



สาธารณรัฐอินเดีย



REPUBLIC OF INDIA

คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐอินเดีย



จัดทำโดย
กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

หนังสือชื่อ : คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐอินเดีย
ชื่อผู้แต่ง : กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์
ปีที่แต่ง : ตุลาคม 2554
จำนวนที่พิมพ์ : 2,000 เล่ม
จำนวนหน้า : 136 หน้า
ISBN : 978-974-9915-86-8
พิมพ์ที่ : สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก
22/77 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจันทระเกษม
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. (662) 511 5066 - 77 ต่อ 382, 384
โทรสาร (662) 513 6413

คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐอินเดีย

กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

44/100 ถนนนนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทร. (662) 507 7999 โทรสาร (662) 507 7722, (662) 547 5657 - 8

เว็บไซต์ : <http://www.depthai.go.th>



คำนำ

ข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงได้มอบหมายให้สำนักพัฒนาการตลาดระหว่างประเทศจัดทำหนังสือคู่มือการค้าและการลงทุนรายประเทศขึ้น เพื่อให้นักธุรกิจ ผู้ส่งออก และนักลงทุนไทยรวมถึงผู้สนใจทั่วไปได้มีโอกาสใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่มนี้ อย่างเต็มที่

“คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐอินเดีย” ประกอบด้วย สารบัญเกี่ยวกับทิศทางการค้าและการลงทุนในประเทศสาธารณรัฐอินเดีย ตลอดจนเกร็ดความรู้เกี่ยวกับธรรมเนียมปฏิบัติในการติดต่อธุรกิจซึ่งรวบรวมจาก สำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เพิ่มเติมด้วยข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยตรงเพื่อให้ได้เนื้อหาที่ครบถ้วนสมบูรณ์ นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่าง รู้เท่าทัน ส่งเสริมให้นักธุรกิจไทยสามารถใช้ประโยชน์จากกฎระเบียบและข้อตกลงทางการค้าต่างๆ ได้อย่างคุ้มค่า ทั้งยังเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับ กระแสการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะการก้าวสู่การเป็นประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC) ในปี 2558

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสนับสนุนให้การ จัดทำหนังสือ “คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐอินเดีย” สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สำนักพัฒนาการตลาดระหว่างประเทศ
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
1. ข้อมูลพื้นฐาน	1
1.1 สภาพภูมิประเทศ	1
1.2 สภาพภูมิอากาศ	1
1.3 เมืองสำคัญ	2
1.4 การแบ่งเขตการปกครอง	3
1.5 ระบบการปกครอง	4
1.5.1 การบริหารรัฐบาลกลาง	
1.5.2 คณะผู้บริหารประเทศในปัจจุบัน	
1.5.3 การบริหารระดับรัฐ	
1.5.4 การเมือง	
1.6 ประชากร/สังคม/วัฒนธรรม	10
1.7 ภาษาราชการ	11
1.8 สกุลเงิน	11
1.9 เวลา	12
1.10 วันหยุดนักขัตฤกษ์	12
1.11 เส้นทางคมนาคม	12
1.11.1 ถนน	
1.11.2 ทางรถไฟ	
1.11.3 การขนส่งทางน้ำ	
1.11.4 การขนส่งทางอากาศ	
1.12 ระบบการเงินการธนาคาร	15
1.13 เมืองเศรษฐกิจร้อนแรงของอินเดีย 10 เมือง	16
1.14 ข้อมูลทางเศรษฐกิจที่สำคัญในเขตพื้นที่ทางตะวันตก ของสาธารณรัฐอินเดีย	22
1.15 ข้อมูลทางเศรษฐกิจในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของอินเดีย	28
2. เศรษฐกิจการค้า	30
2.1 ภาวะเศรษฐกิจ	30
2.2 เศรษฐกิจอินเดียในปี 2010	32
2.3 เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจสำคัญ	34
2.4 อัตราดอกเบี้ยและอัตราเงินเฟ้อของอินเดีย	34

2.5 นโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า	35
2.6 การค้าระหว่างประเทศของอินเดียกับทั่วโลก	36
2.7 การค้ากับประเทศไทย	37
2.7.1 การส่งออก	
2.7.2 การนำเข้า	
2.7.3 ความร่วมมือการค้าระหว่างประเทศไทย-อินเดีย	
2.8 กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า	42
2.8.1 มาตรการด้านภาษี	
2.8.2 มาตรการที่มิใช่ภาษี	
2.9 โอกาสทางการค้าและปัญหาอุปสรรค	46
3. รายงานสินค้าและตลาดที่น่าสนใจ	50
3.1 อาหารฮาลาล	50
3.2 น้ำผลไม้	52
3.3 ผักผลไม้ของอินเดีย	53
3.4 ยางพารา	58
3.5 รถจักรยานยนต์และรถสามล้อในอินเดีย	59
3.6 เทศกาลดิवाลี ปีใหม่อินเดีย- เทศกาลแห่งการเจาะตลาดอินเดีย	60
3.7 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอินเดีย	63
3.8 พฤติกรรมการบริโภคของวัยรุ่นอินเดีย	63
3.9 อุตสาหกรรมก่อสร้างของไทย	71
3.10 ธุรกิจสปาในอินเดีย	75
4. การลงทุน	77
4.1 การลงทุนจากต่างประเทศ	77
4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน	78
4.3 กฎระเบียบการลงทุน (FDI Policy)	78
4.4 ข้อกำหนดในการลงทุนต่างชาติ	80
4.5 นโยบายส่งเสริมการลงทุน	80
4.6 ภาษี	82
4.7 แรงงานและภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรมที่น่าสนใจลงทุน	86
4.8 อัตราค่าแรงขั้นต่ำตามกฎหมายแรงงานอินเดีย	86
4.9 หลักเกณฑ์การเอาเงินกลับประเทศ	87
4.10 โอกาสความร่วมมือทางด้านการลงทุนราย สาขาอุตสาหกรรมไทย-อินเดีย	87
4.11 เส้นทางลงทุนในภาคอีสานของอินเดีย	88

5. ข้อมูลที่น่าสนใจในการดำเนินธุรกิจออนไลน์	91
5.1 การจัดตั้งสำนักงานตัวแทน	91
5.2 การจดสิทธิบัตร	91
5.3 แนวทางการจัดตั้งร้านอาหารและภัตตาคารไทยในอินเดีย	91
5.4 ข้อมูลและภาพตลาดการค้า (ตลาด ห้างสรรพสินค้า แหล่งค้าขายทั้งส่งและปลีก สภาพความเป็นอยู่ของคน เมือง / ชนบท)	99
5.5 เทียบวินระหว่างไทย – อินเดีย	101
5.6 เว็บไซต์สำคัญ	101
 6. คำถามที่พบบ่อยๆ	 102
6.1 อัตราภาษี	102
6.2 รูปแบบการชำระเงินในอินเดีย	104
6.3 เส้นทางขนส่งสินค้าไทย เข้าไปเมืองสำคัญต่างๆ	105
6.4 หน่วยการนับเงินของอินเดีย	106
6.5 เกร็ดอื่นๆ ที่ผู้ส่งออกควรทราบ	106
6.6 เทศกาลหรือประเพณีที่สำคัญของอินเดีย	110
 7. หน่วยงานติดต่อสำคัญ / รายชื่อห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	 112
7.1 สถานเอกอัครราชทูตไทย / สถานกงสุลไทย	112
7.2 สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	113
7.3 บริษัทการบินไทย	114
7.4 ธนาคารกรุงไทย	115
7.5 รายชื่อห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	115
7.6 รายชื่อร้านอาหารไทย Delhi, Kolkata, Gurgaon & Mumbai	117
 8. ข้อมูลอ้างอิง	 121

สาธารณรัฐอินเดีย (Republic of India)



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 สภาพภูมิประเทศ

- ตั้งอยู่ในเอเชียใต้ มีพรมแดนติดกับ 6 ประเทศ คือ จีน เนปาล ภูฏาน ในตอนเหนือ ทิศตะวันตกเฉียงเหนือจรดปากีสถาน ทิศตะวันออกจรดบังกลาเทศ และทิศตะวันออกเฉียงเหนือจรดพม่า

- มีดินแดนในอาณัติ คือ หมู่เกาะนิโคบาและอันดามัน ซึ่งอยู่ห่างจากชายฝั่งด้านตะวันตกของประเทศไทยเพียง 300 กิโลเมตร ทั้งนี้ เมืองหลักของหมู่เกาะคือพอร์ตแบร์ ซึ่งมีความตกลง Sister City กับเกาะภูเก็ตของไทย

- พื้นที่ 3,287,590 ตารางกิโลเมตร ใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก จึงเรียกว่าเป็น “อนุทวีป” มีขนาดใหญ่กว่าประเทศไทย 6 เท่า มีพื้นที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกกว่าร้อยละ 54 ของพื้นที่ทั้งหมด มีพื้นที่ชลประทานมากเป็นอันดับ 1 ของโลก และมีอาณาเขตทางทะเลยาว 7,516.6 กิโลเมตร ติดอ่าวเบงกอล (ทิศตะวันออก) ทะเลอาหรับ (ทิศตะวันตก) และมหาสมุทรอินเดีย (ทิศใต้)

1.2 สภาพภูมิอากาศ

มีความแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละภูมิภาค เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมฤดูร้อนและฤดูหนาว และมีพื้นที่กว้างใหญ่มักประสบภัยธรรมชาติ ได้แก่ น้ำท่วมฉับพลัน แผ่นดินไหว ภัยแล้ง

และแผ่นดินถล่ม ตอนเหนืออยู่ในเขตหนาว ขณะที่ตอนใต้อยู่ในเขตร้อน

- **ภาคเหนือ** มี 4 ฤดู คือ ฤดูหนาว (ธันวาคม - กุมภาพันธ์) ฤดูร้อน (มีนาคม - มิถุนายน) ฤดูลมมรสุม (มิถุนายน - กันยายน) และฤดูหลังมรสุม (ตุลาคม - พฤศจิกายน) อุณหภูมิเฉลี่ยในที่ราบช่วงฤดูร้อน ประมาณ 35° C และฤดูหนาว ประมาณ 10° C

- **ภาคใต้** ภูมิอากาศคล้ายประเทศไทย โดยมี 3 ฤดู คือ ฤดูหนาว (ธันวาคม - กุมภาพันธ์) ฤดูร้อน (มีนาคม - กันยายน) ฤดูฝน (ตุลาคม - พฤศจิกายน)

1.3 เมืองสำคัญ

- **กรุงนิวเดลี** เป็นเมืองหลวงของประเทศอินเดีย เป็นศูนย์กลางในการติดต่อประสานงานทั้งภาครัฐ และเอกชนในระดับประเทศ

- **เมืองมุมไบ** ซึ่งเป็นเมืองหลวงของรัฐมหาราษฏระ มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ เป็นศูนย์กลางการค้าและการเงินของอินเดีย โดยเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของสถาบันทางการเงินเกือบทุกแห่ง รวมทั้งตลาดหลักทรัพย์ที่ใหญ่ที่สุดของอินเดียและเก่าแก่ที่สุดของเอเชียอย่าง Bombay Stock Exchange

- **เมืองบังгалอร์** เป็นเมืองหลวงของรัฐคาร์นาทากะ ซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญในภาคการผลิตของอินเดีย ทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรม มีโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในระดับดีมาก เมื่อเทียบกับเมืองอื่นเป็นศูนย์กลางด้านการผลิตสินค้าเทคโนโลยีสูง และ IT

- **เมืองเจนไน** เป็นเมืองหลวงของรัฐทมิฬนาฑู มีประชากร 7.5 ล้านคน อุตสาหกรรมสำคัญ คือ รถยนต์ IT (Software & Hardware และการบริการด้านสุขภาพ เป็นผู้ส่งออกสินค้า IT โดยเฉพาะสินค้า Software มากเป็นอันดับสองรองจากบังกลอร์

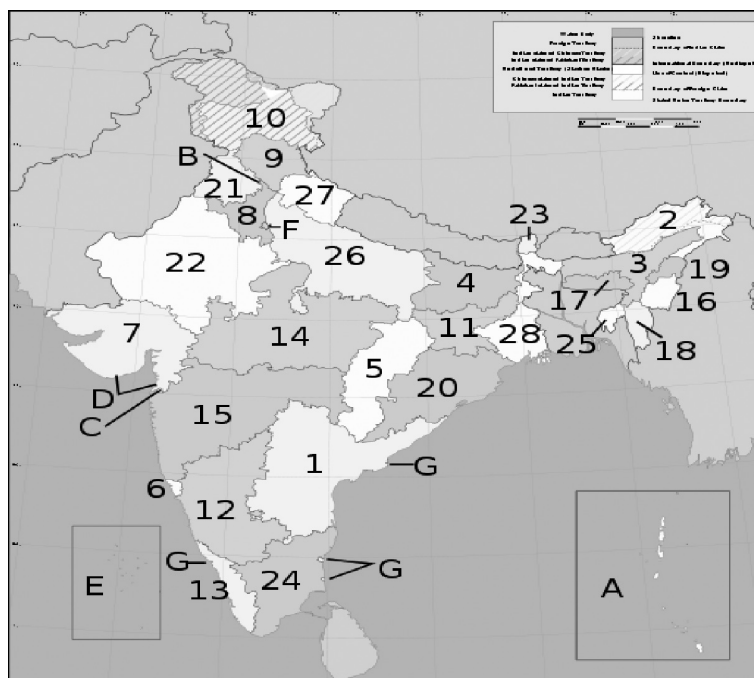
- **เมืองไฮเดอราบัด** เป็นเมืองหลวงของรัฐอันดราประเทศ มีประชากร 7 ล้านคน เป็นเมืองที่มีความหลากหลายด้านภาษาวัฒนธรรม และความรู้แขนงต่างๆ ในด้านเศรษฐกิจไฮเดอราบัดมีชื่อเสียงด้านไข่มุกและการเป็นศูนย์กลางด้านเทคโนโลยีชีวภาพ

- **เมืองกัลกัตตา** เป็นเมืองหลวงของรัฐเบงกอลตะวันตก และเคยเป็นเมืองหลวงของประเทศอินเดียในปัจจุบันเป็นเมืองสำคัญทางด้านการค้าและอุตสาหกรรมของอินเดียโดยเฉพาะอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและการผลิตรถยนต์

- **เมืองสำคัญอื่นๆ** ได้แก่ อาห์เมดาบัด ปูเน่ สุรัต และกานปูร์

- **เมืองท่า** ได้แก่ เจนไน, Jawaharal Nehru (JNPT), กัลกัตตา, มุมไบ, Haldia, วิสาขาปัตนัม, Mormugao, Kochi, Ennore, Kandla และ Sikka

1.4 การแบ่งเขตการปกครอง อินเดียแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 29 รัฐ (States) (ซึ่งแบ่งย่อยลงเป็นเขต) และ 6 ดินแดนสหภาพ (Union Territories) ได้แก่



สหพันธรัฐ (Federal System) แบ่งออกเป็น 29 รัฐ		สหภาพอาณาเขตของรัฐบาลกลาง
1. อานธรประเทศ	15. มหาราษฏระ	A. หมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์
2. อรุณาจัลประเทศ	16. มณีปุระ	B. จัณซีครห์
3. อัซสัม	17. เมฆาลัย	C. ดาดราและนครทเวลี
4. พิหาร	18. มิโซรัม	D. ดามันและดีอู
5. ฉัตติสครห์	19. นาคาแลนด์	E. ลักขทวีป
6. กัว	20. โอริสสา	G. พอนดีเชอรี
7. กุชราต	21. ปัญจาบ	
8. हरยาणा	22. ราชสถาน	
9. หิมาจัลประเทศ	23. สิกขิม	
10. จัมมูและแคสเมียร์	24. ทมิฬนาฑู	
11. ฉาร์ขัณฑ	25. ตริปุระ	
12. กรณาฏกะ	26. อุตรประเทศ	
13. เกลระ	27. อุตรราชัณฑ	
14. มัธยประเทศ	28. เบงกอลตะวันตก	
	29. นิวเดลี	

