



ภาพรวมตลาด ผลไม้ในอินเดีย 2556

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ณ เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย
วันที่ 25 มิถุนายน 2556

1. ภาพรวมตลาดผลไม้ในสาธารณรัฐอินเดีย

สาธารณรัฐอินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรประมาณ 1,200 ล้านคนซึ่งมากเป็นอันดับที่สองของโลก เศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตประมาณ 5-6% ต่อปีในปัจจุบัน โดยจากสถิติเมื่อปีพ.ศ.2554 ภาคการเกษตรยังเป็นภาคที่มีความสำคัญสำหรับเศรษฐกิจของประเทศซึ่งมีสัดส่วน 15% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ทั้งนี้ สาธารณรัฐอินเดียเป็นผู้เพาะปลูกผลไม้มากเป็นอันดับที่สองของโลกรองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีปริมาณผลผลิต 74,878,000 ตันต่อปี หรือคิดเป็นสัดส่วน 12.49% ของปริมาณผลผลิตผลไม้ทั้งโลก ในระหว่างปี พ.ศ. 2550-2554 สาธารณรัฐอินเดียมีปริมาณผลผลิตผลไม้เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 4.5 % ต่อปีจากพื้นที่เพาะปลูกทั้งสิ้น 63,830 ตารางกิโลเมตร อย่างไรก็ตาม พื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่ต้องพึ่งพิงน้ำฝน ดังนั้น หากปีใดมีปริมาณฝนน้อย เช่นในปี พ.ศ. 2555 ก็จะส่งผลให้ผลผลิตต่ำลงเช่นกัน โดยทั้งประเทศมีความต้องการผลผลิตผลไม้ปริมาณทั้งสิ้น 60.9 ล้านตันและคาดว่าจะมีความต้องการสูงขึ้นเป็น 80 ล้านตันภายในปี พ.ศ. 2560

ลำดับประเทศตามปริมาณผลผลิตผลไม้

ปี พ.ศ. 2554

ประเทศ	ปริมาณผลผลิต (ตัน)	สัดส่วน
1.จีน	122,184,944	20.39%
2.อินเดีย	74,878,000	12.49%
3.บราซิล	39,286,781	6.56%
4.สหรัฐอเมริกา	25,383,917	4.24%
5.อิตาลี	16,907,895	2.82%
6.สเปน	15,184,420	2.53%
7.เม็กซิโก	15,255,598	2.55%
8.อินโดนีเซีย	14,867,762	2.48%
9.ฟิลิปปินส์	16,181,731	2.70%
10.ตุรกี	13,945,604	2.33%
อื่นๆ	245,223,757	40.92%
รวมทั้งโลก	599,300,409	100.00%

ปริมาณความต้องการผลไม้ในสาธารณรัฐอินเดีย

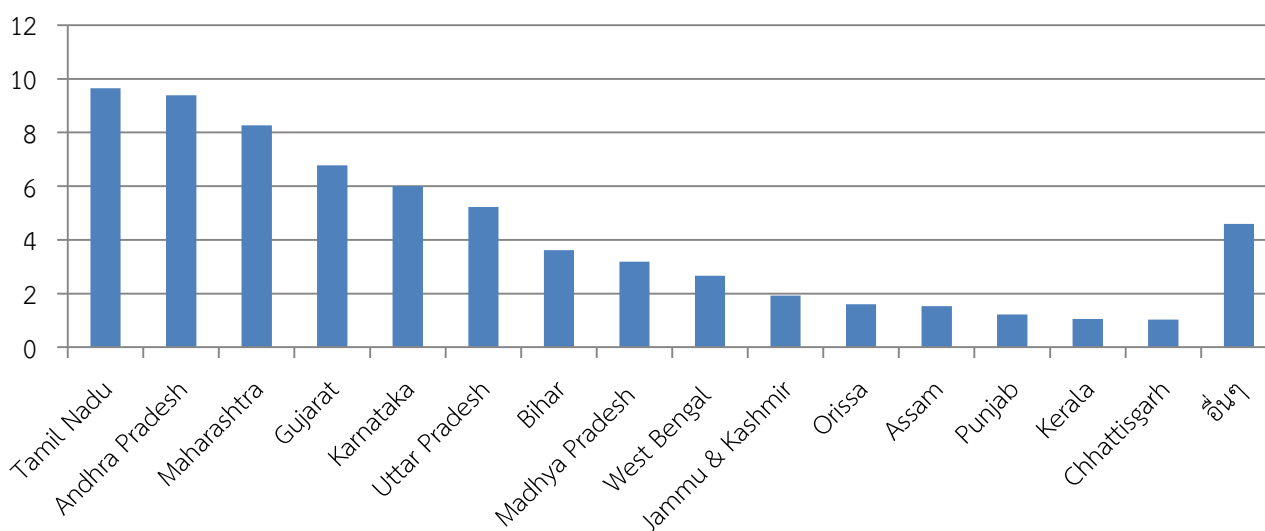
ปี พ.ศ. 2554-2560

พ.ศ.	ปริมาณความต้องการผลไม้ (ตัน)
2554	60,903,500
2555	55,452,500
2556	60,175,500
2557	65,071,000
2558	70,007,400
2559	75,148,000
2560	80,442,500

2.ปริมาณผลผลิตผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดีย

สาธารณรัฐอินเดียเป็นผู้เพาะปลูกผลไม้จำนวนมากเป็นอันดับสองของโลกรองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีปริมาณผลผลิต 74,878,000 ตันต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 12.49% ของปริมาณผลผลิตผลไม้ทั้งโลก โดยมีภาคตะวันตกเฉียงใต้เป็นภาคที่สามารถผลิตผลไม้ได้มากที่สุด และรัฐที่สามารถผลิตผลไม้ได้มากที่สุดในปี 2553 ก็คือรัฐ Tamil Nadu มีผลผลิต 9.64 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 14 ของผลผลิตผลไม้ทั้งหมด ตามมาด้วยรัฐ Andhra Pradesh มีผลผลิต 9.38 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 14 รัฐ Maharashtra มีผลผลิต 8.26 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 12 รัฐ Gujarat มีผลผลิต 6.77 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 10 รัฐ Karnataka มีผลผลิต 6 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 9 และรัฐ Uttar Pradesh มีผลผลิต 5.22 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

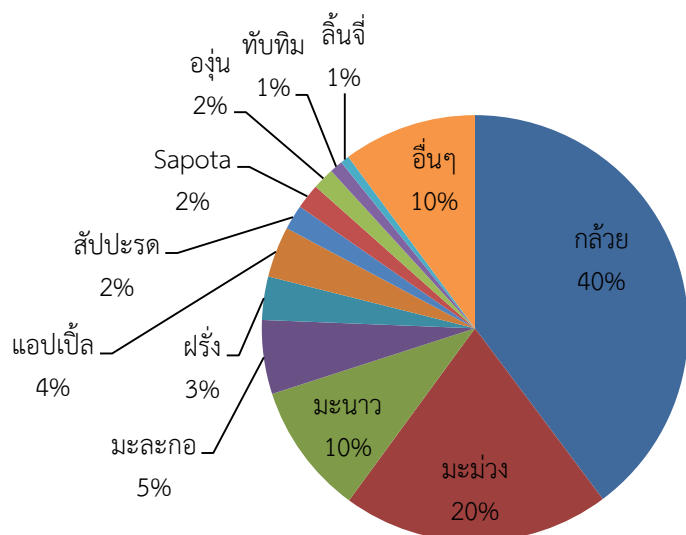
ปริมาณผลผลิตผลไม้แยกตามรัฐในปี 2553 (ล้านตัน)



แผนที่สาธารณรัฐอินเดียแยกตามรัฐ

นอกจากนี้ ผลไม้ที่สาธารณรัฐอินเดียสามารถผลิตได้มากที่สุดในปี 2553-2554 ก็คือกล้วย(อินเดียเป็นผู้ผลิตกล้วยรายใหญ่ที่สุดในโลก) ด้วยจำนวนผลผลิต 29.78 ล้านตัน นับเป็นร้อยละ 40 ของผลผลิตผลไม้ทั้งหมด รองลงมา คือ มะม่วงจำนวนผลผลิต 15.18 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 20 และมะนาว จำนวนผลผลิต 7.46 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 10

สัดส่วนผลผลิตผลไม้ปี 2553-2554



ปริมาณผลผลิตผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดียในปีพ.ศ. 2553-2554

ผลไม้	พื้นที่ปลูก ('000' เฮกตาร์)	
	ผลผลิต ('000' ตัน)	
	2553-54	
	พื้นที่ปลูก	ผลผลิต
1.กล้วย	830	29,780
2.มะม่วง	2,297	15,188
3.มะนาว	846	7,464
4.มะละกอ	106	4,196
5.ฝรั่ง	205	2,462
6.แอปเปิ้ล	289	2,891
7.สับปะรด	89	1,415
8.ละมุด	160	1,424
9.องุ่น	111	1,235
10.ทับทิม	107	743
11.ลิ้นจี่	78	497
อื่นๆ	1,265	7,583
รวม	6,383	74,878

3.การนำเข้าและส่งออกผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดีย

3.1การส่งออกผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดีย

จากข้อมูลในปี 2555-2556 ของ World Trade Atlas India พบว่า สาธารณรัฐอินเดียมีมูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้งหมด 437 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีผลไม้ส่งออกที่สำคัญที่สุดคือ มะม่วง ด้วยมูลค่าส่งออก 165.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 37 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้งหมด ตามมาด้วยองุ่นด้วยมูลค่าส่งออก 137.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 31.4 และทับทิม ด้วยมูลค่าส่งออก 61.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ

ประเทศที่สาธารณรัฐอินเดียส่งออกผลไม้ไปมีมูลค่าสูงที่สุด คือ ประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับเอมิเรตส์โดยมีการส่งออกเป็นมูลค่า 91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 20.95 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้งหมด ตามมาด้วยประเทศเนเธอร์แลนด์ด้วยมูลค่าส่งออก 58.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 13.31 ประเทศบังคลาเทศด้วยมูลค่าส่งออก 57.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 13.06 ตามลำดับ

สำหรับประเทศไทยเป็นตลาดส่งออกผลไม้อันดับที่ 11 ของอินเดีย โดยมูลค่าส่งออกผลไม้จากสาธารณรัฐอินเดียมายังประเทศไทยมีมูลค่า 5.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 1.22 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ทั้งหมดของอินเดีย โดยมีผลไม้ส่งออกที่สำคัญคือ องุ่นด้วยมูลค่าส่งออก 4.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 82.35 ของการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศไทย ตามมาด้วยทับทิมด้วยมูลค่าส่งออก 8.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 15.52 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดียไปยังประเทศต่างๆในปีพ.ศ. 2554-2556

ประเทศ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			ร้อยละ		
	2553	2554	2555	2553	2554	2555
1.สหรัฐอเมริกา	79.57	74.26	91.73	18.90	19.23	20.95
2.เนเธอร์แลนด์	72.16	45.30	58.28	17.14	11.73	13.31
3.บังคลาเทศ	35.37	57.57	57.16	8.40	14.91	13.06
4.ซาอุดีอาระเบีย	62.19	49.41	46.42	14.77	12.80	10.60
5.สหราชอาณาจักร	36.36	23.69	31.70	8.64	6.14	7.24
6.เยอรมนี	12.62	10.63	16.30	3.00	2.75	3.72
7.รัสเซีย	5.39	4.23	15.15	1.28	1.10	3.46
8.เนปาล	7.88	13.46	13.20	1.87	3.49	3.02
9.คูเวต	11.93	11.64	8.57	2.84	3.02	1.96
10.สหรัฐอเมริกา	8.72	8.31	8.48	2.07	2.15	1.94
11.ไทย	2.74	3.43	5.35	0.65	0.89	1.22
อื่นๆ	86.07	84.23	85.47	20.44	21.79	19.52
มูลค่าส่งออกรวม	420.99	386.15	437.81	100.00	100.00	100.00

3.2การนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดีย

จากข้อมูลในปี 2555-2556 ของ World Trade Atlas India พบว่า สาธารณรัฐอินเดียมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ทั้งหมด 79.01 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีผลไม้นำเข้าที่สำคัญที่สุดคือ แอปเปิ้ลด้วยมูลค่าการนำเข้า 71.89 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 90.99 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ทั้งหมด

นอกจากนี้ ประเทศที่สาธารณรัฐอินเดียมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้มากที่สุดก็คือ ประเทศจีนด้วยมูลค่าการนำเข้าผลไม้ 38.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 48.48 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ทั้งหมด ตามมาด้วยประเทศสหรัฐอเมริกาด้วยมูลค่านำเข้า 23.35 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 29.56 ประเทศอิหร่านด้วยมูลค่านำเข้า 4.96 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 6.29 ตามลำดับ ส่วนการนำเข้าผลไม้จากประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 8 ด้วยมูลค่านำเข้า 1.23 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 1.57 ของมูลค่านำเข้าผลไม้ทั้งหมด เท่ากับว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดผลไม้นำเข้าในอินเดียเพียงร้อยละ 1.57 เท่านั้น

มูลค่าการนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดียจากประเทศต่างๆในปีพ.ศ. 2554-2556

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)			ร้อยละ		
	2553	2554	2555	2553	2554	2555
1.จีน	19.54	25.37	38.31	30.73	33.68	48.48
2.สหรัฐอเมริกา	24.92	25.96	23.35	39.20	34.46	29.56
3.อิหร่าน	0.00	0.03	4.97	0.00	0.04	6.29
4.อิตาลี	1.84	2.34	1.72	2.90	3.11	2.17
5.อียิปต์	0.49	1.17	1.34	0.77	1.55	1.70
6.อัฟกานิสถาน	11.53	11.61	1.32	18.13	15.42	1.67
7.แอฟริกาใต้	1.61	1.50	1.26	2.53	1.99	1.59
8.ไทย	0.42	1.14	1.24	0.65	1.52	1.57
9.นิวซีแลนด์	0.74	0.93	0.86	1.16	1.24	1.09
10.เปรู	1.09	1.16	0.76	1.72	1.54	0.96
อื่นๆ	1.39	4.11	3.90	2.21	5.45	4.92
มูลค่าส่งออกรวม	63.57	75.32	79.02	100.00	100.00	100.00

