

## คณะรัฐมนตรีสาธารณรัฐอินเดียให้ความเห็นชอบผ่อนคลายการลงทุนค้าปลีกต่างชาติ

คณะรัฐมนตรีสาธารณรัฐอินเดียมีความเห็นชอบนโยบายผ่อนคลายสัดส่วนการถือหุ้นโดยบริษัทค้าปลีกต่างชาติในธุรกิจค้าปลีกของอินเดียเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2554 ที่ผ่านมา โดยอนุญาตให้บริษัทค้าปลีกต่างชาติเพิ่มสัดส่วนในการถือหุ้นในธุรกิจค้าปลีกประเภทที่จำหน่ายสินค้าห้อยเดี่ยว (Single-Brand Retailers) จาก 51% เป็น 100% และสามารถถือหุ้นในธุรกิจค้าปลีกประเภทจำหน่ายสินค้าหลายยี่ห้อ (Multi-Brand Retailers) จากที่เคยไม่อนุญาตให้ถือหุ้นเลยเป็นอนุญาตให้ถือหุ้นได้ 51% โดยมีเงื่อนไขที่กระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมอินเดียได้กำหนดไว้ตามที่ สคต. มุมไปได้เคยนำเสนอมาก่อนหน้านี้ คือ

1. ได้สงวนสิทธิไว้สำหรับรัฐบาลในการกำหนดให้บริษัทค้าปลีกต่างชาติต้องรับซื้อและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจากเกษตรกรและสินค้าจากผู้ประกอบการขนาดเล็กของอินเดียตามลำดับ เพื่อเป็นการสนับสนุนเกษตรกรและผู้ประกอบการขนาดเล็ก
2. กำหนดให้บริษัทค้าปลีกต่างชาติกันเงินลงทุนไว้อย่างน้อย 50% สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Back-End Infrastructure) ซึ่งหมายถึง การพัฒนาด้านการออกแบบ การควบคุมคุณภาพ และการพัฒนาหีบห่อสินค้า แต่ไม่รวมถึงค่าที่ดินและค่าเช่า ทั้งนี้ บริษัทค้าปลีกต่างชาติจะต้องทำการรับรองตนเองว่าได้ปฏิบัติตามระเบียบแล้ว (Self-Certification Basis)
3. กำหนดให้บริษัทค้าปลีกต่างชาติแต่ละบริษัทต้องนำเงินลงทุนเข้าไป (FDI) อย่างน้อย 100 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
4. บริษัทค้าปลีกต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในอินเดียจะต้องอนุญาตให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของเกษตรกรเข้าไปวางจำหน่ายในร้านค้าปลีกโดยไม่ต้องติดตราห้อย (Unbranded) ซึ่งรวมถึงปลา เนื้อสัตว์ และสัตว์ปีก
5. บริษัทค้าปลีกต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในอินเดียจะต้องทำการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) เป็นมูลค่าอย่างน้อย 30% จากผู้ประกอบการขนาดย่อมของอินเดีย (เงินลงทุนน้อยกว่า 250,000 เหรียญสหรัฐฯ)
6. ร้านค้าปลีกของบริษัทค้าปลีกต่างชาติจะได้รับอนุญาตให้เปิดได้เฉพาะในเมืองที่มีประชากรเกิน 1 ล้านคนเท่านั้น (สำมะโนประชากรปี 2011) ซึ่งจะมีอยู่ 42 เมือง ได้แก่ อัครา (Agra) นาสิก (Nashik)