1.5 ระบบการปกครอง

อินเดียเป็นประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยในระบบรัฐสภา มีประธานาธิบดีเป็นประมุขของประเทศ และกระจายอำนาจการปกครองในลักษณะสหพันธรัฐ (Federal System) แบ่งออกเป็น 29 รัฐ และ 6 สหภาพ อาณาเขตของรัฐบาลกลาง (Union Territories) รัฐธรรมนูญอินเดียแบ่งแยกอำนาจระหว่างรัฐบาลกลางและรัฐบาลมลรัฐ (State Government) อย่างชัดเจน โดยรัฐบาลกลางดำเนินการเรื่องการป้องกันประเทศ ด้านนโยบายต่างประเทศ การทหาร การรถไฟ การบินและการคมนาคมอื่นๆ ด้านการเงิน ด้านกฎหมายอาญา ฯลฯ ส่วนรัฐบาลมลรัฐมีอำนาจในการรักษาความสงบเรียบร้อยและรักษากฎหมายการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของแต่ละมลรัฐ

1.5.1 การบริหารรัฐบาลกลาง แยกอำนาจระหว่างฝ่ายตุลาการ ฝ่ายนิติบัญญัติ และฝ่ายบริหาร โดยฝ่ายนิติบัญญัติประกอบด้วย 2 สภา คือ

- **ราชยสภา (Rajya Sabha) หรือวุฒิสภา** ตามรัฐธรรมนูญบัญญัติให้ราชยสภา มีสมาชิก 250 คน ปัจจุบันมีสมาชิก 245 คน โดย 12 คน จะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่างๆ ที่ได้รับการแต่งตั้งจากประธานาธิบดีทุก 2 ปี และอีก 233 คน มาจากการเลือกตั้งทางอ้อม เป็นผู้แทนของรัฐและ Union Territories

- **โลกสภา (Lok Sabha) หรือสภาผู้แทนราษฎร** มีสมาชิก 545 คน โดยสมาชิก 543 คน มาจากการเลือกตั้งโดยตรง (530 คน มาจากแต่ละรัฐ ส่วนอีก 13 คน มาจาก Union Territories) และอีก 2 คน มาจากการคัดเลือกของประธานาธิบดีจากกลุ่มอินโด-อารยันในประเทศ ทั้งนี้มีวาระคราวละ 5 ปี เว้นเสียแต่จะมีการยุบสภาฝ่ายบริหาร

1.5.2 คณะผู้บริหารประเทศในปัจจุบัน

- **ประธานาธิบดี** เป็นประมุขของรัฐและเป็นหัวหน้าคณะผู้บริหาร (Head of Executive of the Union) ประกอบด้วยรองประธานาธิบดี นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐบาล ประธานาธิบดีได้รับการเลือกตั้งทางอ้อมจากผู้แทนของทั้ง 2 สภา รวมทั้งสภานิติบัญญัติของแต่ละรัฐ ดำรงตำแหน่ง

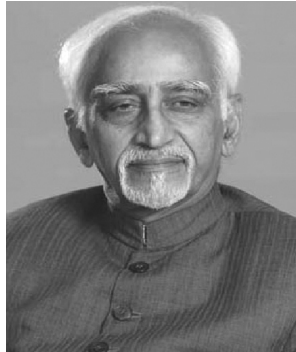


ประธานาธิบดีคนปัจจุบัน คือ H.E. Mrs. Pratibha Devisingh Patil

คราวละ 5 ปี สามารถลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นวาระที่ 2 ได้

ประธานาธิบดีคนปัจจุบันคือนางประติพาปาทิล(H.E.Mrs.Pratibha Devisingh Patil) เป็นประธานาธิบดีคนที่ 13 และเป็นประธานาธิบดีหญิงคนแรกของอินเดีย เข้ารับตำแหน่งเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2007

- **รองประธานาธิบดี** ได้รับการเลือกตั้งทางอ้อมจากผู้แทนของทั้ง 2 สภา ดำรงตำแหน่งคราวละ 5 ปี และเป็นประธานราชสภาโดยตำแหน่ง



รองประธานาธิบดีอินเดียคนปัจจุบัน คือ H.E. Mr. Shri M. Hamid

- **นายกรัฐมนตรี** เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารอย่างแท้จริง ดำรงตำแหน่งคราวละ 5 ปี ได้รับการแต่งตั้งโดยตรงจากประธานาธิบดี เป็นหัวหน้าคณะรัฐมนตรี (Council of Ministers) ซึ่งประกอบด้วย รัฐมนตรี (Ministers) รัฐมนตรีที่ขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรี (Ministers of State - Independent Charge) และรัฐมนตรีช่วยว่าการ (Ministers of State) รับผิดชอบโดยตรงต่อโลกสภาฝ่ายตุลาการอำนาจตุลาการเป็นอำนาจอิสระไม่ขึ้นกับฝ่ายบริหาร มีหน้าที่ปกป้องและตีความรัฐธรรมนูญ ศาลฎีกา (Supreme Court) เป็นศาลสูงสุดของประเทศ ผู้พิพากษาประจำศาลฎีกา มีจำนวนไม่เกิน 25 คน แต่งตั้งโดยประธานาธิบดี ระดับรัฐ มีศาลสูง (High Court) เป็นศาลสูงสุดของแต่ละรัฐ รองลงมาเป็น Subordinate Courts ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ



นายกรัฐมนตรีคนปัจจุบัน คือ H.E. Dr. Manmohan Singh

นายกรัฐมนตรีคนปัจจุบันคือ นายมานโมฮาน ซิงห์ (H.E. Dr. Manmohan Singh) ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีคนที่ 14 เข้ารับตำแหน่งสมัยแรก เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2004 และเข้ารับตำแหน่งสมัยที่สองเมื่อปี 2009 เกิดเมื่อวันที่ 26 กันยายน ค.ศ. 1932 (79 ปี) สมรสแล้วกับ Mrs. Gursharan Kaur และมีลูกสาวสามคน จบการศึกษาปริญญาเอกด้านเศรษฐศาสตร์ จาก University of Oxford ปริญญาโท และตรีด้านเศรษฐศาสตร์ จาก Panjab University



สำหรับรัฐมนตรีพาณิชย์และอุตสาหกรรมคนปัจจุบันคือ นายอนันต์ ชาร์มา H.E. Mr. Anand Sharma เกิดเมื่อวันที่ 5 มกราคม ค.ศ. 1953 (58 ปี) สมรสแล้วกับ ดร. Zenobia Sharma มีลูกชายสองคน จบการศึกษานิติศาสตร์ จาก Himachal Pradesh University, India ดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรม ตั้งแต่ปี 2009 จนถึงปัจจุบัน และเคยดำรงตำแหน่ง The Union Minister of State for Information & Broadcasting และ The Union Council of Ministers with responsibility for Foreign Affairs

1.5.3 การบริหารระดับรัฐ

โครงสร้างของฝ่ายบริหารในแต่ละรัฐ ประกอบด้วย ผู้ว่าการรัฐ (Governor) เป็นประมุข ได้รับการแต่งตั้งโดยตรงจากประธานาธิบดี รัฐบาลมลรัฐ (State Government) ประกอบด้วยมุขมนตรี (Chief Minister) เป็นหัวหน้า และคณะรัฐมนตรีประจำรัฐ (State Ministers) ทั้งนี้ รัฐบาลแห่งรัฐจะมาจากพรรคการเมือง หรือได้รับแต่งตั้งจากสภานิติบัญญัติแห่งรัฐ (Legislative Assembly)

1.5.4 การเมือง

อินเดียมีพรรคการเมืองมากมายทั้งในระดับชาติมลรัฐ และระดับท้องถิ่น โดยมีพรรคระดับชาติที่สำคัญ ได้แก่ พรรคคองเกรส (Congress) พรรคภารตียะ ชนตะ (Bhartiya Janata Party: BJP) พรรคคอมมิวนิสต์อินเดีย (Communist Party of India) พรรคคอมมิวนิสต์อินเดียมาร์คซิสต์

(Communist Party of India-Marxist) และพรรคชนตะดาล (Janata Dal) ในการเลือกตั้งทั่วไปครั้งที่ 14 เมื่อเดือนพฤษภาคม 2004 พรรคคองเกรสมีจำนวนผู้แทนที่ได้รับเลือกเข้าสู่โลกสภามากที่สุดเป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลผสมภายใต้ชื่อพันธมิตรแห่งความก้าวหน้าหนึ่งเดียว (United Progressive Alliance: UPA) ชนกลุ่มพันธมิตรประชาธิปไตยแห่งชาติ (National Democratic Alliance: NDA) ซึ่งเคยรวมตัวกันเป็นรัฐบาลชุดก่อนของอินเดีย นำโดยพรรค BJP โดยรัฐบาลชุดปัจจุบันมีนายมานโมฮานซิงห์ เป็นนายกรัฐมนตรีคนที่ 14 ของอินเดีย และเป็นผู้นำเชื้อสายซิกข์คนแรกของประเทศ รวมทั้งได้รับการขนานนามว่า เป็นสถาปนิกแห่งการปฏิรูปเศรษฐกิจของอินเดีย รัฐบาลผสมได้ร่วมกันจัดทำแผนพัฒนาชาติ (National Common Minimum Programme) เพื่อแก้ปัญหาความมั่นคงภายในประเทศ ลดปัญหาความรุนแรงในสังคมและความขัดแย้งระหว่างชนชั้นวรรณะ (ศาสนาซิกข์ไม่เชื่อในเรื่องวรรณะ และไม่เชื่อในเรื่องความแตกต่างทางศาสนา นายซิงห์จึงสามารถทำหน้าที่ประสานความคิดกับพรรคร่วมรัฐบาลได้เป็นอย่างดี) พัฒนาและส่งเสริมบทบาทของประชาชนส่งเสริมการตรวจสอบความโปร่งใสของรัฐบาล เพื่อสร้างธรรมาภิบาล ให้โอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชนที่ด้อยโอกาสรวมทั้งปรับปรุงความสัมพันธ์กับปากีสถานประเทศมหาอำนาจ และประเทศอื่นๆ ที่เป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ในช่วงรัฐบาลซิงห์ 1



กลับพบกับแรงกดดันของพรรคการเมืองฝ่ายซ้ายและพรรคร่วมรัฐบาลที่เฝ้าตรวจสอบและโจมตีนโยบายเศรษฐกิจและการต่างประเทศตลอดเวลา ทำให้บางโครงการต้องสะดุดลง แม้ว่าพรรค BJP เป็นแกนนำฝ่ายค้านกลับไม่มีบทบาทในการกดดันรัฐบาลมากนัก ส่วนพรรคการเมืองฝ่ายซ้ายที่มีฐานเสียงในรัฐเบงกอลตะวันตก และรัฐเกรละ ได้โจมตีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศในกิจการค้าปลีกกิจการประกันภัย กิจการธนาคาร และการปรับปรุงท่าอากาศยาน นอกจากนี้ พรรคการเมืองฝ่ายซ้ายโจมตีและคัดค้านการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่เอนเอียงเข้ากับสหรัฐอเมริกาอันเกินควรรวมทั้งการทำข้อตกลงโครงการนิวเคลียร์กับสหรัฐฯ เนื่องจากเห็นว่าล่อแหลมต่อความมั่นคงของประเทศ และข้อตกลงนี้ทำให้อินเดียเสียเปรียบ รวมทั้งขาดเสรีภาพในการสั่งซื้อน้ำมันและก๊าซจากอิหร่าน โดยบรรดาพรรคการเมืองฝ่ายซ้ายได้ถอนตัวจากการเป็นพรรคร่วมรัฐบาลเมื่อเดือนมิถุนายน 2008 และยื่นอภิปรายไม่ไว้วางใจรัฐบาลเมื่อเดือนกรกฎาคม 2008 ซึ่งฝ่ายรัฐบาลชนะการลงคะแนนเสียงไม่ไว้วางใจอย่างหวุดหวิด โดยได้รับเสียงสนับสนุนจากหลายพรรคเล็กและสมาชิกผู้แทนราษฎรอิสระให้อยู่บริหารประเทศจนครบวาระ

ผลการเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎร (โลกสภา) ครั้งที่ 15 เมื่อ 16 พฤษภาคม 2009 ปรากฏว่า พันธมิตรแนวร่วมก้าวหน้า (UPA) นำโดยพรรคอินเดียนเนชั่นแนลคองเกรส (INC) หรือพรรคคองเกรสของนายมันโมฮาน ซิงห์ กลับเข้ามาเป็นนายกรัฐมนตรีอีกครั้งหนึ่งและจัดตั้งรัฐบาลซิงห์ 2 มีคะแนนนำเหนือพันธมิตรประชาธิปไตยแห่งชาติ (NDA) ภายใต้การนำของพรรคการติยะ ชนะตะ (BJP) แกนนำฝ่ายค้านอย่างขาดลอย โดยพรรคคองเกรส และพันธมิตรซึ่งมีคะแนนเสียงรวมกัน 260 คะแนน ต้องอาศัยเสียงสนับสนุนจากกลุ่มแนวร่วมอื่นอีกเพียงเล็กน้อย (เช่น พรรค DMK, Dravida Munnetra Kazhagam) เพื่อให้มีคะแนนเกิน 272 จากทั้งหมด 543 ที่นั่งในสภาในการจัดตั้งรัฐบาลชุดใหม่ ทั้งนี้การเลือกตั้งโลกสภาที่มีขึ้นท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจโลกและส่งผลให้เศรษฐกิจอินเดียประสบกับภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจครั้งร้ายแรงที่สุดในรอบหลายปีที่ผ่านมา นับเป็นประเด็นท้าทายสำคัญที่อาจจะส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของรัฐบาลชุดใหม่โดยเฉพาะการออกมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจที่จะนำพาเศรษฐกิจอินเดียมูลค่า 1.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของเอเชียรองจากจีน และญี่ปุ่น ให้มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 8 ต่อปี เพื่อที่จะลดปัญหาความยากจนในประเทศ



อย่างไรก็ตาม ที่นั่งในรัฐสภาของพรรคองเกรสที่เพิ่มขึ้นถึง 60 ที่นั่ง สวนทางกับพรรคคอมมิวนิสต์หนึ่งในพรรคร่วมรัฐบาล ซึ่งมีแนวทางต่อต้านการลงทุนของต่างชาติที่มีคะแนนเสียงลดลงจาก 43 เหลือ 16 ที่นั่ง ส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติ มีความเชื่อมั่นต่อเสถียรภาพทางการเมืองของรัฐบาลชุดใหม่มากขึ้น รวมถึงแนวโน้มการผ่านกฎหมายถือครองทรัพย์สินของต่างชาติและการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นหนึ่งในอุปสรรคการลงทุนของต่างชาติในอินเดียมาโดยตลอด ชัยชนะอย่างถล่มทลายของพรรคองเกรสในการเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎร ส่งผลให้รัฐบาลชิงที่ 2 มีความเข้มแข็งทางการเมืองมากขึ้น สิ่งสำคัญประการแรกที่รัฐบาลอินเดียได้เร่งดำเนินการผลักดันให้เศรษฐกิจมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 8 ต่อปี เพื่อจัดปัญหาความยากจนในประเทศโดยรัฐบาลอินเดียกลายเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลังจากตลาดในประเทศชะลอตัวอย่างมาก