โดยผลไม้นำเข้าที่สำคัญจากประเทศไทย คือ มะขามหวาน ด้วยมูลค่านำเข้า 4.3 แสนเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 34.95 ของการนำเข้าผลไม้จากยังประเทศไทยทั้งหมด ตามมาด้วยแอปเปิลด้วยมูลค่านำเข้า 1.3 แสนเหรียญสหรัฐฯ นับเป็นร้อยละ 10.5 ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าประเทศไทยไม่ได้เป็นแหล่งปลูกแอปเปิล แต่กลับมีตัวเลขการนำเข้าแอปเปิลจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2554 ทั้งที่ในปี พ.ศ. 2553 ไม่ปรากฏว่ามีการนำเข้าจากประเทศไทยแต่ประการใด ผลไม้จากประเทศไทยที่เป็นที่นิยมในลำดับต่อมา คือ ฝรั่ง ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอินเดียเป็นอย่างมาก ซึ่งจากการสอบถามผู้นำเข้าและผู้ค้าปลีกผลไม้ในอินเดียพบว่าสาเหตุสำคัญคือฝรั่งไทยไร้เมล็ด รสชาติหวานอร่อยและกรอบ ทำให้มูลค่าการนำเข้าฝรั่งจากประเทศไทยเมื่อปีที่ผ่านมามีมูลค่า 46,923 เหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 72 ส่วนผลไม้ที่สำคัญ อาทิ ลำไย เงาะ มังคุด แก้วมังกร ก็ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอินเดียเพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่ส่วนใหญ่ผู้นำเข้ามักจะนำเข้ามาทางเครื่องบิน ทำให้ราคาขายปลีกค่อนข้างสูง การบริโภคจึงจำกัดอยู่ในตลาดระดับบนเท่านั้น

มูลค่าการนำเข้าผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดียจากประเทศไทยในปีพ.ศ. 2554-2556

ผลไม้	มูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย (เหรียญสหรัฐฯ)			ร้อยละ		
	2553	2554	2555	2553	2554	2555
1.มะขาม	316,870	472,678	430,473	75.42	41.46	34.71
2.แอปเปิ้ล	0	121,052	130,799	0.00	10.60	10.54
3.ฝรั่ง	14,415	27,281	46,923	3.43	2.39	3.78
อื่นๆ	88,715	518,989	631,805	21.2	45.6	51.0
รวม	420,000	1,140,000	1,240,000	100.0	100.0	100.0

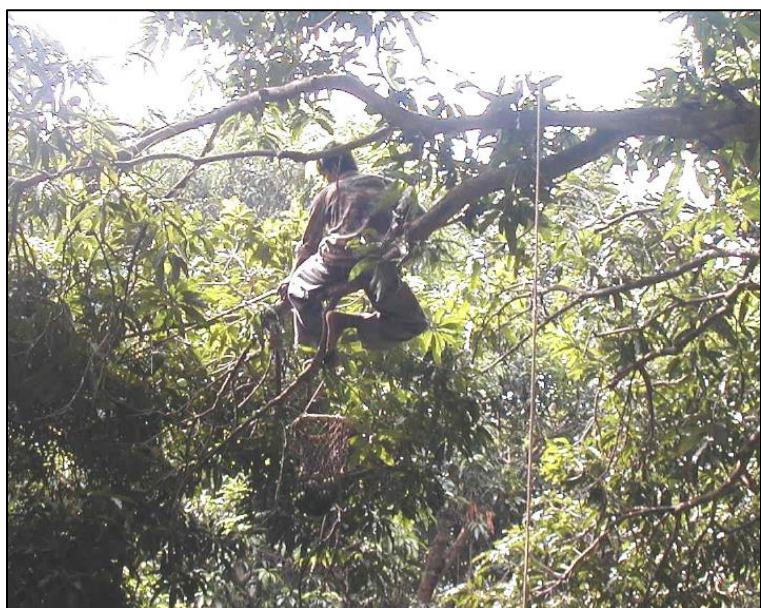
4. ห่วงโซ่อุปทานผลไม้ในประเทศอินเดีย

สาธารณรัฐอินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรกว่า 1,200 ล้านคน มีประชากรที่อาศัยอยู่ในชนบทประมาณร้อยละ 72 ซึ่งส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร แต่เนื่องจากเกษตรกรขาดความรู้และไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตรต่างๆได้ จึงทำให้ผลไม้ที่ผลิตออกมาเกิดความเสียหายขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทานถึงร้อยละ 30-40 โดยผลไม้ที่สำคัญอย่างมะม่วงมีอัตราการเสียหายถึงร้อยละ 22 กล้วยเสียหายร้อยละ 30 ฝรั่งเสียหายร้อยละ 16 ลิ้นจี่เสียหายร้อยละ 25 และ สับปะรดเสียหายร้อยละ 20