ฟาริดาบัต (Faridabad) ดันบัต (Dhanbad) อินโดร์ (Indore) ไวซั๊ก (Vizag) โคจิ (Kochi) ลูดิอานา (Ludhiana) ราจโกฏ (Rajkot) ฯลฯ ซึ่งมีประชากรรวมกันคิดเป็น 11.5% ของประชากรทั้งประเทศ (สำมะโนประชากรปี 2001) ทั้งนี้ ไม่รวมเมืองขนาดใหญ่ 6 เมืองที่กำหนดไว้แต่เดิมว่าไม่อนุญาตให้เปิด คือ มุมไบ (Mumbai) เดลี (Delhi) เจนไน (Chennai) บังกาลอร์ (Bangalore) และกอลกัตตา (Kolkata) หรือให้ขึ้นอยู่กับความตัดสินใจของแต่ละรัฐว่าจะอนุญาตให้เปิดหรือไม่

### **มีทั้งผู้สนับสนุนและผู้คัดค้าน**

การผ่อนคลายเป็นระเบียบการลงทุนค้าปลีกจากต่างประเทศดังกล่าวเป็นประเด็นที่กล่าวถึงกันอย่างกว้างขวางในประเทศอินเดีย เพราะการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้จะทำให้ Landscape ด้านการค้าปลีกของอินเดียเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง พรรคการเมืองฝ่ายค้านอย่างพรรค Trinamool Congress ได้ประกาศชัดเจนว่า นโยบายหลักของพรรคจะมุ่งเน้นไปที่การต่อต้านการรุกเข้ามาของบริษัทค้าปลีกต่างชาติเพื่อเป็นการปกป้องธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมที่เรียกว่า Kirana ซึ่งมีอยู่จำนวนมาก คิดเป็นสัดส่วนถึง 97.8 % ของธุรกิจค้าปลีกประเภท Store Based Retailers ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ในภาคธุรกิจและภาคผู้บริโภคส่วนใหญ่จะสนับสนุนมาตรการผ่อนคลายนครั้งนี้ โดยส่งผลไปที่ราคาหุ้นของบริษัทค้าปลีกของอินเดียให้ติดตัวสูงขึ้นทันที เช่น Pantaloon Retail (+12.3%), Vishal Retail (+10.5%), Shoppers Stop (+5.6%) และ Trent (+1.1%) ซึ่ง สคต. มุมไบได้สรุปข้อคิดเห็นของทั้งผู้สนับสนุนและผู้คัดค้านไว้ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1: ความคิดเห็นระหว่างฝ่ายสนับสนุนและฝ่ายคัดค้าน

ฝ่ายสนับสนุน	ฝ่ายคัดค้าน
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จะมีเงินลงทุนจากต่างประเทศไหลเข้ามาในประเทศอินเดียมากยิ่งขึ้น</li> <li>2. ผู้บริโภคจะสามารถประหยัดเงินในการจับจ่ายใช้สอยได้ 5-10% ซึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจค้าปลีกในอินเดียและมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้นจากร้านค้าปลีกเพียงแห่งเดียว</li> <li>3. ผู้บริโภคจะมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้นในราคาที่ถูกลง</li> <li>4. จะมีการจ้างงานใหม่เพิ่มขึ้นอีก 3-4 ล้านตำแหน่ง และอีก 4-6 ล้านตำแหน่งสำหรับงานที่เกี่ยวข้องกับ Logistics งานด้านรักษาความปลอดภัย งานใช้แรงงาน ฯลฯ</li> <li>5. เกษตรกรจะมีรายได้เพิ่มขึ้นอีก 10-30%</li> <li>6. การเข้ามาของธุรกิจค้าปลีกต่างชาติจะเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีและ Know-How ในการบริหารธุรกิจค้าปลีกแบบสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะมีการพัฒนาด้าน Logistics และการบริหารจัดการระบบขนส่งสินค้าแช่เย็นแช่แข็ง (Cold Chains)</li> <li>7. รัฐบาลจะมีรายรับเพิ่มขึ้นอีก 25-30 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ จากการเก็บภาษีประเภทต่างๆ</li> <li>8. ธุรกิจค้าปลีกของอินเดียที่เป็นระบบ (Organized Retail) ซึ่งปัจจุบันมีมูลค่าเพียง 28.1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ จะเจริญเติบโตในอัตรา 21% ต่อปี ทำให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นถึง 260 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2563 (ปี ค.ศ. 2020)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การรุกเข้ามาของบริษัทค้าปลีกต่างชาติจะทำให้ธุรกิจค้าปลีกรายย่อยของอินเดีย (Kirana) ซึ่งมีอยู่จำนวนมากต้องเลิกกิจการเพราะไม่สามารถแข่งขันได้ โดยเฉพาะร้านค้าปลีกรายย่อยที่อยู่ในพื้นที่ที่ธุรกิจค้าปลีกต่างชาติไปเปิดจำหน่ายสินค้า</li> <li>2. การจ้างงานใหม่ก็จะได้เพิ่มขึ้นมาก เนื่องจากจะเป็นแค่การย้ายงานจากธุรกิจค้าปลีกที่ไม่เป็นระบบ (Unorganized Retails) ไปอยู่ในธุรกิจที่เป็นระบบ (Organized Retails) เท่านั้น</li> <li>3. เกษตรกรจะตกอยู่ในกำมือของธุรกิจต่างชาติ</li> <li>4. จะมีการนำเข้าสินค้าราคาถูกเข้ามาจำหน่ายมากขึ้น เพราะบริษัทค้าปลีกต่างชาติจะจัดซื้อ/จัดหาสินค้าจากทั่วโลกเพื่อให้ได้ราคาถูกที่สุด</li> <li>5. ระบบพ่อค้าคนกลางจะได้รับผลกระทบอย่างมาก เนื่องจากบริษัทค้าปลีกต่างชาติจะเสาะหาและสั่งซื้อสินค้าเองโดยไม่จำเป็นต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง</li> </ol>