การกลับมาจัดตั้งรัฐบาลอีกครั้งของพรรคองเกรสด้วยคะแนนเสียงที่เพิ่มขึ้นจากการเลือกตั้งครั้งก่อนจะช่วยเปิดโอกาสการลงทุนให้กับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้าไปลงทุนในอินเดีย โดยเฉพาะในแง่ของการเปิดเสรีสาขาการลงทุนและการผ่อนคลายข้อจำกัดการถือครองทรัพย์สินของนักลงทุนต่างชาติ นอกจากนี้ ความต่อเนื่องของการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและแนวโน้มที่รัฐบาลอินเดียจะกู้เงินเพื่อนำมากระตุ้นเศรษฐกิจได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานทั่วประเทศและการสร้างการจ้างงานให้กับประชาชน โดยเฉพาะในชนบท ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสให้กับการลงทุนในภาคก่อสร้างและการส่งออกสินค้าของไทย





1.6 ประชากร/สังคม/วัฒนธรรม

‘อินเดียมีภาษาราชการกว่า 22 ภาษา ซึ่งฮินดีเป็นภาษาประจำชาติที่ใช้กันมากที่สุดและใช้ภาษาอังกฤษในวงราชการและธุรกิจ แม้ว่าประชากรกว่าร้อยละ 82 นับถือศาสนาฮินดู แต่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม (ร้อยละ 13.4 ที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก’

อินเดียมีประชากร 1,210 ล้านคน (ณ วันที่ 1 มีนาคม 2011) แม้ว่าอินเดียจะมีพื้นที่เพียงร้อยละ 2.4 ของโลก แต่เป็นแหล่งอาศัยของคนมากกว่าร้อยละ 15 ของประชากรโลกรองจากจีนและเป็นผู้อารยธรรมของโลก คนอินเดียส่วนที่มีอยู่มากกว่า 550,000 แห่ง และส่วนที่เหลือก็กระจุกตัวอยู่ตามเมืองใหญ่ของประเทศ เช่น มุมไบ นิวเดลี กัลกัตตา บังกลอร์ เจนไน ไฮเดอราบัด อาห์เมดาบัด ปูเน่ สุรติ และกานปูร์ อินเดียเป็นสังคมที่มีความหลากหลายด้านเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม โดยมีศาสนาวรรณะ และภาษา เป็นปัจจัยหลักกำหนดรูปแบบสังคมและการเมืองในทุกวันนี้ อินเดียมีภาษาราชการกว่า 22 ภาษา ซึ่งฮินดีเป็นภาษาประจำชาติที่ใช้กันมากที่สุด และใช้ภาษาอังกฤษในวงราชการและธุรกิจ แม้ว่าประชากรกว่าร้อยละ 82 นับถือศาสนาฮินดู แต่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม (ร้อยละ 13.4) ที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากอินโดนีเซีย และปากีสถาน อีกทั้งยังมีผู้นับถือศาสนาอื่น เช่น คริสเตียน ซิกข์ พุทธ และเจน การจัดลำดับชั้นทางสังคมและอาชีพในอินเดียเป็นการสะท้อนอิทธิพลของระบบวรรณะ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดวาง ควบคุมและบริหารโครงสร้างสังคมอินเดีย และควบคุมระบบความสัมพันธ์ของทุกๆ ส่วน ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ อาชีพหรือแม้แต่การเมืองของอินเดียตั้งแต่สมัยโบราณวรรณะที่สำคัญ

มี 4 วรรณะ คือ (1) วรรณะพราหมณ์ ได้แก่ นักบวช ปัจจุบันอาจตีความไปถึง นักวิชาการ นักวิทยาศาสตร์และนักการเมือง (2) วรรณะกษัตริย์ ได้แก่ นักรบ ซึ่งอาจรวมไปถึงข้าราชการ (3) วรรณะแพศย์ ได้แก่ พ่อค้า นักธุรกิจ (4) วรรณะศูทร ได้แก่ ผู้ใช้แรงงาน ชาวนา กรรมกร และคนยากจน ซึ่งสามารถแรกเป็นชนชั้นผู้ปกครอง วรรณะสุดท้ายเป็นผู้ถูกปกครองแม้ว่า วรรณะเหล่านี้เป็นที่เข้าใจทั่วไปในอินเดีย แต่ยังมีแบ่งวรรณะต่ำสุดในสังคม อีกนัยหนึ่งเรียกว่าเป็นกลุ่มคนอันมีพึงแต่ต้อง คือ จัณฑาล หรือเรียกชื่อใหม่ว่า ดาลิต มีความหมายว่าอันเป็นที่รักของพระเจ้า ซึ่งเป็นชนชั้นที่ถูกเลือกปฏิบัติ ได้รับโอกาสทางสังคมและอาชีพน้อยที่สุดในสังคม การปฏิรูปเศรษฐกิจและ กฎหมายของอินเดียในปัจจุบันได้พยายามลดช่องว่างของสังคมและการกีดกัน ทางวรรณะเพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษาและอาชีพให้เท่าเทียมกันในสังคม เช่น มีโควตาพิเศษสำหรับนักศึกษาดาลิตในการเข้ามหาวิทยาลัยโดยไม่ต้องสอบ แข่งขัน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ความรู้สึกด้านวรรณะยังคงฝังรากลึกอยู่ในจิตใจ ซึ่งสะท้อนออกมาในด้านความคิด วัฒนธรรมและการบริหาร ดังนั้น ผู้ทำธุรกิจ กับอินเดียต้องตระหนักถึงความแตกต่างด้านวัฒนธรรมในประเด็นนี้ไว้เสมอ

1.7 ภาษาราชการ

ฮินดีเป็นภาษาประจำชาติ และภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ใช้ใน ราชการและธุรกิจ นอกจากนี้ ยังมีภาษาที่บัญญัติไว้ตามรัฐธรรมนูญ 22 ภาษา เช่น บังกลา คุชราต ปัญจาบี ทมิฬ สันถฤต และเตลูกู เป็นต้น

1.8 สกุลเงิน

รูปี (อินเดียประกาศใช้สัญลักษณ์เงินรูปีเป็น ₹ โดยมีผลบังคับ ใช้ตั้งแต่ 15 กรกฎาคม 2010) อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 1 มีนาคม 2011 อยู่ที่ 1 บาท เท่ากับ 0.71 รูปี



1.9 เวลา

อินเดียช้ากว่าประเทศไทย 1 ชั่วโมง 30 นาที

1.10 วันหยุดนักขัตฤกษ์ /วันชาติ

วันที่ 15 สิงหาคม 1947 เป็นวันประกาศเอกราชจากอังกฤษ และวันที่ 26 มกราคม 1950 เป็นวันที่รัฐธรรมนูญมีผลบังคับใช้ จึงกำหนดให้วันที่ 26 มกราคมของทุกปีเป็นวันชาติ (Republic Day)

1.11 เส้นทางคมนาคม



1.11.1 ถนน อินเดียมีเครือข่ายถนนรวมกันยาวที่สุดในโลก ด้วยระยะกว่า 3,314 ล้านกิโลเมตร ปัจจุบันอินเดียกำลังเร่งรัดพัฒนาทางหลวง เชื่อมหัวเมืองสำคัญทั่วประเทศเพื่อผลักดันให้อินเดียเป็นยักษ์ใหญ่ทางเศรษฐกิจ ในอนาคตอันใกล้ในถนนกว่า 3 ล้านกิโลเมตร ของอินเดียเป็นทางหลวงแผ่นดิน (National Highways) ระยะทาง 66,754 กิโลเมตร เดิมเป็นถนนสองช่องทาง และส่วนใหญ่จะชำรุด แต่นับจากปี 2005 เป็นต้นมา รัฐบาลอินเดียได้ทุ่มงบประมาณกว่า 4.9 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ปรับปรุงทางหลวงแผ่นดินที่ เชื่อมหัวเมืองเศรษฐกิจสำคัญของอินเดีย ได้แก่ เจนไน บังกาลอร์ ปูเน่ มุมไบ สุรติ เวโดดรา อาห์เมดาบัด นิวเดลี อัครา อลาฮาบัด กานปูร์ พารานาสี อะรังกาบัด กัลกัตตา วิสาขาปัตนัม และกุนตุร์ (ระยะทาง 5,840 กิโลเมตร) ให้เป็นถนน 4 ช่องทาง ทันสมัยได้มาตรฐานสากลภายใต้โครงการที่ชื่อว่า “โครงการสุวรรณภูมิพิกตร์” หรือ “Swarna Chathuspatha” (Golden Quadrilateral) คาดว่าจะแล้วเสร็จ ทั้งโครงการภายในปี 2050 ทั้งนี้ ในช่วง ถนนที่ใกล้หัวเมืองใหญ่จะขยายเป็น 8 ช่องทางเพื่อลดความแออัด อนึ่ง บนรายทางจะมีโครงการก่อสร้างเมกะโปรเจกต์ควบคู่ไปด้วย เช่น นิคมอุตสาหกรรม

โครงสร้างพื้นฐาน สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล และเขตเมืองใหม่ เป็นต้น

สำหรับทางหลวงสุวรรณฉัตรที่ด้านใต้คือ ทางหลวงหมายเลข 4 เป็นส่วนที่มีความสำคัญและมีการจราจรหนาแน่นมากที่สุดเนื่องจากเป็นเส้นทางที่เชื่อมเมืองเศรษฐกิจชั้นนำของอินเดียถึง 4 เมืองเข้าด้วยกัน คือ มุมไบ ปูเน่ บังกาลอร์ และเจนไน ด้วยระยะทาง 1,235 กิโลเมตร อีกทั้งยังเป็นเส้นทางเชื่อมต่อท่าเรือที่มีการขนถ่ายสินค้าหนาแน่นมากที่สุดของอินเดีย 2 เมือง คือ มุมไบและเจนไนเข้าด้วยกัน ถนนช่วงมุมไบ-ปูเน่ เป็นทางด่วนพิเศษขนาด 8 ช่องทาง (Mumbai Pune Expressway) ที่ทันสมัยที่สุดของอินเดีย



ส่วนโครงการสุวรรณฉัตรที่ตอนเหนือ ช่วงนิวเดลี - อัครา เป็นโครงการเมกะโปรเจกต์ชื่อ The Yamuna Expressway Project ซึ่งคู่ขนานไปตามลำน้ำยมนา เป็นถนน 6 เลน เชื่อมต่อระหว่างเมืองเกรตเตอร์นอยดา (ชานกรุงนิวเดลี) และนครอัครา ระยะทางกว่า 165 กิโลเมตร ทั้งนี้ ได้มีโครงการพัฒนาเมืองรายทาง 5 เมืองควบคู่ไปด้วย ได้แก่ เมือง Greater Noida, Jaganpor, Mairzapur, Tappal และ Agra โดยแต่ละเมืองจะมีโครงการเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองใหม่ เช่น บ้านจัดสรร สโมสร สนามกอล์ฟ สปอร์ตคอมเพล็กซ์ Entertainment Complex คอนโด สวนสาธารณะ โรงพยาบาล โรงเรียนนานาชาติ โรงไฟฟ้า และอาคารสำนักงาน ฯลฯ ผลกระทบที่เห็นได้ชัดจากโครงการสุวรรณฉัตร คือ บริษัทรถทุกค่ายไม่ว่าจะเป็นจากัวร์ แลมโบกินี BMW และ เมอร์ซิเดสเบนซ์ ซึ่งเตรียมวางตลาดระดับ Premium เพื่อรองรับความต้องการรถหรูที่จะเพิ่มมากขึ้นอย่างแน่นอน

โครงการดังกล่าวนอกจากจะช่วยให้เกิดการกระจายความเจริญไปสู่ส่วนต่างๆ ของอินเดียอย่างทั่วถึงแล้วยังเป็นการสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับสินค้าไทยและเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจก่อสร้างไทยไม่เฉพาะการรับงานก่อสร้างถนนเท่านั้น ยังหมายรวมถึงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน อาคารที่พักอาศัย สำนักงาน โรงเรียน โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า และแหล่งบันเทิงใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นตลอดเส้นทางของโครงการสุวรรณภูมิจุดนี้

จุดสำคัญที่ไทยไม่ควรมองข้ามคือ การเชื่อมถนนผ่านพม่าไปยังถนนโครงการสุวรรณภูมิจุดนี้ เนื่องจากจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการเข้าสู่ตลาดอินเดียภายใต้ความตกลง FTA อาเซียน-อินเดีย ได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนั้น ยังมีทางหลวงของมลรัฐ (State highways) ระยะทาง 128,000 กิโลเมตร ถนนท้องถิ่น 470,000 กิโลเมตร และถนนในหมู่บ้านอีก 2,650,000 กิโลเมตร

1.11.2 ทางรถไฟ

อินเดียมีเส้นทางรถไฟยาว 64,215 กิโลเมตร และมีสถานีรถไฟ 7,083 แห่ง จัดเป็นเครือข่ายเส้นทางรถไฟใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลกรองจากสหรัฐฯ รัสเซีย และประเทศจีน ในแต่ละวันมีการขนส่งผู้โดยสาร 11 ล้านคน และสินค้า 1.1 แสนตัน

1.11.3 การขนส่งทางน้ำ

อินเดียมีเส้นทางขนส่งทางแม่น้ำ-ลำคลองรวม 14,500 กิโลเมตร และมีการเดินเรือชายฝั่งทะเลอีก 7,517 กิโลเมตร สำหรับการขนส่งทางแม่น้ำ-ลำคลองที่สำคัญมี 5 เส้นทาง คือ

1. เส้นทาง NW1 (National Waterway - 1) เชื่อมแม่น้ำ 3 สาย คือ Ganga-Bhagirathi-Hooghly จากเมือง Allahabad ถึงเมือง Haldia ระยะทาง 1,620 กิโลเมตร

2. เส้นทาง NW2 (National Waterway-2) ตามลำน้ำ Brahmaputra River จากเมือง Sadiya ไปยังเมือง Dhubri ระยะทาง 891 กิโลเมตร

3. เส้นทาง NW3 (National Waterway - 3) เป็นคลองขนานชายฝั่งตะวันตก (The West Coast Canal) ระยะทาง 205 กิโลเมตร แบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1) ช่วงเมือง Kollam ถึงเมือง Kottapuram ระยะทาง 168 กิโลเมตร 2) ช่วงคลอง Champakara Canal ระยะทาง 14 กิโลเมตร และ 3) ช่วงคลอง Udyogmandal Canal ระยะทาง 23 กิโลเมตร



4. เส้นทาง NW4 (National Waterway - 4) เป็นการเชื่อมโยงคลอง Kakinada - Puducherry Canal เข้ากับแม่น้ำ Godavari และแม่น้ำ Krishna เข้าด้วยกัน ระยะทาง 1,095 กิโลเมตร ซึ่งเป็นการเชื่อมโยง 3 รัฐเข้าด้วยกัน คือ อานธรประเทศ ทมิฬนาฑู และพอนดิเชอรี

5. เส้นทาง NW5 (National Waterway - 5) หรือ East Coast Canal เป็นการผนวก 3 เหลี่ยมปากแม่น้ำ Brahmani และ Mahanadi เข้าด้วยกัน มีระยะทางทั้งสิ้น 623 กิโลเมตร เป็นเส้นทางสำคัญเชื่อมโยงระหว่างรัฐเบงกอลตะวันตกและโอริสสา

ในด้านการขนส่งสินค้าชายฝั่ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ใช้บริการของท่าเรือ Chennai, Kandla, Mumbai, Nhava Sheva, Marmagao, Cochin, Tuticorin, Vishakapatnam, Paradwip, Haldia, Goa and และ Kolkata