นอกจากนี้ การเกษตรของสาธารณรัฐอินเดียก็ยังไม่มีความรู้ทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยว่าควรจะเก็บเกี่ยวเมื่อใด ควรจะเก็บเกี่ยวอย่างไร และควรจะมีการบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่งอย่างไร จึงส่งผลให้เกษตรกรต้องมีการเก็บเกี่ยวโดยอาศัยประสบการณ์ล้วนๆ ในบางครั้งก็มีการเก็บเกี่ยวผลไม้ก่อนครบกำหนดเพื่อนำไปขายให้ได้ราคาสูงในช่วงต้นเทศกาลต่างๆ ซึ่งการที่ไม่มีความรู้ทางวิทยาศาสตร์เข้ามาเป็นมาตรฐานนี้ได้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลไม้ที่ผลิตในประเทศอินเดียไม่ว่าจะเป็นสี รสชาติ ขนาด และยังทำให้ราคาขายผลไม้ต่ำลงกว่าที่ควรจะเป็นอีกด้วย

ส่วนวิธีในการเก็บเกี่ยวผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดียนั้นส่วนใหญ่จะไม่ได้มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยแต่อย่างใด แต่จะใช้วิธีการเก็บด้วยมือเปล่า ปีนต้นไม้ขึ้นไปเก็บ หรือเก็บเกี่ยวด้วยไม้ยาวเก็บผลไม้ ส่งผลให้เกิดความเสียหายเป็นจำนวนมากในระหว่างการเก็บเกี่ยว โดยผลไม้อย่างมะม่วงก็เกิดความเสียหายระหว่างการเก็บเกี่ยวถึงร้อยละ 15 ซึ่งหลังจากเก็บเกี่ยวแล้วก็นำผลไม้ไปวางไว้บนพื้นเพื่อคัดขนาดโดยไม่มีร่มเงา ไม่มีระบบหล่อเย็น และไม่มีระบบรมควันเพื่อยืดอายุผลไม้สดแต่อย่างใด

การเก็บเกี่ยวผลไม้ด้วยมือเปล่า



ขั้นตอนการคัดขนาดผลไม้



หลังจากเก็บเกี่ยวเสร็จจึงนำไปบรรจุเพื่อการขนส่งต่อไป โดยจะมีการบรรจุผลไม้ลงในถุงกระสอบ ถุงผ้า ตะกร้าไม้ไผ่ ลังพลาสติก แล้วแต่ชนิดผลไม้ หรือสำหรับผลไม้อย่างกล้วย สับปะรดและขนุนจะไม่มีการบรรจุใดๆทั้งสิ้น เมื่อมีการบรรจุเสร็จเรียบร้อยแล้วก็จะถึงขั้นตอนการขนส่งโดยรถสามล้อหรือรถบรรทุก ซึ่งในระหว่างการขนส่งจะไม่มีการควบคุมอุณหภูมิหรือความชื้นใดๆทั้งสิ้น