ร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดย่อมของอินเดีย (Kirana)





## บริษัทค้าปลีกต่างชาติพร้อมบุกอินเดีย

การผ่อนคลายระเบียบการลงทุนของบริษัทค้าปลีกต่างชาติครั้งนี้ของรัฐบาลอินเดีย ทำให้บริษัทค้าปลีกต่างชาติขนาดใหญ่ระดับโลกต่างมุ่งหน้าสู่อินเดียทั้งสิ้น หลังจากรอคอยวันนี้มาหลายปีแล้ว เนื่องจากตลาดอินเดียเป็นตลาดที่มีประชากรมากเป็นอันดับสองรองจากจีน แม้ประชากรส่วนใหญ่ยังยากจน แต่ประชากรส่วนที่เป็นชนชั้นกลางและชั้นสูงที่มีกำลังซื้อสูงก็มีอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยบริษัทค้าปลีกต่างชาติเหล่านี้ต่างมุ่งหวังที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดจากตลาดมูลค่า 28.1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ จากธุรกิจค้าปลีกประเภทที่เป็นระบบ (Organized Retails) นี้ ซึ่งในปัจจุบันสัดส่วนของธุรกิจประเภทนี้จะจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า อิเล็กทรอนิกส์ อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น เป็นส่วนใหญ่ (รายละเอียดตามตารางข้างล่าง)

ตารางที่ 2: แสดงสัดส่วนตลาดของธุรกิจค้าปลีกประเภท Organized Retails ในอินเดีย ปี 2554

สินค้า	ยอดขาย (พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)	สัดส่วน (%)
เสื้อผ้า	10.1	36
อิเล็กทรอนิกส์	3.8	14
อาหาร & เครื่องดื่ม	3.5	12
รองเท้า	2.6	9
ร้านอาหาร	2.2	8
นันทนาการ (Leisure)	1.8	6
เฟอร์นิเจอร์	1.7	6
สินค้าจุกจิก	1.5	5
ร้านขายยา	0.7	2
เครื่องสำอาง/ของใช้ส่วนตัว	0.2	1
รวม	28.1	100

ที่มา : Images/IRIS (อัตราแลกเปลี่ยน: 1 เหรียญสหรัฐฯ = 45 รูปี)