1.11.4 การขนส่งทางอากาศ

อินเดียมีสนามบิน 126 แห่ง โดยเป็นสนามบินนานาชาติ 11 แห่ง สนามบินในประเทศ 89 แห่ง และสนามบินเอกชน 26 แห่ง เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วสายการบินแห่งชาติ คือ AirIndia สำหรับสายการบินในประเทศมี 3 สายการบินที่เป็นที่นิยมสูง ได้แก่ Kingfisher Airlines, Air India และ Jet Airways สนามบินนานาชาติที่สำคัญ คือ สนามบินมุมไบ เจนไน โกลกัตตา บังกาลอร์ ไฮเดอราบด์ และกรุงนิวเดลี

1.12 ระบบการเงินการธนาคาร

1.12.1 ธนาคารกลาง (Reserve Bank of India-RBI) เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักด้านการเงินของประเทศ

1.12.2 การควบคุมเงินตราต่างประเทศ พระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดการเงินตราต่างประเทศ หรือ FEMA (Foreign Exchange Management Act, 1999) ของอินเดีย มีข้อยกเว้น ดังนี้

- สำหรับธุรกรรมที่เกี่ยวกับการค้าสินค้าและบริการระหว่างประเทศ โดยทั่วไปสามารถ โอนเงินเข้าออกประเทศได้โดยเสรี (Fully Convertibility on Current Account)

- สำหรับการลงทุนจากต่างประเทศ นักลงทุนต่างชาติสามารถโอนเงินลงทุน (Investment Capital) และผลกำไรจากเงินลงทุนออกนอกประเทศได้โดยเสรี แต่ต้องสอดคล้องกับนโยบายที่รัฐบาลอินเดียกำหนดไว้สำหรับแต่ละอุตสาหกรรมด้วย นอกจากนี้ ยังสามารถโอนเงินปันผลออกนอกประเทศได้โดยผ่าน Authorized Dealer

- การนำเงินตราต่างประเทศออกนอกประเทศในบางกรณี จะต้องได้รับการอนุมัติจากธนาคารกลางอินเดียก่อน อาทิ การถือเงินตราต่างประเทศเกินกว่า 25,000 เหรียญสหรัฐฯ/คน

1.12.3 ธนาคารต่างชาติ

เข้าไปประกอบธุรกิจในอินเดียเป็นจำนวนมาก เช่น ABN Amro, Bank of Nova Scotia, Citibank, DBS Bank, HSBC, Standard Chartered Bank รวมถึงธนาคารกรุงไทย ซึ่งมีสำนักงานที่เมืองมุมไบด้วย

1.12.4 ธนาคารอินเดีย

ธนาคารพาณิชย์หลายรายทั้งของรัฐ เช่น State Bank of India และของเอกชน เช่น ICICI Bank

‘อินเดียเป็นตลาดที่มีความหลากหลายของพื้นที่ทรัพยากร เศรษฐกิจ รายได้ และวัฒนธรรม ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ/แต่ละเมือง นอกจากนี้ ระบบวอร์เรนยังแข็งแกร่งในสังคมอินเดีย’



1.13 เมืองเศรษฐกิจร้อนแรงของอินเดีย 10 เมือง

ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาตลาดผู้บริโภคในอินเดียอย่างรอบคอบ เนื่องจากอินเดียเป็นตลาดที่มีความหลากหลายของพื้นที่ ทรัพยากร เศรษฐกิจ รายได้ และวัฒนธรรม ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ/แต่ละเมือง นอกจากนี้ระบบวอร์เรนยังแข็งแกร่งในสังคมอินเดีย แม้จะปรับตัวให้ดีขึ้นในปัจจุบันก็ตาม การจะเข้าไปทำการค้าหรือลงทุนควรพิจารณาเลือกพื้นที่ลงทุนที่เอื้อต่อธุรกิจ ทั้งด้านการผลิตและการตลาด ทั้งนี้ พื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งออกและการลงทุนที่สำคัญ ได้แก่ หัวเมืองเศรษฐกิจหลัก 10 เมือง ได้แก่ มุมไบ นิวเดลี กัลกัตตา บังกอลอร์ เจนไน ไฮเดอราบัด อาห์เมดาบัด ปูเน่ สุรติ และกานปูร์ ที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง มีประชากรมาก และมีกำลังซื้อสูง อีกทั้งมีปัจจัยเอื้อต่อการลงทุนในหลายด้าน ทั้งด้านอุตสาหกรรมและบริการ

บริษัท McKinsey Global ประกาศผลการวิจัยพบว่า ในปี 2030 อินเดียจะมีเมืองที่มีประชากรเกิน 1 ล้านคน ถึง 68 เมือง ในจำนวนนี้มี 13 เมืองที่มีประชากรเกิน 4 ล้านคน และ 6 มหานครที่มีประชากรเกิน 10 ล้านคน คาดว่า ในปี 2030 จะมีประชากรอยู่กันในเมืองใหญ่ๆ เหล่านี้มากกว่า 590 ล้านคน และมุมไบกับนิวเดลีจะเป็นเมืองที่มีประชากรมากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก

โดยเมืองเหล่านี้จะมีขนาดประชากรและขนาดเศรษฐกิจใหญ่กว่าประเทศสำคัญๆ บางประเทศเสียอีก อีกทั้งยังเป็นแหล่งจ้างงานร้อยละ 70 ของอินเดีย มีขนาดเศรษฐกิจร้อยละ 70 ของ GDP อินเดีย เป็นแหล่งรายได้ด้านภาษีเงินได้ร้อยละ 85 ของรัฐบาล

ปัจจุบันอินเดียมีเมืองเศรษฐกิจสำคัญ 10 เมือง ประกอบด้วย มุมไบ นิวเดลี โกลกัตตา บังกาลอร์ เจนไน ไฮเดอราบัด อาห์เมดาบัด ปูเน่ สุรติ และกานปูร์ ตามลำดับ

‘มุมไบเป็นเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของอินเดียมีขนาด GDP ใหญ่ที่สุดของประเทศ ขณะเดียวกันก็เป็นเมืองที่ติดอันดับ 10 เมืองธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดของโลกด้วย’

อันดับ 1 มหานครมุมไบ (Mumbai)

มุมไบเป็นเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของอินเดียมีขนาด GDP ใหญ่ที่สุดของประเทศขณะเดียวกันก็เป็นเมืองที่ติดอันดับ 10 เมืองธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดของโลกด้วยมุมไบมีการผลิตภาคอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 25 ของอินเดียปัจจุบันมีการพัฒนาเมืองคู่แฝดอย่าง Navi Mumbai และ Thane

GDP = 73,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth 8.2% (2010)
GDP/capita 2,723 เหรียญสหรัฐฯ (2010)
ประชากร 20 ล้านคน
Mumbai

ให้เจริญทัดเทียมกับมุมไบ มีโครงการก่อสร้างเกิดขึ้นมากมายในเมืองทั้ง 3 นี้ บริษัทข้ามชาตินิยมตั้งสำนักงานที่มุมไบ มุมไบยังเป็นเมืองที่มีค่าเช่าสำนักงานแพงเป็นอันดับ 4 ของโลก มีตึกระฟ้าติดอันดับโลกอยู่มากมาย มีผู้คนจากทั่วอินเดียมาทำงานอยู่ที่เมืองมุมไบ มุมไบเป็นเมือง Bollywood แม้ว่ารัฐบาลจะเร่งรัดพัฒนาทางด่วน รถไฟฟ้า รถเมล์ และรถไฟใต้ดิน อย่างเต็มที่ก็ตาม แต่มุมไบก็ยังเป็นเมืองที่รถติดหนักที่สุดของอินเดีย

อันดับ 2 กรุงนิวเดลี (New Delhi)

เมืองหลวงแห่งสาธารณรัฐอินเดีย มี GDP เป็นสัดส่วนร้อยละ 4.94 ของ GDP ทั้งประเทศ ในภาคบริการมีการเติบโตเป็นอย่างดี เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างดียี่ยมอุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ IT โทรคมนาคม โรงแรม ธนาคาร สื่อสารสินค้าอุปโภคบริโภค การก่อสร้าง

GDP = 58,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth 8.2% (2010)
GDP/capita 1,671 เหรียญสหรัฐฯ (2010)
ประชากร 15.3 ล้านคน (2010)
New Delhi

ยานยนต์ เครื่องหนัง ไฟฟ้า โทรคมนาคม บริการด้านสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ และการท่องเที่ยวธุรกิจก่อสร้างไทยมีโอกาที่ดีในการเข้าสู่ตลาดนิวเดลี เนื่องจากมีโครงการก่อสร้างมากมาย อาทิเช่น โครงการยักษ์

The Yamuna Expressway Project พร้อมทั้งมีโครงการพัฒนาเมืองรายทาง 5 เมือง ควบคู่ไปด้วย ได้แก่ เมือง Greater Noida, Jaganpor, Mairzapur, Tappal และ Agra

อันดับ 3 กัลกัตตา (Kolkata)

กัลกัตตา เป็นเมือง

หลวงของรัฐเบงกอลตะวันตก ธุรกิจด้าน IT ของกัลกัตตา ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในเขต Raja Hat, Greater Kolkata กัลกัตตาเป็นเมือง IT เพียงเมืองเดียวในฝั่งตะวันออกของอินเดียมีการเติบโตถึงปีละ

GDP = 52,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth 6.1% (2010)
GDP/capita 2,271 เหรียญสหรัฐฯ (2010)
ประชากร 13.8 ล้านคน (2010)
Kolkata

ประมาณร้อยละ 70 โดยมีนิคมอุตสาหกรรม IT ชื่อ Saltlake Sector 5 กัลกัตตายังเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจของภูมิภาคตะวันออกและอีสานของอินเดีย ตลาดหุ้นกัลกัตตาใหญ่เป็นอันดับสองรองจากมหานครมุมไบปัจจุบันมีโครงการก่อสร้างใหญ่ๆ โดยเฉพาะบ้านพักอาศัยและสำนักงานใหม่ๆ มากมาย โอกาสทางธุรกิจในกัลกัตตามีมาก เนื่องจากการเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าไปยังเวสต์เบงกอลอีสานของอินเดีย พินาร์และทิเบตของจีน (ผ่านด่าน Nathula) นอกจากนี้ ธุรกิจบริการด้านการก่อสร้าง การท่องเที่ยว โรงแรม และสปา ก็เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพ กัลกัตตายังมี China Town หนึ่งเดียวของอินเดีย ซึ่งชาวจีนส่วนใหญ่ทำธุรกิจโรงฟอกหนังและร้านอาหารจีน

‘บังกัลลอร์มีจำนวนครัวเรือนที่มีรายได้เกิน 1 ล้านรูปี มากที่สุดในอินเดียจึงเป็นเศรษฐกิจตัวจริงของอินเดีย’

อันดับ 4 บังกัลลอร์ (Bangalore)

บังกัลลอร์เป็นเมืองหลวงของรัฐกรณาฏกะ เป็นเมือง IT อันดับ 1 ของอินเดีย (Silicon Valley

of India) และเป็นที่นิยมของบริษัทต่างชาติเข้าไปตั้งอยู่ในเมืองนี้กว่า 2,000 บริษัท เป็นเมืองที่มีความหนาแน่นของประชากรมากที่สุดแห่งหนึ่งของอินเดีย บังกัลลอร์มีจำนวนครัวเรือนที่มีรายได้

GDP = 28,900 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth 10.1% (2010)
GDP/capita 2,585 เหรียญสหรัฐฯ (2010)
ประชากร 6.6 ล้านคน
Bangalore

เกิน 1 ล้านรูปี มากที่สุดในอินเดีย จึงเป็นเศรษฐกิจตัวจริงของอินเดียอุตสาหกรรมหลักของบังกัลลอร์คือ IT และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจรับจ้างบริการระบบธุรกิจ (Business Process Outsourcing : BPO) การจ้างงานส่วนใหญ่

ในบังกอลจึงเป็นบริษัทซอฟต์แวร์ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมขยายตัวสู่ธุรกิจอื่นๆ มากขึ้น เช่น การก่อสร้าง โรงแรมห้างสรรพสินค้า และการท่องเที่ยว บังกอลมีนิคมธุรกิจซอฟต์แวร์อยู่ 3 แห่ง คือ Software Technology Parks of India (STPI), International Tech Park, Bangalore (ITPB) และ Electronics City

รัฐกรณาฏกะ (Karnataka) เป็นรัฐที่มีการลงทุนจากต่างประเทศสูงมากที่สุดแห่งหนึ่งของอินเดียในปัจจุบันรัฐบาลกรณาฏกะได้ลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานกว่า 1.1 แสนล้านรูปีต่อปี (ประมาณร้อยละ 4.5 ของ GDP ของรัฐ) และมีแผนจะลงทุนอีกราว 2.1 แสนล้านรูปีต่อปี (ประมาณร้อยละ 9 ของ GDP) ในช่วง 10 ปีข้างหน้า ผู้สนใจสอบถามรายละเอียดการประมูลงานได้ที่ Email : prs-infra@karnataka.gov.in, www.idd.kar.nic.in

อันดับ 5 เจนไน (Chennai)

เจนไนเป็นเมืองอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ การผลิตรถยนต์ (ร้อยละ 30 ของการผลิตรถยนต์ในอินเดีย ซึ่ง Hyundai มีฐานการผลิตใหญ่อยู่ที่เมืองเจนไน) IT (Software & Hardware), BPO และบริการที่เกี่ยวข้องกับ IT (เจนไนมีการส่งออก soft-

GDP = 23,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth 6.6% (2010)
GDP/capita 1,945 เหรียญสหรัฐฯ (2010)
ประชากร 7.5 ล้านคน
Chennai

ware และ Information Technology Enabled Service (ITES) มากเป็นอันดับสองรองจากบังกอล) Medical Hub เครื่องหนัง รองเท้า อัญมณี เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ ภาพยนตร์ (Kollywood) การผลิตกระดาษจากขานอ้อย การทำเรือปัจจุบันมีบริษัทไทยเข้าไปลงทุนในสาขาต่างๆ เช่น โรงงานอาหารสัตว์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และบ้านจัดสรร เป็นต้น

ผลจากการที่เจนไนมีความหลากหลายทางเศรษฐกิจ มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment : FDI เป็นอันดับต้นๆ ของอินเดีย และมีท่าเรือที่ทันสมัยและดีเยี่ยม ส่งผลให้เจนไนมีศักยภาพรองรับสินค้าไทยป้อนสายการผลิตและผู้บริโภคหลายชนิด เช่น ชิ้นส่วนยานยนต์ พลาสติกและผลิตภัณฑ์ วัสดุก่อสร้าง สินค้าอาหาร ทองรูปพรรณผลไม้แปรรูป น้ำผลไม้ โทรศัพท์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ และเครื่องสำอางไฟฟ้า อนึ่ง บนทางหลวงสุวรรณจตุรพักตรช่วงเจนไน-Red Hill มีนิคมอุตสาหกรรมชั้นนำ Sri City

เจนไนยังเป็นประตูอินเดียสำหรับประเทศไทย เนื่องจากอยู่ใกล้ประเทศไทยและมีทางหลวงสุวรรณจตุรพักตรเชื่อมโยงกับเมืองเศรษฐกิจอื่นๆ

‘เจนไนมีความหลากหลายทางเศรษฐกิจ มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment : FDI เป็นอันดับต้นๆ ของอินเดีย และมีท่าเรือที่ทันสมัยและดีเยี่ยม ส่งผลให้เจนไนมีศักยภาพรองรับสินค้าไทยป้อนสายการผลิตและผู้บริโภคหลายชนิด’

เช่น บังกาลอร์ ปูเน่ มุมไบ สุรติ เวโดดารา อาห์เมดาบัด นิวเดลี อัครา
อลาฮาบัด กานปูร์ พารานาสี อะรองกาบัด โกลกัตตา วิสาขาปัตนัม และกุนตุร์