กล่องใส่ผลไม้เพื่อการขนส่ง



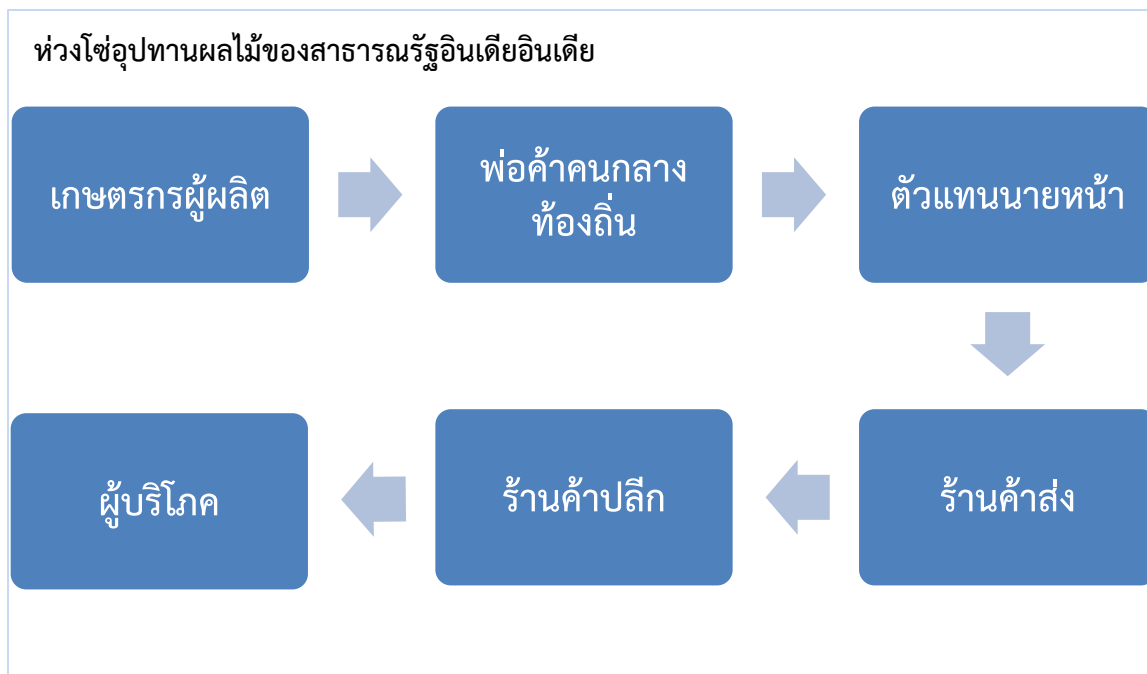
ผลไม้ถูกจัดเรียงใส่กล่อง



ขั้นตอนการขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้รวบรวมสินค้า



การขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตนับได้ว่าเป็นการเริ่มต้นของห่วงโซ่อุปทานผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดีย โดยผู้ผลิตจะทำการขายผลไม้ให้พ่อค้าคนกลางท้องถิ่น และพ่อค้าคนกลางท้องถิ่นก็จะนำผลไม้ไปขายต่อให้กับตัวแทนนายหน้า (ตัวแทนนายหน้าคือ พ่อค้าคนกลางที่รวบรวมสินค้าไปส่งให้กับผู้ซื้อคนต่อไปโดยได้รับผลตอบแทนเป็นค่านายหน้า) ซึ่งมีหน้าที่จัดหาสินค้าให้กับร้านค้าส่ง จากนั้นจึงมีการกระจายสินค้าต่อไปยังร้านค้าปลีกและยังผู้บริโภค ซึ่งจากการที่ห่วงโซ่อุปทานผลไม้ของสาธารณรัฐอินเดียมีตัวกลางจำนวนมากจึงทำให้การขนส่งมีหลายขั้นตอน เสียเวลา และผลไม้อีกเกิดความเสียหายมาก โดยเกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิตผลไม้จะได้รับค่าตอบแทนเพียงร้อยละ 30 ของราคาผลไม้ที่ขายให้ผู้บริโภคเท่านั้น



จากตัวอย่างห่วงโซ่อุปทานของกล้วยในสาธารณรัฐอินเดียจะเห็นได้ว่าการขนส่งในแต่ละห่วงโซ่อุปทานทำให้เกิดของเสียที่เพิ่มขึ้นและทำให้ผลไม้มีราคาเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 240 อีกด้วย



5.กฎระเบียบว่าด้วยการส่งออกผลไม้สดมายังสาธารณรัฐอินเดีย

5.1 ความตกลงเขตการค้าเสรี

การค้าระหว่างราชอาณาจักรไทยและสาธารณรัฐอินเดียมีความตกลงว่าด้วยเขตการค้าเสรี (FTA) สองฉบับคือ 1.ความตกลงเขตการค้าเสรี ไทย-อินเดีย (ITFTA) และ 2.ความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (AIFTA)

ความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งเขตการค้าเสรี ไทย-อินเดีย (ITFTA) ทั้งสองประเทศได้ลงนามเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2546 และได้มีการตกลงให้เร่งลดภาษีสินค้าบางส่วนทันที (Early Harvest Scheme: EHS) ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2549 จำนวน 83 รายการ ซึ่งรวมถึงผลไม้สดจำนวน 8 ชนิดได้แก่ มังคุด มะม่วง ฝรั่ง แอปเปิ้ล ทุเรียน เงาะ ลำไย และ ทับทิม

สำหรับความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (AIFTA) เกิดจากความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน 5 ประเทศ (บรูไน มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ไทย) กับสาธารณรัฐอินเดีย โดยจะทำการยกเลิกภาษีศุลกากรของสินค้าโดยรวมประมาณร้อยละ 80 ของรายการสินค้าภายในปี พ.ศ.2559 ทั้งนี้ ประเทศสมาชิกใหม่ในอาเซียน ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม จะได้รับการยกเลิกภาษีภายในปี 2564 และฟิลิปปินส์จะได้รับการยกเลิกภาษีภายในปี พ.ศ.2562 สำหรับผลไม้สดที่อยู่ภายใต้ความตกลงนี้มีมากกว่า 20 ชนิด เช่น อินทผลัม ลูกแพร์ ลูกพีช แคนเบอร์รี่ น้อยหน่า ทุเรียน ทับทิม มะขาม ละมุด ลิ้นจี่ ฯลฯ ซึ่งรายการผลไม้ดังกล่าวจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าปกติ (Normal Track) ซึ่งจะทำให้การลดอัตราภาษีลงเหลือศูนย์ในวันที่ 31 ธันวาคม 2556