สำหรับบริษัทค้าปลีกต่างชาติขนาดใหญ่ที่ให้ความสนใจจะเข้าตลาดอินเดียโดยเข้าไปลงทุนในธุรกิจค้าปลีกประเภท Multi-Brand Retailers มีทั้งจากสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และสวีเดน ซึ่งบางรายก็ได้เข้าตลาดมาก่อนหน้านี้แล้ว อย่างเช่น Wal-Mart จากสหรัฐอเมริกาที่ได้ เข้าตลาดอินเดียมาก่อนในลักษณะบริษัทค้าส่งประเภท Cash & Carry ซึ่งรัฐบาลอินเดียไม่มีข้อห้าม โดยร่วมทุนกับบริษัท Bharti Enterprise ในสัดส่วน 50:50 มาตั้งแต่ปี 2550 ทำให้ Wal-Mart อยู่ในฐานะที่ได้เปรียบที่สุด เนื่องจากมีหุ้นส่วนและได้อยู่ในตลาดมาระยะหนึ่งแล้วด้วย และมีโครงการที่จะเข้าซื้อกิจการร้านค้าปลีก Easy Day ของบริษัท Bharti Enterprise ในเร็ววันด้วย

ส่วนบริษัท Carrefour จากฝรั่งเศสก็ได้เข้าไปประกอบธุรกิจค้าส่งในอินเดียเมื่อปี 2553 ที่ผ่านมา โดยร่วมทุนกับกลุ่มบริษัท Future Group และมีโครงการจะขยายการลงทุนเป็นธุรกิจค้าปลีกประเภท Multi-Brand Retailer ต่อไป สำหรับบริษัท Tesco จากอังกฤษก็ได้เข้าไปประกอบธุรกิจค้าส่งในอินเดียตั้งแต่ปี 2551 โดยร่วมทุนกับบริษัท Trent ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ Tata Group

นอกจากนี้ ยังมีบริษัทต่างชาติจากเยอรมนีอีกหนึ่งบริษัทที่เข้าไปประกอบธุรกิจค้าส่งในอินเดีย และถือเป็นบริษัทต่างชาติบริษัทแรกที่เข้าไปในตลาดค้าส่งของอินเดีย คือ บริษัท Metro AG โดยได้เข้าไปเปิดดำเนินการตั้งแต่ปี 2546 แต่ยังไม่เห็นแผนที่จะขยายเป็นธุรกิจค้าปลีกแต่อย่างใด ส่วน Best Buy จากสหรัฐอเมริกา ได้แสดงความสนใจที่จะเข้าไปร่วมลงทุนกับกลุ่มบริษัท Reliance Retail เพื่อเปิดธุรกิจค้าปลีกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ขณะนี้อยู่ในระหว่างการเจรจา

ตารางที่ 3: บริษัทค้าปลีกต่างชาติประเภท Multi-Brand Retailers

ค้าปลีกรายใหญ่ Multi-Brand	ประเทศ	ยอดขาย (พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)	จำนวนสาขา (Outlets)	จำนวนประเทศ	จำนวนพนักงาน (คน)
Wal-Mart	สหรัฐอเมริกา	419.00 ('54)	9,800	28	2,000,000
Carrefour	ฝรั่งเศส	120.73 ('53)	9,500	32	471,000
Tesco	อังกฤษ	94.76 ('54)	5,380	14	470,000
Metro AG	เยอรมนี	90.18 ('53)	2,100	33	280,000
Target	สหรัฐอเมริกา	67.40 ('53)	1,750	N.A.	350,000
Auchan	ฝรั่งเศส	56.94 ('53)	1,339	12	262,000
Best Buy	สหรัฐอเมริกา	50.30 ('54)	1,100	N.A.	180,000
Ahold	เนเธอร์แลนด์	39.56 ('53)	2,970	N.A.	210,000