อันดับ 6 ไฮเดอราบัด (Hyderabad)

ไฮเดอราบัดเป็นศูนย์กลางทางการเงินและเศรษฐกิจของรัฐอานธร
ประเทศ มี IT เป็นอุตสาหกรรมหลัก อุตสาหกรรม IT ใช้แรงงานคิดเป็นสัดส่วน

ร้อยละ 90 ของแรงงาน
ทั้งหมด เศรษฐกิจของเมืองนี้
ได้ขยายตัวจากสาขาบริการ
ไปสู่สาขาอื่นๆ นอกสาขา IT
มากขึ้น อันได้แก่ การค้า
การขนส่ง การส่งออก
คลังสินค้า การสื่อสาร และ

GDP = 21,000 ล้านเหรียญสหรัฐ
GDP Growth 7.8% (2010)
GDP/capita 2,253 เหรียญสหรัฐ (2010)
ประชากร 7 ล้านคน
Hyderabad

ห้างสรรพสินค้า (มี Hypermart ใหญ่ที่สุดของอินเดีย) เป็นต้น รายได้หลัก
ส่วนหนึ่งของไฮเดอราบัด มาจากแรงงานอินเดียที่ไปทำงานในดูไบ (ปัจจุบัน
มีบริษัทเฟอร์นิเจอร์ไทยเข้าไปตั้งโรงงานที่นิคมอุตสาหกรรม Sri City และบริษัท
ไทยเข้าไปตั้งโรงงานอาหารสัตว์ที่เขตท่าเรือวิสาขาปัตนัม)

อันดับ 7 อาห์เมดาบัด (Ahmedabad)

อาห์เมดาบัด (Ahmedabad) เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและ
อุตสาหกรรมสำคัญที่ใหญ่ที่สุด

ของรัฐคุชราตปัจจัยสำคัญ
ประการหนึ่งที่ช่วยให้
อาห์เมดาบัดเติบโตอย่าง
รวดเร็ว เนื่องจากทำเลที่ตั้ง
ที่อยู่ไม่ห่างจากเมืองสุรติและ
เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้า สินค้า
ให้กับเมืองอื่นๆ ที่อยู่ห่างไกล

GDP = 20,000 ล้านเหรียญสหรัฐ
GDP Growth 11% (2010)
GDP/capita 2,248 เหรียญสหรัฐ (2010)
ประชากร 4.8 ล้านคน
Hyderabad

จากทะเลในฝั่งตะวันตก อุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ IT ยานยนต์ Software,
BPO (ทาทา) ก่อสร้าง สิ่งทอฝ้าย รถยนต์ (ทาทา นาโน) เสื้อผ้าสำเร็จรูป
อัญมณีและเครื่องประดับ ยา เคมีภัณฑ์ การค้า การขนส่ง คลังสินค้า และ
การสื่อสาร เครื่องใช้ไฟฟ้า มอเตอร์ เครื่องขัดสีข้าว และทองรูปพรรณ
(อินเดียบริโภคทองคำมากที่สุดในโลก)

อันดับ 8 ปูเน่ (Pune)

ปูเน่เป็นเมืองบริวารของมุมไบที่ห่างไปทางทิศตะวันออกราว

150 กิโลเมตร มีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วอย่างน่าทึ่ง ปูเน่เป็นเมืองอุตสาหกรรมยานยนต์ทุกประเภท เป็นเมืองแห่งเครื่องจักรกล เครื่องใช้ไฟฟ้า IT, Software, BPO มีนิคมอุตสาหกรรม IT ชั้นนำ เช่น Rajiv Gandhi IT Park at Hinjewadi, Magarpatta Cybercity, MIDC Software Technology Park ที่เขต Talawade, Marisoft IT Park ที่เขต Kalyani Nagar

GDP = 10,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth 7.4% (2010)
GDP/capita 2,331 เหรียญสหรัฐฯ (2010)
ประชากร 5 ล้านคน
Pune

อันดับ 9 สุรติ (Surat)

สุรติเป็นเมืองที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของรัฐคุชราตเป็นเมืองที่มีความหนาแน่นของประชากรมากที่สุดในเมืองหนึ่งของโลก ในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา สุรติมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ย 11.5% ต่อปี มีการว่างงานต่ำการจ้างงานสูงและมีการปล่อยสินเชื่อรายย่อยต่อหัวสูงที่สุดในอินเดีย นับแต่อดีตมาสุรติเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านสิ่งทอและอุตสาหกรรมเพชร (Diamond Capital of the World) ทั้งนี้ กวาร์ร้อยละ 90 ของเพชรในตลาดโลกผ่านการตัดและเจียรไนที่เมืองสุรติแห่งนี้

GDP = 7,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth 10.2% (2010)
GDP/capita 2,571 เหรียญสหรัฐฯ (2010)
ประชากร 4 ล้านคน
Surat

อันดับ 10 กานปูร์ (Kanpur)

กานปูร์ตั้งอยู่ในรัฐอุตตรประเทศ เป็นเมืองอุตสาหกรรมเก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในภาคเหนือของอินเดีย เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมส่งออกเครื่องหนัง (ส่งออกรองเท้ามากที่สุดของอินเดีย) และ สิ่ง ทอ ของ อินเดีย นอกจากนั้น ยังเป็นแหล่งผลิตอุตสาหกรรมหนักที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว เช่น เหล็ก เคมีภัณฑ์ จักรยานยนต์ เครื่องยนต์ และปุ๋ย ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตด้านอุตสาหกรรมและเกษตรของประเทศทุกประเภท

GDP = 6,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ
GDP Growth 5% (2010)
GDP/capita 1,874 เหรียญสหรัฐฯ (2010)
ประชากร 4.9 ล้านคน
Kanpur

กานปูร์ยังเป็นเมืองที่มี SMEs มากที่สุดแห่งหนึ่งของอินเดีย กานปูร์มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในเกณฑ์ที่ดีมีทางหลวงเชื่อมเมืองสำคัญๆ เช่น นิวเดลี หลายสาย ดังนั้น ผู้ส่งออกไทยที่สนใจส่งออกสินค้าปัจจัยการผลิต สินค้าไม่ควรมองข้ามตลาดกานปูร์ เช่น ชิ้นส่วนรองเท้าและเครื่องหนังหนังฟอก และชิ้นส่วนจักรยานยนต์ เป็นต้น

1.14 ข้อมูลทางเศรษฐกิจที่สำคัญในเขตพื้นที่ทางตะวันตกของสาธารณรัฐอินเดีย

1.รัฐคุชราต (Gujarat) ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกที่สุดของอินเดีย เมืองหลวงชื่อ กันดินากา (Gandhinagar) มีพื้นที่ 196,024 ตารางกิโลเมตร และมีประชากรมากกว่า 50 ล้านคน เป็นรัฐที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุต่างๆ ถ่านหิน รวมทั้งน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ส่วนด้านการเกษตรทำการเพาะปลูกยาสูบ และฝ้าย เป็นหลัก นอกจากการทำเหมืองแร่แล้ว รัฐคุชราตถือเป็นแหล่งผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญหลายอย่าง อาทิ สิ่งทอ เคมีภัณฑ์และปิโตรเคมี ผลิตภัณฑ์ยา ซีเมนต์และเซรามิก และอัญมณี เป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดย่อมมากกว่า 300,000 แห่ง ทำให้รัฐนี้มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงถึงร้อยละ 14 ในแต่ละปี

โอกาสทางธุรกิจของรัฐนี้อยู่ที่การเข้าไปลงทุน ในภาคการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ เนื่องจากเป็นรัฐที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตอุดมสมบูรณ์ และนโยบายของรัฐที่เปิดกว้างสำหรับการลงทุนด้านอุตสาหกรรมโดยมีนิคมอุตสาหกรรมมากกว่า 250 แห่งรองรับ นอกจากนี้ รัฐคุชราตยังเป็นพื้นที่ที่มีการคมนาคมขนส่งครบวงจรทั้งถนน ทางรถไฟ ท่าเรือ 40 แห่ง และท่าอากาศยานนานาชาติที่เมืองอาห์เมดาบัด (Ahmedabad)



2. รัฐมัธยประเทศ (Madhya Pradesh) เป็นรัฐที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่สองของอินเดียตั้งอยู่ลึกเข้าไปในแผ่นดินกลางประเทศอินเดีย พื้นที่ 308,000 ตารางกิโลเมตร มีประชากรประมาณ 60 ล้านคน เมืองหลวงชื่อ โบปัล (Bhopal) เช่นเดียวกับพื้นที่ส่วนใหญ่ของอินเดียรัฐมัธยประเทศมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจ จากภาคการเกษตรเป็นหลัก ประชากรร้อยละ 75 ประกอบอาชีพเกษตรกร และพื้นที่ประมาณร้อยละ 50 ใช้ทำการเกษตร ในขณะเดียวกันรัฐมัธยประเทศก็มีความเจริญก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมมาเป็นเวลานานแล้ว จนในปัจจุบันเป็นแหล่งผลิตสินค้าอุตสาหกรรมหนักที่ต้องใช้เทคโนโลยีสูง อาทิ รถยนต์ ซีเมนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ และกำลังมุ่งไปสู่การเป็นแหล่งผลิตสินค้า IT แต่ปัญหาประการหนึ่งที่สำคัญคือ โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ค่อนข้างเก่าและทรุดโทรมเมื่อเทียบกับรัฐอื่นที่เน้นภาคอุตสาหกรรม อาทิ รัฐคาร์นาทกะ ซึ่งมีเมืองบังกาลอร์เป็นศูนย์กลางหรือรัฐเคราละ ซึ่งเน้นรูปแบบอุตสาหกรรมการผลิตที่ทันสมัย



อย่างไรก็ตาม ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานหลายอย่างให้ทันสมัยมากขึ้น และด้วยที่ตั้งที่อยู่ใจกลางของอินเดีย ทำให้รัฐมัธยประเทศน่าจะเป็นฐานการผลิตที่ใช้ในการขยายตลาดภายในประเทศได้เป็นอย่างดี

3. รัฐมหาราษฏระ (Maharashtra) เป็นที่ตั้งของเมืองมุมไบ (Mumbai) ซึ่งเป็นเมืองหลวงของรัฐกล่าวได้ว่าเป็นรัฐที่สำคัญที่สุดในบรรดา รัฐในฝั่งตะวันตกของอินเดีย มีพื้นที่ 307,713 ตารางกิโลเมตร ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของอินเดีย และมีประชากรมากกว่า 96 ล้านคน เป็นรัฐที่ร่ำรวยที่สุดของอินเดียมีรายได้คิดเป็นร้อยละ 15 ของ GDP รวมทั้งประเทศ และมีผลผลิตทางอุตสาหกรรมคิดเป็นมูลค่าร้อยละ 15 ของภาคการผลิต รวมทั้งประเทศเมืองมุมไบ ซึ่งเป็นเมืองหลวงของรัฐ ถือเป็นเมืองหลวงทางการค้าและการเงินของอินเดียด้วย โดยเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของสถาบันทางการเงินเกือบทุกแห่งทั้งของอินเดียเอง และของต่างชาติ รวมทั้งตลาดหลักทรัพย์ที่ใหญ่ที่สุดของอินเดียและเก่าแก่ที่สุดของเอเชียอย่าง Bombay Stock Exchange ความร่ำรวยทางเศรษฐกิจของรัฐมหาราษฏระ มาจากความแข็งแกร่งในโครงสร้างพื้นฐานในการผลิตทั้งถนน ทางรถไฟ ท่าอากาศยาน ท่าเรือ เทคโนโลยี รวมไปถึงโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม อาทิ การศึกษา

การฝึกอบรม และความเป็นสากล ทำให้สามารถดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศได้มากกว่าร้อยละ 17 ของเงินทุนต่างประเทศทั้งหมดที่เข้ามาในอินเดีย

อุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดของรัฐมหาราษฏระ คือ สิ่งทอ และน้ำตาล นอกจากนี้ยังเป็นฐานการผลิตของสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ แทบทุกประเภท อาทิ อาหารแปรรูปผลิตภัณฑ์ยา อิเล็กทรอนิกส์ ปีโตรเคมี รถยนต์ อัญมณี ผลิตภัณฑ์เหล็ก เครื่องใช้พลาสติก และอื่นๆ นอกจากนี้เมืองมุมไบ ซึ่งเป็นเสมือนศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของรัฐและของอินเดียแล้ว รัฐมหาราษฏระยังมีเมืองสำคัญอื่นๆ ที่น่าสนใจ อาทิ เมืองปูเน่ (Pune) ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากเมืองมุมไบ 170 กิโลเมตร ทางรถยนต์ หรือ 192 กิโลเมตร ทางรถไฟเป็นที่ตั้งของธุรกิจอุตสาหกรรมที่เติบโต อย่างรวดเร็วเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของอินเดีย จึงได้รับสมญานามต่างๆ ได้แก่ “เมืองหลวงแห่งวัฒนธรรมของรัฐมหาราษฏระ” “ราชินีแห่งที่ราบเดคคาน” และ “อ็อกซ์ฟอร์ดแห่งตะวันออก” เนื่องจากเป็นศูนย์รวมการศึกษาที่มีชื่อเสียง ประกอบด้วยมหาวิทยาลัย วิทยาลัย และสถาบันการศึกษามากมาย นอกจากนี้ ยังเป็นที่ตั้งของแหล่งโบราณคดีและศาสนสถานที่สำคัญของศตวรรษที่ 17-18 รวมถึงเป็นแหล่งกำเนิดของบุคคลสำคัญในสาขาอาชีพต่างๆ ถึงแม้ว่าปูเน่ในปัจจุบันเป็นเมืองที่ทันสมัยมีสิ่งอำนวยความสะดวก สถาบันเชิง ห้างสรรพสินค้า โรงแรม ร้านอาหาร และเทคโนโลยีสารสนเทศชั้นนำ และบริษัทต่างชาติที่เข้าไปประกอบกิจการจำนวนมาก แต่ปูเน่ยังคงรักษาเอกลักษณ์เก่าแก่ที่ทรงคุณค่า และยังรักษาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมไว้เป็นอย่างดี

‘รัฐมหาราษฏระเป็นรัฐที่มีโอกาสทางการค้าและการลงทุนมากที่สุดในอินเดีย’

เมืองสำคัญอีกเมืองหนึ่งของรัฐมหาราษฏระ ได้แก่ เมืองนาสิก (Nasik) ซึ่งเป็นเมืองที่นำลงทุนและมีชื่อเสียงว่า เป็นเมืองขององุ่น (Grape City) และ “The Wine Capital of India” สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะกับการทำเกษตรกรรม เมืองนาสิกจึงสามารถผลิตสินค้าส่งออกที่สำคัญๆ เช่น การปลูกองุ่นสดส่งออกไปยังประเทศแถบตะวันออกกลาง เอเชีย และยุโรป มีโรงงานทำน้ำองุ่น ไวน์ และลูกเกด นอกจากนี้ยังมีชื่อเสียงในการปลูกและส่งออกหอมขาว (White onions) ดอกกุหลาบ และลูกทับทิม ผลผลิตทางการเกษตรเหล่านี้ซึ่งเป็นรายได้สำคัญแล้ว เมืองนาสิกยังเป็นศูนย์รวมของอุตสาหกรรมเป็นอันดับที่สามรองจากมุมไบและปูเน่ ในตัวเมืองนาสิกและชานเมืองเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรม 5 แห่ง มีบริษัทยักษ์ใหญ่ทั้งของอินเดียและต่างชาติตั้งฐานการผลิตในนาสิก อาทิ L&T, Mahindra and Mahindra, Robert Bosch Group, Samsonite, CEAT, Siemens, Smithkline, Kirloskar Oil Engines, Hindustan Aeronautics Limited, ABB Ltd., VIP Ltd., Glaxo Pharma, Coca-Cola และอื่นๆ นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของ IT Parks อีกด้วย