หากผู้ส่งออกประสงค์จะขอรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ความตกลงว่าด้วยเขตการค้าเสรีทั้งสองฉบับ ผู้ส่งออกต้องขอรับหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) จากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ภายใต้หลักเกณฑ์การพิจารณาว่าสินค้าต้องมีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศทั้งหมด (Wholly Obtained)

5.2 อัตราภาษี

สำหรับรายการผลไม้สดที่ไม่ได้ถูกรวมอยู่ในความตกลงเขตการค้าเสรีสองฉบับข้างต้น จะต้องเสียภาษีอากรตามปกติ ดังตารางต่อไปนี้

HS Code	ชนิดผลไม้	อัตราภาษี	
0803.00	กล้วย	ภาษีศุลกากรขาเข้า(Basic Duty)	30%
		ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		รวม	<u>31.21%</u>
0804.30	สับปะรด	ภาษีศุลกากรขาเข้า(Basic Duty)	30%
0804.50	ฝรั่ง	ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		ภาษีพิเศษอื่นๆ	4%
		รวม	<u>36.5%</u>
0805.10	ส้ม	ภาษีศุลกากรขาเข้า(Basic Duty)	30%
0805.50	เลมอน	ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		ภาษีพิเศษอื่นๆ	4%
		รวม	<u>36.5%</u>
0807.11	แตงโม	ภาษีศุลกากรขาเข้า(Basic Duty)	30%
0807.20	มะละกอ	ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		รวม	<u>31.21%</u>
0809.20	เชอร์รี่	ภาษีศุลกากรขาเข้า(Basic Duty)	30%
		ค่าธรรมเนียมการศึกษา (Education Cess)	3%
		รวม	<u>31.21%</u>

หมายเหตุ: 1.เฉพาะที่เมืองมูมไบ อาจมีการจัดเก็บภาษีข้ามรัฐ (Octroi Duty) โดยคิดจากสินค้าที่นำเข้าทั้งเพื่อบริโภคหรือใช้ในการพาณิชย์จากรัฐอื่น
 2.ผู้นำเข้าเป็นผู้รับภาระจ่ายภาษีอากรทั้งหมด ผู้ส่งออกจากประเทศไทยไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าภาษีอากรใดๆ

5.3 ขั้นตอนการขออนุญาตนำเข้าสินค้าของสาธารณรัฐอินเดีย

เนื่องจากสาธารณรัฐอินเดียมีการใช้กฎหมาย Plant Quarantine Order ทำให้การนำเข้าผลไม้ทุกชนิดต้องได้รับอนุญาตจาก Department of Agriculture and Cooperation (DAC) ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตร และผลไม้บางชนิดอาจต้องผ่านการประเมินความเสี่ยงศัตรูพืช (Pest Risk Analysis: PRA) โดยผู้ส่งออกจะต้องส่งตัวอย่างสินค้าให้ DAC ตรวจสอบ และเมื่อ DAC อนุญาตแล้วจะมีการออกหนังสืออนุญาตไปยังด่านที่รับผิดชอบให้ดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากรต่อไป

6.พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลไม้สด

จากสถิติของบริษัท Euro Monitor คาดว่าปริมาณความต้องการบริโภคผลไม้สดภายในสาธารณรัฐอินเดียจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องอันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร โดยในปัจจุบันสาธารณรัฐอินเดียมีจำนวนประชากรมากถึง 1,270,272,105 ล้านคน แต่อย่างไรก็ตามจากการที่สาธารณรัฐอินเดียสามารถเพาะปลูกผลไม้ภายในประเทศได้เป็นจำนวนมากและราคาไม่แพง ทำให้โอกาสในการเข้าสู่ตลาดของผลไม้จากต่างประเทศทำได้ยากเพราะจะต้องเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ อาทิ ค่าขนส่ง ภาษีอากร และค่าจัดการที่สูง แต่อย่างไรก็ตามประชากรกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางถึงสูงมีการเพิ่มสัดส่วนขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีจำนวนประมาณ 350 ล้านคนในปัจจุบัน ซึ่งกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่ใช้เงินในการใช้จ่ายซื้อสินค้าต่อครั้งสูง มีการศึกษาดี และมีโอกาสเดินทางไปต่างประเทศ จึงเปิดรับสินค้าจากต่างประเทศมากขึ้น ทำให้เป็นโอกาสที่ดีสำหรับการส่งออกผลไม้ไทยชนิดที่ไม่มีการเพาะปลูกภายในสาธารณรัฐอินเดีย โดยต้องเป็นผลไม้ที่มีความพิเศษ (Exotic) ซึ่งเน้นความแปลกใหม่ในตลาด เช่น เงาะ ลำไย มังคุด และมะขามหวาน

