นในการดำเนินธุรกิจและการติดต่อกับภาคราชการของอินเดียซึ่งยังล้าหลังอยู่มากเป็นปัญหาอย่างมากในการติดต่อขออนุญาตต่าง ๆ

- สำหรับธุรกิจค้าปลีกประเภท Single Brand จากต่างประเทศที่กำลังเข้าตลาดอินเดียกันอย่างคึกคักจะเป็นธุรกิจประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เป็น Chain Stores เป็นหลัก โดยเฉพาะร้านกาแฟ ร้านอาหารฟาสต์ฟูด และร้านจำหน่ายโดนัท ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของชนชั้นกลางและผู้บริโภครุ่นเยาว์และวัยรุ่น ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศอินเดียในขณะนี้

- นอกจากนี้ บริษัทค้าปลีกต่างชาติ เช่น Starbucks ก็เลือกที่จะถือหุ้นเพียงร้อยละ 50 เพื่อจะได้ไม่ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเปิดเสรีค้าปลีกใหม่ ที่กำหนดเงื่อนไขให้บริษัทต่างชาติที่ถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 51 ขึ้นไปต้องจัดซื้อ/จัดหาสินค้าจากอุตสาหกรรมขนาดย่อม/อุตสาหกรรมครอบครัว/อุตสาหกรรมพื้นบ้านของอินเดียอย่างน้อยร้อยละ 30 ของมูลค่าสินค้าที่จำหน่าย และสามารถใช้ประโยชน์จากหุ้นส่วนในแง่การตลาด ความสัมพันธ์กับภาครัฐ รวมไปถึงทำเลในการเปิดร้านอีกด้วย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ
10 กันยายน 2555