รัฐมหาราษฏระเป็นรัฐที่มีโอกาสทางการค้าและการลงทุนมากที่สุด

ในอินเดีย จากความหลากหลายของทรัพยากร วัตถุดิบ และคุณภาพของแรงงาน ที่สูงกว่าพื้นที่อื่นๆ ของอินเดียโดยรวม ประกอบกับความเป็นศูนย์กลางทาง การค้าและการเงินในระดับนานาชาติ ทำให้รัฐนี้เป็นพื้นที่ที่เป็นทางเลือกของ นักลงทุนในอันดับแรกเสมอ

4. รัฐกัว (Goa) เป็นรัฐที่เล็กที่สุดของอินเดียมีพื้นที่ 3,702 ตาราง กิโลเมตร และมีประชากรประมาณ 1,500,000 คน เมืองหลวงชื่อ ปานาจี (Panaji) แต่เมืองที่สำคัญและมีขนาดใหญ่ที่สุดชื่อ วาสโก ดากามา (Vasco De Gama) เมืองในแถบนี้ตั้งอยู่ภายใต้อิทธิพลของโปรตุเกสเป็นเวลานาน จึงมีบ้านเรือนและสิ่งปลูกสร้างที่มีรูปแบบเป็นโปรตุเกสอยู่เป็นจำนวนมาก และได้รับการรักษาไว้ค่อนข้างดี

พื้นฐานทางเศรษฐกิจของรัฐกัวมาจากการทำการเกษตรเช่นเดียว กับในพื้นที่ส่วนใหญ่ของอินเดีย โดยมีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าวและ พืชประเภทถั่ว สำหรับไม้ผลก็จะเป็นมะพร้าว กล้วย สับปะรด มะม่วง และ กล้วย นอกจากนี้ ด้วยความสวยงามทางธรรมชาติและสถาปัตยกรรม ทำให้ รัฐกัวเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนเยอะที่สุดแห่งหนึ่งของอินเดีย ปีละไม่น้อยกว่า 500,000 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 15 ของนักท่องเที่ยว ต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในอินเดีย

จากการเป็นรัฐที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวดังกล่าว และการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานที่ค่อนข้างดี ทำให้รัฐกัวเป็นพื้นที่หนึ่งที่น่าสนใจสำหรับ นักลงทุนต่างชาติโดยเฉพาะในสาขาธุรกิจบริการ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สำหรับในด้านอุตสาหกรรมการผลิตสินค้า ในปัจจุบันมีโรงงานขนาดเล็กประมาณ 7,000 แห่งอยู่ในรัฐนี้ และมีการทำเหมืองแร่เหล็กและมังกานีส ภาคการผลิต ที่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น ในอนาคตคือสินค้าในกลุ่มเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ และ IT

5. รัฐคาร์นาทากะ (Karnataka) เป็นรัฐใหญ่ที่มีความสำคัญ ของอินเดียอีกรัฐหนึ่ง เป็นที่ตั้งของเมืองสำคัญทางเศรษฐกิจอย่างบังกาลอร์ (Bangalore) ซึ่งเป็นเมืองหลวงของรัฐนี้ด้วย รัฐคาร์นาทากะมีพื้นที่ 191,791 ตารางกิโลเมตร และมีประชากรมากกว่า 52 ล้านคน โครงสร้างพื้นฐานอยู่ใน ระดับดีมากเมื่อเทียบกับรัฐอื่น มีท่าเรือ 10 แห่ง และท่าอากาศยานนานาชาติที่ บังกาลอร์ที่นับได้ว่าทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของอินเดีย

รัฐนี้เป็นพื้นที่สำคัญในภาคการผลิตของอินเดียทั้งภาคอุตสาหกรรม และภาคเกษตรกรรม ซึ่งมีมูลค่ารวมคิดเป็นครึ่งหนึ่งของตัวเลข GDP ของรัฐ นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ที่มีสัดส่วนการผลิตภาคอุตสาหกรรมเมื่อเทียบกับภาค การเกษตรมากกว่าพื้นที่อื่นส่วนใหญ่ของอินเดีย โดยมีโรงงานอุตสาหกรรม ขนาดใหญ่ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก อาทิ โรงงานผลิตน้ำตาล กระดาษ และซีเมนต์ เป็นต้น ส่วนภาคการเกษตรที่สำคัญเป็นการเพาะปลูกข้าวและธัญพืชต่างๆ

โดยมีปริมาณการผลิตรวมสูงมากกว่า 11 ล้านตันในแต่ละปี สิ่งที่ทำให้รัฐนี้เป็นที่รู้จักและเป็นที่น่าสนใจคือความก้าวหน้าด้าน IT โดยเฉพาะเมืองบังกาลอร์ ซึ่งได้ชื่อว่าเป็น Silicon Valley อีกแห่งหนึ่งนอกจากแคลิฟอร์เนีย และเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้มีการลงทุนจากต่างชาติในกลุ่มสินค้าที่ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตระดับสูงเป็นจำนวนมาก ทั้งจาก เยอรมนี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ สวิตเซอร์แลนด์ และสวีเดน เป็นต้น

6. รัฐเคราละ (Kerala) ตั้งอยู่ริมชายฝั่งตะวันตกทางตอนใต้สุดของอินเดีย มีเมืองหลวงชื่อ ทิรวันนันทะปุรัม (Thiruvananthapuram) เป็นรัฐขนาดกลาง มีพื้นที่ 38,863 ตารางกิโลเมตร และมีประชากรประมาณ 31 ล้านคน ประมาณครึ่งหนึ่งทำการผลิตในภาคเกษตรกรรม โดยทำการเพาะปลูกข้าวและธัญพืชชนิดต่างๆ มากกว่า 600 ชนิด มะพร้าว ชา กาแฟ ยางพารา และพืชตระกูลถั่ว ด้วยเป็นรัฐที่มีชายฝั่งเป็นระยะทางยาวถึง 590 กิโลเมตร รัฐนี้จึงมีชื่อเสียงด้านการทำประมง นอกจากนี้ พื้นที่ป่าไม้และชายฝั่งที่อุดมสมบูรณ์ เป็นพื้นฐานสำคัญทำให้รัฐเคราละมีโอกาสด้านการท่องเที่ยวอีกมาก โดยเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้นทุกปี

จากการสำรวจของทางการอินเดีย ประชากรของรัฐเคราละมีพื้นฐานทางการศึกษาโดยเฉลี่ยสูงกว่ารัฐอื่นๆ ส่วนใหญ่ มีการจ้างงานในประเภทที่ต้องใช้ฝีมือและความรู้ในอัตราที่สูงกว่าพื้นที่อื่นๆ โดยเฉลี่ย และมีกำลังซื้อเฉลี่ยสูงกว่าพื้นที่อื่น แนวนโยบายของรัฐมุ่งเน้นภาคการผลิตที่ต้องใช้เทคโนโลยีสูงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รัฐเคราละจึงเป็นอีกพื้นที่หนึ่งของอินเดียที่น่าจะมีการพัฒนาในรูปแบบที่เป็นสากลและทันสมัย

เมืองหนึ่งในรัฐนี้ที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุนคือเมืองโคชิน หรือโกชิ (Kochi) อยู่ห่างจากเมืองทิรวันนันทะปุรัมขึ้นไปทางตอนเหนือรัฐประมาณ 220 กิโลเมตร เป็นเมืองใหญ่อันดับ 2 รองจากเมืองหลวงของรัฐ มีประชากรประมาณ 2.1 ล้านคน และเป็นเมืองดาวรุ่งที่มีชื่อเสียงของอินเดียอีกเมืองหนึ่งที่น่าจะจับตามองต่อไป เพราะตั้งแต่ ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา เมืองนี้มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงขึ้นมาทางด้านธุรกิจขนส่งทางเรือ การค้าระหว่างประเทศ การต่อเรือ การประมง การท่องเที่ยว บริการด้านสุขภาพ การธนาคาร และ IT และเป็นศูนย์กลางทางการค้าของรัฐเคราละอีกด้วย นอกจากเป็นแหล่งการค้าเครื่องเทศทางฝั่งทะเลอาราเบียนตั้งแต่ศตวรรษที่ 14 แล้ว ปัจจุบันเป็นแหล่งค้าปลีกและค้าส่งสินค้าสุขภาพความงามทองคำอัญมณีและเครื่องประดับ ผ้าผืน เพอร์นิเจอร์ เครื่องจักร อาหารทะเล และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นต้น มีการจัดงานแสดงสินค้าประจำปี รวมถึงมีโรงกลั่นน้ำมัน ฐานทัพเรือ และท่าเรือขนส่งสินค้า

สมาคมผู้ประกอบการด้าน IT ของอินเดีย ได้จัดอันดับให้เมืองโคชินเป็นเมืองที่น่าสนใจอันดับสองของอินเดียในการตั้งฐานการให้บริการด้านไอที

เพราะมีความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ต่ำกว่าเมืองอื่น มีท่าอากาศยานนานาชาติ และมีโครงการสนับสนุนจากทางรัฐให้เขตเมืองโคชินเป็นที่ตั้งของ Infopark, Special Economic Zone, Export Promotion Industrial Park เป็นต้น

7. เขตดามันและดีอู (Daman and Diu) ตั้งอยู่ริมชายฝั่งทางตะวันตกของอินเดีย ถัดลงมาทางใต้จากรัฐคุชราต มีพื้นที่ 130 ตารางกิโลเมตร และมีประชากรประมาณ 160,000 คน รายได้ส่วนใหญ่มาจากการเกษตรกรรม การประมง และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะเวลาสั้น การท่องเที่ยวเป็นอีกภาคหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับเขตนี้เป็นอย่างมาก และด้วยการที่เป็นเขตปกครองของรัฐบาลกลาง ทำให้ได้รับงบประมาณจากรัฐบาลกลางในการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเกษตรและการประมง รวมทั้งมีนโยบายที่จะดึงดูดการลงทุนเข้ามาในเขตนี้ด้วย

8. เขตดาดราและนครฮาเวลี (Dadra and Nagar Haveli) เป็นเขตปกครองของรัฐบาลกลาง (UT) ตั้งอยู่บนชายฝั่งด้านตะวันตกของอินเดีย มีพื้นที่เพียง 491 ตารางกิโลเมตร เมืองหลวงชื่อ ซิลวาซา (Silvassa) มีประชากรประมาณ 200,000 คน ส่วนใหญ่เป็นชนกลุ่มน้อยหลากหลายกลุ่ม เศรษฐกิจในเขตนี้พึ่งพาการค้าและการเกษตรเป็นหลัก ในช่วงเวลาที่ผ่านมารัฐบาลอินเดีย ได้พยายามพัฒนาระบบชลประทานในพื้นที่เพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นอาชีพหลักของชนกลุ่มน้อยควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าต่างๆ อาทิ สิ่งทอ พลาสติก และเคมีภัณฑ์ จากการกำหนดนโยบายด้านภาษีที่เอื้อประโยชน์ให้กับนักลงทุน ทำให้ในปัจจุบันมีจำนวนโรงงานมากกว่า 2,000 แห่งตั้งอยู่ในเขตนี้ ก่อให้เกิดผลผลิตคิดเป็นมูลค่าไม่น้อยกว่า 100,000 ล้านบาท หรือ 2,200 ล้านบาทต่อปี



จากการกำหนดนโยบายทางด้านภาษีดังกล่าว ประกอบกับที่ตั้งซึ่งอยู่ตรงรอยต่อระหว่างสองรัฐใหญ่ คือ รัฐคุชราต (Gujarat) และรัฐมหาราษฏร (Maharashtra) และไม่ห่างจากเมืองเศรษฐกิจอย่างเมืองมุมไบมากนัก ทำให้เขตนี้เป็นที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุนโดยเฉพาะนักลงทุนต่างชาติที่ต้องการขยายฐานการผลิตในอินเดีย

9.เขตลักษชาทวีป (Lakshadweep) เป็นหมู่เกาะตั้งอยู่ทางตอนใต้ของอินเดีย มีพื้นที่รวม 32 ตารางกิโลเมตร และประชากรประมาณ 60,000 คน สินค้าเกษตรที่เป็นหลักในเขตนี้ คือ มะพร้าว และผลิตภัณฑ์ประมง มีการผลิตภาคอุตสาหกรรมอยู่บ้าง คือ การผลิตเส้นใยมะพร้าว ซึ่งลงทุนโดยรัฐทั้งหมด และโรงงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องขนาดเล็ก ในปัจจุบันกำลังได้รับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายจะให้เป็นการสร้างรายได้หลักในอนาคต

1.15 ข้อมูลภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของอินเดีย

1. ข้อมูลพื้นฐาน

อินเดียประกอบด้วยรัฐ 29 รัฐ (State) เขตปกครอง 6 เขต (Union Territory) โดยภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของอินเดีย (North Eastern Region: NER) มีพื้นที่เชื่อมต่อกับส่วนที่เป็นผืนดินใหญ่ของประเทศ มีลักษณะเหมือนคอไก่ (Chicken' neck) ผ่านทางตอนเหนือของรัฐเบงกอล พื้นที่รวมกัน 262,185 ตารางกิโลเมตร โดยเขตติดต่อกันด้านทิศตะวันออกมีความกว้าง 33 กิโลเมตร และด้านทิศตะวันตกมีความกว้าง 21 กิโลเมตร ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนา ฮินดู อิสลาม คริสต์ พุทธ ภาษาทางการ ฮินดี/อังกฤษ โดยรัฐที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค คือ อรุณาจัลประเทศ และรัฐที่เล็กที่สุดในภูมิภาค คือ สิกขิม

NER ประกอบด้วยรัฐ 8 รัฐคือ อรุณาจัลประเทศ อัซสัม มณีปุระ เมฆาลัยา มิโซรัม นาคาแลนด์ สิกขิม และตรีปุระ มีประชากรรวม 38.98 ล้านคน เป็นภูมิภาคที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ แต่ยังมีได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง มีอุตสาหกรรมผลิตใบชาที่มีผลผลิตมากที่สุดในโลก มีงานหัตถกรรมและการทอผ้าที่ตีเยียม มีแม่น้ำพรหมบุตร (Brahmaputra) ซึ่งป็นแม่น้ำที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ซึ่งเป็นแหล่งที่มีศักยภาพในการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากน้ำได้ดี

อย่างไรก็ตาม NER ยังมีระดับการพัฒนาดำกว่าภูมิภาคอื่น โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจรายได้ของประชากรอยู่ในอัตราที่ค่อนข้างต่ำ ระบบสาธารณสุขภาคพื้นพื้นฐานไม่เพียงพอและค่อนข้างตัดขาดจากแผ่นดินใหญ่ แต่รัฐบาลกลางได้ประกาศใช้งบประมาณกว่า 15 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในการพัฒนาสาธารณสุขภาคพื้นพื้นฐานของภูมิภาค ทั้งถนน พลังงาน การขนส่งทางเรือและ

อากาศ เป็นต้น โดยพยายามพัฒนาให้เป็นประตูการค้าการลงทุนของอินเดีย สู่ตลาดเอเชียตะวันออกคือจีน ผ่านพม่าสู่ตลาดอาเซียน และตลาดเอเชียใต้ สู่บังคลาเทศและภูฏาน

ความสำคัญของ NER รัฐบาลกลางให้การส่งเสริมการพัฒนาของภูมิภาคเป็นพิเศษ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจท้องถิ่นให้ทัดเทียมภูมิภาคอื่นๆ ของอินเดีย โดยพยายามพัฒนาให้เป็นประตูการค้าการลงทุนของอินเดีย สู่ตลาดเอเชียตะวันออกคือจีน ผ่านพม่าสู่ตลาดอาเซียน และตลาดเอเชียใต้สู่บังคลาเทศและภูฏาน