ตารางแสดงราคาผลไม้เฉลี่ยที่ขายในสาธารณรัฐอินเดีย

	ชนิดผลไม้	ราคาขายเฉลี่ย (รูปี/กิโลกรัม)
เพาะปลูกภายใน สาธารณรัฐอินเดีย	แอปเปิ้ล	145
	มะละกอ	45
	มะม่วง	40
	กล้วย	19
นำเข้าจากประเทศไทย	เงาะ	752
	มังคุด	750
	ลำไย	680

สำหรับในภาพรวม ผลไม้ที่ผู้บริโภคชาวอินเดียนิยมรับประทานได้แก่ กล้วย มะม่วง แอปเปิล มะละกอ ฝรั่ง ฯลฯ โดยผลไม้สดมักถูกขายในลักษณะขายปลีกเป็นส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 85 ทั้งนี้ สัดส่วนการขายเพื่อเสิร์ฟในร้านอาหารมีเพียงร้อยละ 15 เท่านั้น การขายปลีกผลไม้สดจะใช้ช่องทางการขายแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เป็นหลัก โดยมักมีการตั้งร้านขนาดเล็กตามเขตชุมชนเพื่อขายผลไม้ ทั้งนี้ ผู้บริโภคเชื่อว่าผลไม้สดที่ขายในร้านขนาดเล็กมีความสดมากกว่าผลไม้ที่ขายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ แต่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีสินค้าที่หลากหลาย ความสะอาด และบรรยากาศน่าซื้อมากกว่า อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคไม่รู้สึกถึงความแตกต่างด้านราคาของผลไม้สดระหว่างช่องทางทั้งสองแบบ

จากการศึกษาของบริษัท Technopak พบว่า ผู้บริโภคชาวอินเดียจะทำการซื้อผลไม้ที่มีทั้งปี (All Season Fruit) และผลไม้ตามฤดูกาล (Seasonal Fruit) เฉลี่ยสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง ส่วนผลไม้ที่มีความพิเศษ (Exotic Fruit) จะทำการซื้อทุก 2 สัปดาห์หรือ 1 เดือน ทั้งนี้ การซื้อส่วนใหญ่มักเป็นการไปเลือกซื้อเอง ณ จุดขาย โดยมองที่ลักษณะภายนอกและตรวจสอบด้วยการสัมผัส โดยการซื้อผ่านโทรศัพท์หรือบริการส่งถึงบ้านยังมีสัดส่วนที่น้อยมาก นอกจากนี้พบว่าบุคคลที่รับหน้าที่ไปซื้อผลไม้จะเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะซื้อผลไม้ที่มีทั้งปีชนิดใด ส่วนผลไม้ตามฤดูกาลและผลไม้ที่มีความพิเศษ ภรรยาจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อเป็นหลัก โดยจะต้องรู้สึกได้ถึงคุณค่าและความแปลกใหม่ในการซื้อ

นอกจากนี้ จากการที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคผลไม้สด ทำให้ผลไม้แปรรูปยังไม่เป็นที่แพร่หลายในสาธารณรัฐอินเดียมากนัก โดยผลผลิตที่ถูกใช้ในการแปรรูปมีสัดส่วนเพียง 2% ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่ถูกแปรรูปเป็นผลไม้แห้ง และสำหรับตลาดผลไม้ปลอดสารพิษ (Organic) เป็นตลาดที่ยังมีขนาดเล็กโดยมีมูลค่าตลาดเพียงปีละประมาณ 80 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เท่านั้น แต่คาดว่าจะเติบโตในอัตราประมาณร้อยละ 10-14 ต่อปีเนื่องจากเริ่มมีผู้บริโภคชาวอินเดียห่วงใยสุขภาพมากขึ้นเรื่อยๆ

บรรณานุกรม

1. Department Of Agriculture & Cooperation. (2013,). Annual report 2012-2013. Retrieved from Ministry Of Agriculture website: <http://www.agricoop.nic.in>
2. Sindhu, A. S. (2012, January 19). Fruit industry in india. Retrieved from International Tropical Fruit Network website: <http://www.itfnet.org>
3. Euromonitor International. (2013, April). Fruits in india. Retrieved from Passport GMID website: <http://www.portal.euromonitor.com>
4. Mitra, S. K. (n.d.). Marketing of fruits in india - present practice and future needs. Retrieved from International Tropical Fruit Network website: <http://www.itfnet.org>
5. Mitra, S. K. (2012, March). Indian horticulture database 2011. Retrieved from National Horticulture Board website: <http://www.nhb.gov.in>
6. Technopak. (n.d.). Organic food market in india. Retrieved from Technopak website: <http://www.technopak.com>
7. Ministry Of Agriculture. (n.d.). Fruits and vegetables supply chain in india. Retrieved from Ministry of Agriculture website: <http://www.agritrade.iift.ac.in/>
8. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2008, มีนาคม 10). เขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย. Retrieved from กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ website: <http://www.thaifta.com>
9. ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการ. (2005, มีนาคม). เขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย. Retrieved from ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย website: <http://www.exim.go.th>