สำหรับในธุรกิจค้าปลีกประเภท Single-Brand Retailer ที่บริษัทค้าปลีกต่างชาติได้เข้าไปดำเนินธุรกิจอยู่แล้วในอินเดียตามระเบียบเดิมที่สามารถถือหุ้นได้สูงสุดไม่เกิน 51 % ก็ให้ความสนใจที่จะเข้าไปดำเนินธุรกิจในอินเดียเพิ่มขึ้นอีก เนื่องจากตามระเบียบใหม่บริษัทค้าปลีกต่างชาติเหล่านี้สามารถถือหุ้นได้ถึง 100 % ซึ่งทั้งหมดเป็นบริษัทค้าปลีกสินค้าประเภทเดียวกัน คือ เสื้อผ้าแฟชั่น ได้แก่ Zara, Tommy Hilfiger, Giorgio Armani, Mothercare, Versace และ Mark & Spencer โดยทุกรายก็มีหุ้นส่วนเป็นบริษัทอินเดียอยู่แล้ว แต่อาจจะมีการเจรจาเพื่อปรับสัดส่วนการถือหุ้น หรือแยกออกไปดำเนินธุรกิจเอง

ตารางที่ 4: บริษัทค้าปลีกต่างชาติประเภท Single-Brand Retailers ที่อยู่ในตลาดอินเดียอยู่แล้ว

Brand	ประเทศ	เจ้าของ Brand	JV กับบริษัทอินเดีย
Zara	สเปน	Inditex Group	Trent (ร้านค้าปลีกของ Tata Group)
Tommy Hilfiger	สหรัฐอเมริกา	Van Heusen Corp.	Arvind Brand
Giorgio Armani	อิตาลี	Giorgio Armani	DFL (บริษัทพัฒนาที่ดิน)
Mothercare	อังกฤษ	Mothercare	DFL (สัดส่วน 30:70)
Versace	อิตาลี	Versace	Blue Clothing Company (ซื้อ License)
Mark & Spencer	อังกฤษ	Mark & Spencer	Reliance Retail (สัดส่วน 51:49)

นอกจากนี้ ยังมีบริษัทค้าปลีกต่างชาติประเภท Single-Brand Retailers ที่ยังไม่เคยเข้าตลาดอินเดียมาก่อนก็ได้แสดงความสนใจที่จะเข้าไปลงทุนทันที หากแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการลงทุนของอินเดียชัดเจน ก็คาดว่าห้างจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และของใช้ในบ้าน IKEA จากสวีเดนน่าจะ เข้าไปตลาดอินเดียแน่นอน ตามด้วยบริษัทค้าปลีกเสื้อผ้าอย่าง H & M ของสวีเดน และ GAP ของสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 5: บริษัทค้าปลีกต่างชาติประเภท Single-Brand Retailers ที่สนใจจะเข้าตลาดอินเดีย

ค้าปลีกรายใหญ่ Single-Brand	ประเทศ	สินค้า	ยอดขาย (พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)	จำนวนสาขา	จำนวนประเทศ
IKEA	สวีเดน	เฟอร์นิเจอร์/ของแต่งบ้าน/เครื่องใช้ในบ้าน	30.94 ('53)	320	38
H & M	สวีเดน	เสื้อผ้าแฟชั่น	18.40 ('53)	2,300	41
GAP	สหรัฐอเมริกา	เสื้อผ้าแฟชั่น	14.60 ('53)	3,246	N.A.



อย่างไรก็ตาม ภาคธุรกิจของอินเดียเองก็ตื่นตัวพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งน่าจะส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อธุรกิจค้าปลีกโดยรวมของอินเดีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มบริษัทอินเดียที่ได้ Joint Venture กับบริษัทค้าปลีกต่างชาติระดับโลกอยู่แล้วอย่างบริษัท Bharti Retail ก็พร้อมจะขยายธุรกิจค้าปลีกกับบริษัท Wal-Mart ส่วนบริษัท Trent (Tata Group) ก็พร้อมที่จะ Joint Venture กับบริษัท Tesco ของอังกฤษ และกลุ่มบริษัท Future Group ก็มีความเป็นไปได้ที่จะ Joint Venture กับบริษัท Carrefour ของฝรั่งเศส ยกเว้น กลุ่มบริษัท Reliance Retail ที่มีแผนการชัดเจนว่าจะขยายกิจการค้าปลีกของตนเอง โดยไม่ร่วมทุนกับบริษัทค้าปลีกต่างชาติรายใดเลย