จุดเด่น	จุดด้อย
• เป็นแหล่งพลังงานธรรมชาติ เช่น น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ไฟฟ้าพลังน้ำ • เป็นแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลาย เช่น เหล็ก ไม้ ผัก ผลไม้ เครื่องเทศ ใบชา (ผลิตมากที่สุดในโลก) ยางพารา (ผลิตมากที่สุดที่รัฐปุระ) • เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งความงามของธรรมชาติ และมรดกทางวัฒนธรรม มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับไทย • ต้นทุนแรงงานต่ำ • พื้นที่ใกล้ไทย ซึ่งสามารถเชื่อมต่อเส้นทางอาเซียนไฮเวย์ และโครงการถนนสามฝ่ายได้ในอนาคต	• ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ (อรณาจัลประเทศ นากาแลนด์ สิกขิม มิโซรัม และมานิปุร์) • ระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจต่ำ โดยมีรายได้ต่อหัว 12,470 รูปี (2001-2002) • ขาดการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ • ขาดแคลนสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่มีคุณภาพ • เทคโนโลยีการเกษตรล้าสมัย มีการทำไร่เลื่อนลอยบริเวณพื้นที่เนินเขา • ขาดแคลนแรงงานฝีมือ

โอกาสการลงทุน รัฐบาลอัดฉีดงบประมาณในการพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาคกว่า 5 แสนล้านรูปีภายใน 10 ปีข้างหน้า โดยเน้นโครงการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ถนน สะพาน ส่วนต่อขยายของสนามบิน และอาคารสถานที่ต่างๆ

สิทธิประโยชน์ Tax Free Zone 10 ปี ให้เงินสนับสนุนในการตั้งศูนย์พัฒนาความเจริญด้านอุตสาหกรรม (Growth Centre) นโยบายการอุดหนุนด้านการขนส่ง เป็นต้น ยกเว้นภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าที่ผลิตขึ้นในภูมิภาค ให้สิทธิประโยชน์กับการค้าบริการ (services) Bio-Technology และอุตสาหกรรมพลังงาน

สาขาการลงทุนที่น่าสนใจสำหรับไทย

1. การก่อสร้าง ถนน เขื่อน และโรงผลิตกระแสไฟฟ้าพลังน้ำ
2. การท่องเที่ยว โรงแรม การจัดการท่องเที่ยว สายการบิน
3. พลังงาน ไฟฟ้าพลังน้ำ ก๊าซธรรมชาติ การกลั่นน้ำมัน และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง
4. อาหารแปรรูป ผัก ผลไม้ สมุนไพร เครื่องเทศ

2. เศรษฐกิจการค้า

2.1 ภาวะเศรษฐกิจ

ในอดีตอินเดียใช้ระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมที่เน้นการพึ่งพาตนเอง โดยรัฐเป็นผู้ลงทุนในกิจการหลักๆ ของประเทศทั้งหมด ได้แก่ กิจการสาธารณูปโภคและสวัสดิการของประชาชน กิจการที่เป็นยุทธศาสตร์และความมั่นคงของประเทศ และอุตสาหกรรมหนัก แต่ก็ให้ความสำคัญในการสนับสนุนกิจการขนาดเล็กของเอกชนในด้านการค้า อินเดียจำกัดและห้ามนำเข้าสินค้าด้วยมาตรการกฎหมายและกำแพงภาษี นอกจากนี้ ยังควบคุมการลงทุนอย่างเข้มงวด ต่อมาอินเดียเริ่มผ่อนคลายมาตรการข้อจำกัดลง เนื่องจากผลกระทบจากวิกฤติการณ์น้ำมัน และสงครามอ่าวเปอร์เซียซึ่งทำให้ประสบภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 1991 ทำให้อินเดียต้องขอความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) และจำเป็นต้องแก้ไขปัญห เศรษฐกิจตามเงื่อนไขการกู้เงินของ IMF โดยประกาศนโยบายเปิดเสรีทางเศรษฐกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป และกำหนดมาตรการที่สำคัญ เช่น ลดการขาดดุลงบประมาณของภาครัฐ การปฏิรูปอัตราแลกเปลี่ยน เพิ่มสัดส่วนถือหุ้นของต่างชาติ ลดการอุดหนุนการส่งออกและข้อจำกัดการนำเข้า และตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ รวมทั้งพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานและระบบขนส่งให้ทันสมัยเพื่อรองรับการลงทุนจากต่างชาติได้มากขึ้น

อินเดียเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางเศรษฐกิจ นับตั้งแต่การทำเกษตรแบบโบราณ การเกษตรสมัยใหม่ การหัตถกรรม อุตสาหกรรมยุคใหม่ ไปจนถึงธุรกิจบริการ (ซอฟต์แวร์และการธนาคาร เป็นต้น) ธุรกิจบริการเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักให้กับประเทศอินเดีย โดยมีสัดส่วนกว่าครึ่งหนึ่งของผลผลิตของประเทศ

สำหรับในด้านแรงงาน พบว่าประมาณ 1 ใน 3 อยู่ในภาคบริการ ในขณะที่กว่าครึ่งหนึ่งในของแรงงานของประเทศอยู่ในภาคการเกษตร เป็นผลให้พรรคร่วมรัฐบาล UPA เน้นนโยบายส่งเสริมพัฒนาชนบทในด้านต่างๆ อาทิ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตชาวชนบทที่ยากจนและกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ห่างไกล ปัจจุบันรัฐบาลได้ผ่อนคลายกฎระเบียบด้านการค้าการลงทุนของต่างชาติลง พร้อมทั้งเพิ่มสัดส่วนการเข้าไปลงทุนโดยตรงของต่างชาติในสาขาต่างๆ เช่น ในสาขาโทรคมนาคม เป็นต้น เพื่อเป็นเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การปกป้องในสาขาเกษตรยังคงมีอยู่สูง ก่อให้เกิดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของสินค้าจากต่างประเทศ

แม้ว่าเศรษฐกิจโลกชะลอตัวลง แต่เศรษฐกิจอินเดียในปี 2008 ก็ยังมีการขยายตัวกว่าร้อยละ 7 เหตุผลสำคัญเบื้องหลังคือ อินเดียมีตลาดภายในขนาดใหญ่ที่ช่วยพยุงให้เศรษฐกิจยังคงเดินหน้าต่อไปได้ นอกจากนี้ จุดแข็ง

ประการสำคัญของอินเดียคือ การมีประชาชนที่มีการศึกษาดีและพูดภาษาอังกฤษได้เป็นจำนวนมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้อินเดียเป็นประเทศผู้ส่งออกซอฟต์แวร์ชั้นนำ รวมถึงแรงงานด้านซอฟต์แวร์ด้วย

อินเดียมีความเจริญก้าวหน้าในด้านอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างยิ่ง โดยเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา สร้างรายได้จากการส่งออกซอฟต์แวร์และบริการจาก 150 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 1991 เป็น 5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2010 และคาดว่าจะในปี 2011 จะมีการส่งออก 5.7 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีบริษัทผู้ส่งออกซอฟต์แวร์ที่สำคัญ ได้แก่ Infosys Technologies (INFY.BO), Tata Consultancy Services (TCS.BO) และ Wipro (WIPR.BO), ทั้งนี้ เพราะอินเดียมีประชากรร้อยละ 6 ที่มีความเป็นอยู่และการศึกษาดีในระดับนานาชาติ และมีสถาบันการศึกษาคุณภาพสูงที่เน้นการผลิตบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นอกจากนี้ อินเดียยังเห็นว่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เป็นอุตสาหกรรมสะอาดปราศจากมลพิษ เป็นการสร้างทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งมีการลงทุนต่ำและมีมูลค่าเพิ่มในการส่งออกสูงมาก ประกอบกับการสนับสนุนอย่างจริงจังของภาครัฐทั้งในระดับรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น มีการจัดตั้งองค์กรเฉพาะของภาครัฐที่ทำหน้าที่สนับสนุนการพัฒนาการส่งออกซอฟต์แวร์ คือ Software Technology Parks of India (STPI) รัฐกรณาฏกะ (Karnataka) เป็นรัฐที่มีศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสูงที่สุดของประเทศโดยเฉพาะที่เมืองบังгалอร์ ซึ่งเป็นเมืองหลวง ได้ชื่อว่าเป็น Silicon Valley ของอินเดีย ซึ่งเป็นศูนย์รวมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก โดยมีบริษัทชั้นนำกว่า 30 บริษัท และเป็นเมืองที่ดีที่สุดสำหรับการเป็นศูนย์บริการตอบรับทางโทรศัพท์ (Call Centers) เป็นศูนย์รวมสำนักงานสาขานอกประเทศ (Offshore Offices) และศูนย์วิจัยและพัฒนาของบริษัทใหญ่ๆ หลายบริษัท อาทิ General Electric Intel และ General Motors ในขณะเดียวกัน การเติบโตด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วไปยังเมืองอื่นๆ ด้วย เช่น เจนไน ในรัฐทมิฬนาฑู และกัลกัตตาในรัฐเบงกอลตะวันตก รวมทั้งไฮเดอราบัดและปูเน่ เป็นต้น โดยรัฐเหล่านี้มีกำลังคนที่มีความสามารถในด้านเทคโนโลยีสูง และรัฐบาล ของรัฐต่างๆ ได้ทุ่มเทในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับการเติบโตด้านนี้อย่างเอาใจจริงเอาใจด้วย นอกจากนี้ ความเจริญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่เรียกว่า (Information Technology Enabled Services : Ites) ยังเป็นปัจจัยสำคัญให้เกิดการขยายตัวในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของอินเดีย (เนื่องจากบุคลากรในสาขา IT มีกำลังซื้อสูง) ที่กำลังเติบโตในเมืองใหญ่ต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วอย่างมีนัยสำคัญ โดยในช่วง 6-8 ปีที่ผ่านมา ในตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่โตเฉลี่ยร้อยละ 35 ต่อปี พบว่าร้อยละ 70 ของการขยายตัวของอาคารสำนักงานเป็นการเช่า/ซื้อของ

‘รัฐกรณาฏกะ (Karnataka) เป็นรัฐที่มีศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสูงที่สุดของประเทศ โดยเฉพาะที่เมืองบังгалอร์ ซึ่งเป็นเมืองหลวง ได้ชื่อว่าเป็น Silicon Valley ของอินเดีย ซึ่งเป็นศูนย์รวมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก โดยมีบริษัทชั้นนำกว่า 30 บริษัท และเป็นเมืองที่ดีที่สุดสำหรับการเป็นศูนย์บริการตอบรับทางโทรศัพท์ (Call Centers)’

บริษัท IT และ ITES ทั้งของอินเดียและต่างชาติ

นับตั้งแต่วิกฤตการเงินในสหรัฐอเมริกาได้ลุกลามเข้าสู่เอเชียรวมทั้งอินเดีย รัฐบาลอินเดียกลายเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอินเดียในตลาดที่มีประชากรกว่า 1.2 พันล้านคน เศรษฐกิจอินเดียชะลอตัวลงอย่างหนักโดยเฉพาะการลงทุนในประเทศ ทั้งภาคบริการและภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากภาวะสินเชื่อดึงตัวจากแหล่งเงินกู้ในต่างประเทศและตลาดหลักทรัพย์ของอินเดียเอง ทั้งนี้ ในปี 2007 ตลาดหลักทรัพย์อินเดียเป็นแหล่งระดมทุนของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมของอินเดียถึงร้อยละ 40 ของเงินทุนทั้งหมด ประกอบกับประชาชนอินเดียที่มีรายได้จากการขายผลผลิตทางการเกษตรเป็นหลักได้รับผลกระทบจากภาวะสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลกร่วงลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กำลังซื้อของคนชนบทในอินเดียลดลง ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 60 ของประชากรทั้งประเทศ รัฐบาลอินเดียจึงออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจมูลค่า 85 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ทั้งการสร้างและการจ้างงาน เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในชนบท การก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ยังขาดแคลนอยู่มากในอินเดีย รวมถึงการลดภาษีในรูปแบบต่างๆ แม้ว่าเศรษฐกิจอินเดียจะเริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัวอย่างช้าๆ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการใช้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในประเทศอินเดียปรับตัวสูงขึ้น แม้ว่าอินเดียจะพึ่งพาการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศไม่มากนักเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในเอเชีย แต่แนวโน้มการพึ่งพาตลาดต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสัดส่วนการค้าระหว่างประเทศต่อ GDP เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.2 ในปี 2002 เป็นร้อยละ 48 ในปี 2010

2.2 เศรษฐกิจอินเดียในปี 2010

เศรษฐกิจอินเดีย ในปี 2010 GDP ขยายตัวถึงร้อยละ 8.8 ปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจอินเดีย ได้แก่ อุปสงค์ภายในประเทศที่



แข็งแกร่งเนื่องจากการขยายตัวของการลงทุนและการผลิตภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งมีการขยายตัวของภาคการส่งออก อันเนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม อินเดียกำลังเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงจากแรงกดดันด้านเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูง โดยอยู่ที่ร้อยละ 8.4 ในเดือนธันวาคม 2010

ในปี 2010 การบริโภคของภาคเอกชนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีดัชนีการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคภาคเอกชนอยู่ที่ระดับร้อยละ 57.6 อีกทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในช่วง 6 เดือนหลังของปี 2010 ปรับตัวดีขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา จากระดับ 68.8 ในช่วง 6 เดือนหลังของปี 2009 มาอยู่ที่ระดับ 75 ในช่วงเดียวกันของปี 2010

นอกจากนั้น ผลจากการดำเนินนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลอินเดียตั้งแต่ปี 2008 เป็นต้นมา ทำให้การลงทุนของภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ สอดคล้องกับดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจในเดือนตุลาคม 2010 ซึ่งสูงเป็นประวัติการณ์อยู่ที่ระดับ 162.1 ทั้งนี้ ในปี 2010 รัฐบาลอินเดียได้ทยอยปรับลดมาตรการทางการเงินและการคลังเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งรวมถึงการชะลอการใช้จ่ายภาครัฐเพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อ

ในส่วนของการผลิต ผลผลิตภาคอุตสาหกรรมในปี 2010 ยังคงขยายตัวต่อเนื่องจากช่วงปลายปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม การผลิตภาคอุตสาหกรรมในไตรมาสที่สี่ของปี 2010 มีความผันผวนค่อนข้างสูง โดยดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรมขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวลง จากร้อยละ 11.3 ในเดือนตุลาคม 2010 เป็น 2.7 ในเดือนพฤศจิกายน และ 1.6 ในเดือนธันวาคม 2010 ทั้งนี้ เนื่องจากความต้องการสินค้าอินเดียในตลาดโลกปรับตัวลดลง ประกอบกับชาวอินเดียชะลอการใช้จ่าย