ตารางที่ 6: การตอบสนองต่อนโยบายผ่อนคลายระเบียบการลงทุนในธุรกิจค้าปลีกต่างชาติของบริษัทอินเดีย

บริษัทค้าปลีกอินเดีย	สถานะและแผนในอนาคต
Reliance Retail	มีแผนที่จะขยายกิจการค้าปลีกของตนเองโดยไม่ร่วมทุนกับบริษัทค้าปลีกต่างชาติ (ปี 2553 ที่ผ่านมามียอดขายประมาณ 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)
Bharti Retail	ปัจจุบันร่วมทุนอยู่กับ Wal-Mart (ธุรกิจค้าส่งรัฐบาลอนุญาตอยู่แล้ว) มีร้านค้าปลีก Easy Day จำนวน 150 สาขาอยู่แล้ว มีความเป็นไปได้สูงกว่า Wal-Mart จะร่วมทุนในธุรกิจค้าปลีกด้วย
Trent (Tata Group)	มีความเป็นไปได้ที่จะ Joint Venture กับ Tesco ของอังกฤษ
Future Group	มีความเป็นไปได้ที่จะ Joint Venture กับ Carrefour ของฝรั่งเศส เนื่องจากขณะนี้บริษัทต้องการเงิน
Spencer's Retail	มีความเป็นไปได้ที่จะ Joint Venture กับบริษัทค้าปลีกต่างชาติ รายใดรายหนึ่ง เนื่องจากปัจจุบันกำลังมองหาผู้ร่วมทุนอยู่แล้ว
Aditya Birla Retail	ปัจจุบันดำเนินกิจการไฮเปอร์มาร์เก็ตภายใต้ชื่อ “More Megastore” และซูเปอร์มาร์เก็ต “More” อยู่แล้ว มีความสนใจที่จะลงทุนร่วมกับบริษัทค้าปลีกต่างชาติ

## บทสรุปสำหรับประเทศไทย

1. การผ่อนคลายนโยบายการลงทุนค้าปลีกจากต่างประเทศของอินเดียมีแง่มุมที่น่าสนใจมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รัฐบาลอินเดียได้มีนโยบายผ่อนคลายนโยบายที่ยังมีข้อกำหนดต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรมผูกมัดไว้ด้วยที่จะทำให้การผ่อนคลายนโยบายนี้ไม่ได้เสร็จสิ้นเกินไป และไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นรายย่อย (Unorganized Retails) ที่เรียกว่า “Kirana” ซึ่งมีอยู่จำนวนมากมายมหาศาล ต้องเดือดร้อนจนอยู่ในธุรกิจไม่ได้
2. ตลาดอินเดียซึ่งเป็นตลาดใหญ่อันดับสองของโลกและเป็นตลาดที่มีศักยภาพได้ผ่อนคลายนโยบายในการเข้าตลาดแล้ว ทำให้บริษัทค้าปลีกต่างชาติเริ่มทยอยเข้าไปแสวงหาโอกาสกันอย่างถ้วนนหน้าในทุกประเภทสินค้า ธุรกิจค้าปลีกของไทยจึงอาจจะต้องหันกลับไปมองตลาดอินเดียอีกครั้ง และเลือกประเภทธุรกิจค้าปลีกที่อาจจะมีโอกาสเข้าไปแข่งขันในตลาดได้เช่นกัน โดยเฉพาะ Single-Brand Retailers เช่น ร้านอาหาร เสื้อผ้าแฟชั่น โรงภาพยนตร์ครบวงจร ฯลฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ

25 พฤศจิกายน 2554