การขยายตัวทางเศรษฐกิจของอินเดียยังมีข้อจำกัด เนื่องจากขาดแคลนสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ โดยเฉพาะการขนส่งทางบก ท่าเรือ และพลังงานไฟฟ้า กฎหมายแรงงานที่เข้มงวดในการกำหนดให้องค์กรที่มีลูกจ้างเกินกว่า 100 คน ไม่สามารถปลดลูกจ้างออกจากงานได้เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาล ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการขยายกิจการ รวมทั้งระบบราชการที่ซ้ำซ้อน การทุจริต การควบคุมการลงทุนของต่างชาติ และการปกป้องอุตสาหกรรมขนาดย่อมในประเทศ ซึ่งรัฐบาลอินเดียได้เร่งปรับปรุงจุดอ่อนเหล่านี้โดยส่งเสริมการสร้างธรรมาภิบาล และเพิ่มเงินลงทุนก่อสร้างถนน และบริการสาธารณะต่างๆ เพื่อรักษาระดับการขยายตัวของเศรษฐกิจให้คงที่ในระดับร้อยละ 9 ต่อปีในช่วงปี 2007-2012 ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาแห่งชาติฉบับที่ 11 รัฐบาลอินเดียคาดการณ์ว่า ในปีงบประมาณ 2011 ซึ่งเริ่มในวันที่ 1 เมษายน (ปีงบประมาณประจำปีของอินเดีย) เศรษฐกิจของประเทศจะขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 9 ซึ่งเป็นระดับที่เศรษฐกิจอินเดียเคยขยายตัวก่อนที่เกิดปัญหาวิกฤตการเงินโลก ปัจจุบันอินเดียมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทาง

‘การขยายตัวทางเศรษฐกิจของอินเดียยังมีข้อจำกัด เนื่องจากขาดแคลนสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ โดยเฉพาะการขนส่งทางบก ท่าเรือ และพลังงานไฟฟ้า กฎหมายแรงงานที่เข้มงวดในการกำหนดให้องค์กรที่มีลูกจ้างเกินกว่า 100 คน ไม่สามารถปลดลูกจ้างออกจากงานได้เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาล’

เศรษฐกิจหลายประการ เช่น ชนชั้นกลาง มีจำนวนประมาณ 300 ล้านคน ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากการเปิดรับ FDI มากขึ้น ทำให้ปัญหาระบบบรรณณะที่เป็นปัญหาใหญ่ของสังคมอินเดียบรรเทาลงไปมาก ปัจจุบันอินเดียมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 12 ของโลกและอันดับ 4 ของเอเชียรองจากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

2.3 เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจสำคัญ

Economic indicators	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
GDP (US\$bn) (current prices)	874.8	1,102.4	1,209.7	1,185.7	1,430.0	1,598.4
GDP per capita (US\$)	757	940	1,016	982	1,176	1,297
Real GDP growth (% change yoy)	9.8	9.4	7.3	5.4	8.8	8.4
Current account balance (US\$m)	-9,299	-11,285	-33,330	-29,125	-44,093	-49,859
Current account balance (% GDP)	-1.1	-1.0	-2.8	-2.5	-3.1	-3.1
Goods & services exports (% GDP)	22.7	21.2	24.7	23.9	21.2	21.7
Inflation (% change yoy)	6.2	6.4	8.3	6.3	13.2	6.7
Indian Rupee Rate (INR) (INR/USD)	45.17	41.20	43.41	48.32	45.65	44.81

ที่มา: www.dfat.gov.au/

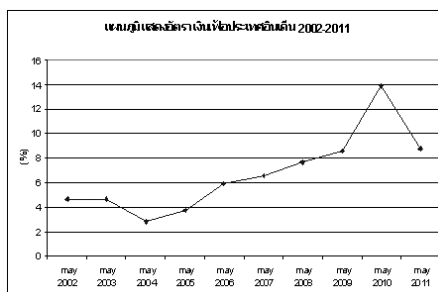
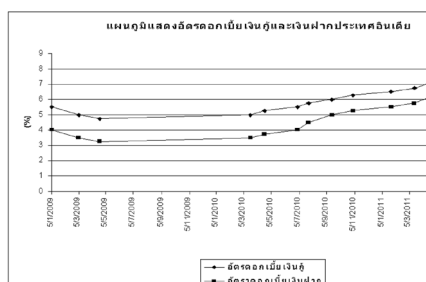
* ตัวเลขประมาณการ

2.4 อัตราดอกเบี้ยและอัตราเงินเฟ้อของอินเดีย

ปัจจุบันอินเดียประสบกับปัญหาอัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก คือ จากร้อยละ 3.7 ในปี 2005 เป็นร้อยละ 8.7 ในเดือนพฤษภาคมปี 2011 จึงทำให้ธนาคารกลางอินเดียขึ้นอัตราดอกเบี้ยอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ปัญหาอัตราเงินเฟ้อภายในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นที่เกือบถึงร้อยละ 10 ซึ่งถือว่าสูงที่สุดในเอเชีย เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2554 ธนาคารกลางอินเดียขึ้นอัตราดอกเบี้ยซื้อคืนพันธบัตรซึ่งเป็นดอกเบี้ยสำหรับการปล่อยกู้แก่ธนาคารพาณิชย์ เป็นร้อยละ 8.0 ใกล้เคียงที่สุดในรอบ 3 ปี และขึ้นอัตราดอกเบี้ยขายคืนพันธบัตรซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยสำหรับเงินฝากของธนาคารพาณิชย์เป็นร้อยละ 7.0 สูงที่สุดในรอบกว่าทศวรรษ

ช่วงเวลา	อัตราดอกเบี้ย	
	เงินกู้ (%)	เงินฝาก (%)
26 July 2011	8.00	7.00
16 June 2011	7.50	6.50
03 May 2011	7.25	6.25
17 March 2011	6.75	5.75
25 January 2011	6.50	5.50

ช่วงเวลา	อัตราดอกเบี้ย	
	เงินกู้ (%)	เงินฝาก (%)
02 November 2010	6.25	5.25
16 September 2010	6.00	5.00
27 July 2010	5.75	4.50
02 July 2010	5.50	4.00
20 April 2010	5.25	3.75
19 March 2010	5.00	3.50
21 April 2009	4.75	3.25
5 March 2009	5.00	3.50
5 January 2009	5.50	4.00



2.5 นโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า

นโยบายที่เกี่ยวข้องต่อการค้าระหว่างประเทศของอินเดีย เช่น นโยบายงบประมาณประจำปี (Budget Policy) และนโยบายการค้าแห่งชาติ (National Foreign Trade Policy) ได้ถูกกำหนดขึ้นอย่างสอดคล้องกัน ที่จะปฏิรูปเศรษฐกิจที่เข้าถึงประชาชน อาทิ การปล่อยสินเชื่อให้เกษตรกร เพิ่มขึ้น ผ่อนปรนการชำระหนี้แก่เกษตรกรพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการชลประทานในชนบท ส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรและสินค้าส่งออกดั้งเดิม (ผ้าทอมือ หัตถกรรม อัญมณี และเครื่องหนัง) และจัดตั้งเขตการส่งออกสินค้าเกษตร (Agri-Export Zones) เป็นต้น

อินเดียสามารถบรรลุเป้าหมายหลักของการค้าระหว่างประเทศ คือ เพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออกของอินเดียในตลาดโลกให้ได้ร้อยละ 1.6 ของการค้าโลกภายในปี 2009 ได้สำเร็จ โดยสามารถเพิ่มยอดการส่งออกได้ถึง 165

พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และยังมีการใช้นโยบายการค้าช่วยเพิ่มการจ้างงาน โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่

- ลดการควบคุม และสร้างบรรยากาศของความไว้วางใจและความโปร่งใสให้แก่ผู้ประกอบการ
- ลดขั้นตอนของกระบวนการทำงาน และต้นทุนดำเนินงาน
- ตั้งอยู่บนหลักการที่สินค้าส่งออกจะต้องไม่มีต้นทุนแฝงด้วยภาษีต่างๆ
- สนับสนุนการพัฒนาให้อินเดียเป็นศูนย์กลางของการผลิต การค้า และการบริการ
- ปรับปรุงเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศให้ได้มาตรฐานสากล
- ปรับโครงสร้างภาษีสินค้าให้สอดคล้องกัน เพื่อไม่ให้ผู้ประกอบการเสียเปรียบจากข้อตกลงการค้าเสรี

2.6 การค้าระหว่างประเทศของอินเดียกับทั่วโลก

‘ไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 26 ของอินเดีย (1.16%) โดยในปี 2553 อินเดียมีการส่งออก 216,174 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 31 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ส่วนการนำเข้ามีมูลค่า 322,680 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 25 โดยอินเดียขาดดุลการค้า 106,506 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ’

การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกส่งผลให้อุปสงค์จากต่างประเทศเพิ่มขึ้น ทำให้อินเดียส่งออกได้มากขึ้น โดยในปี 2010 (มกราคม - ธันวาคม) การค้าระหว่างประเทศของอินเดียกับทั่วโลกมีมูลค่ารวม 5.51 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็นการส่งออก มูลค่า 2.23 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ (35.09%) และเป็นการนำเข้า มูลค่า 3.28 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ (27.58%) อินเดียขาดดุลการค้า 1.05 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ

ตลาดส่งออกสำคัญ 5 อันดับแรกของอินเดีย (สัดส่วน) คือ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (13.2%) สหรัฐฯ (10.59%) จีน (7.8%) ฮองกง (4.28%) สิงคโปร์ (4.08%) ไทยเป็นตลาดส่งออกอันดับที่ 29 ของอินเดีย (0.97%)

สินค้าส่งออกสำคัญของอินเดีย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม อัญมณี และเครื่องประดับ เครื่องจักร รถยนต์ เป็นต้น สินค้านำเข้าสำคัญของอินเดีย ได้แก่ น้ำมันดิบ เครื่องจักร อัญมณี เคมีภัณฑ์ เป็นต้น

แหล่งนำเข้าสำคัญ 5 อันดับแรก (สัดส่วน) คือ จีน (11.61%) สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (7.89%) ซาอุดีอาระเบีย (6.1%) สวิตเซอร์แลนด์ (5.78%) สหรัฐฯ (5.1%)

สินค้านำเข้าสำคัญได้แก่ น้ำมันดิบ อัญมณี เครื่องจักร เคมีภัณฑ์ เหล็ก/เหล็กกล้า พลาสติก และปุ๋ย เป็นต้น

ส่วนไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 26 ของอินเดีย (1.16%) โดยในปี 2553 อินเดียมีการส่งออก 216,174 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 31 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ส่วนการนำเข้ามีมูลค่า 322,680 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 25 โดยอินเดียขาดดุลการค้า 106,506 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

การค้าอินเดีย - โลก

รายการ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ			อัตราขยายตัว (%)
	2008 (ทั้งปี)	2009 (ทั้งปี)	2010 (ทั้งปี)	2010 (ทั้งปี)
มูลค่าการค้า	516,480	412,859	551,906	33.67
การส่งออก	195,069	165,201	223,175	35.09
การนำเข้า	321,410	257,658	328,731	27.58
ดุลการค้า	126,340	92,457	105,555	-

ที่มา : World Trade Atlas

2.7 การค้ากับประเทศไทย

ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (2006-2010) มูลค่าการค้าไทยกับอินเดียขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 5,145.92 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือร้อยละ 1.76 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทย ปี 2010 อินเดียเป็นคู่ค้าอันดับที่ 17 ของไทย โดยไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าเฉลี่ยปีละ 1,028 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ทั้งนี้ ภายหลังจากเริ่มต้นลดภาษีสินค้าบางส่วน จำนวน 82 รายการ (Early Harvest Scheme) ภายใต้อาณัติการค้าเสรี ไทย-อินเดียเมื่อปี 2004 ส่งผลให้ไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้าอินเดียเป็นครั้งแรกตั้งแต่ปี 2005 เป็นต้นมา

2.7.1 การส่งออก ปี 2010 อินเดียเป็นตลาดส่งออกอันดับ 11 ของไทย โดยส่งออกสินค้ามูลค่า 4,393 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.25 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 36.29 กว่าร้อยละ 84 ของการส่งออกของไทยไปยังอินเดียเป็นการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าส่งออกที่สำคัญ คือ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ

‘อินเดียเป็นตลาดส่งออกอันดับ 11 ของไทย โดยส่งออกสินค้ามูลค่า 4,393 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.25 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 36.29’



เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบ อัญมณีและเครื่องประดับ ยางพารา เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เหล็ก และเหล็กกล้า

2.7.2 การนำเข้า ปี 2010 อินเดียเป็นแหล่งนำเข้าอันดับ 19 ของไทย โดยนำเข้าสินค้ามูลค่า 2,252 ล้านดอลลาร์ฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.24 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 30.39 ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป สินค้าเชื้อเพลิง และสินค้าทุน โดยสินค้านำเข้าที่สำคัญ คือ เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป ด้ายและเส้นใย เป็นต้น

การค้าไทย-อินเดีย

	รวม		ส่งออก		นำเข้า		ดุลการค้า
	มูลค่า	% Δ	มูลค่า	% Δ	มูลค่า	% Δ	
2006	3,427.99	22.17	1,810.09	18.33	1,617.90	26.77	192.19
2007	4,729.02	37.95	2,662.91	47.11	2,066.11	27.70	596.80
2008	5,974.84	26.34	3,345.10	25.62	2,629.74	27.28	715.36
2009	4,951.44	-17.13	3,223.80	-3.63	1,727.63	-34.30	1,496.17
2010	6,646.31	34.23	4,393.58	36.29	2,252.74	30.39	2,140.84
(ม.ค.-มิ.ย.) 2010	3,224.25	53.89	2,129.74	54.34	1,094.52	53.03	1,035.22
(ม.ค.-มิ.ย.) 2011	4,161.67	29.07	2,621.64	23.10	1,540.04	40.70	1,081.60

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร





การส่งออกของไทยไปอินเดีย

อันดับที่	สินค้า	มูลค่า : ล้านบาทสหรัฐ					อัตรา
		2008	2009	2010	2010 (ม.ค.-มิ.ย.)	2011 (ม.ค.-มิ.ย.)	ขยายตัว% 2011 (ม.ค.-มิ.ย.)
1	เคมีภัณฑ์	134.2	288.8	476.5	216.8	387.4	78.73
2	เม็ดพลาสติก	327.9	315.1	446.5	212.5	253.5	19.29
3	เครื่องประดับอัญมณี	155.4	139.1	236.4	69.3	198.7	186.57
4	เครื่องยนต์สันดาปภายใน แบบลูกสูบ	142.1	148.4	236.4	105.0	140.1	33.38
5	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	186.2	160.3	262.2	123.0	132.4	7.62
6	เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบของเครื่อง	131.6	142.5	333.7	196.4	122.7	-37.55
7	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	71.3	72.5	158.9	97.0	115.9	19.50
8	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	180.5	157.9	195.7	65.3	109.7	67.94
9	เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	125.6	110.0	196.2	87.1	96.3	10.49
10	ยางพารา	316.9	99.0	180.0	61.5	94.4	53.43
รวม 10 รายการ		1,694.4	1,577.8	1,615.2	1,234.1	1,651.1	33.79
อื่นๆ		1,650.7	1,646.0	1,778.4	895.7	970.5	8.36
รวมทั้งสิ้น		3,345.1	3,223.8	4,393.6	2,129.7	2,621.6	23.10

การนำเข้าของไทยจากอินเดีย

อันดับที่	สินค้า	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ					อัตรา ขยายตัว%
		2008	2009	2010	2010 (ม.ค.-มิ.ย.)	2011 (ม.ค.-มิ.ย.)	2011 (ม.ค.-มิ.ย.)
1	เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	414.6	279.4	314.5	154.4	325.2	110.64
2	เคมีภัณฑ์	261.5	204.6	236.1	122.5	165.7	35.28
3	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	117.5	127.2	226.0	104.4	134.2	28.51
4	สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะ และผลิตภัณฑ์	367.2	132.3	249.7	105.2	131.9	25.36
5	พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	326.6	189.8	177.3	86.3	109.6	27.03
6	น้ำมันสำเร็จรูป	98.9	4.7	54.1	29.8	71.7	140.81
7	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	90.1	96.6	108.3	49.8	69.3	39.36
8	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	47.6	79.0	123.0	60.1	67.3	11.99
9	ด้ายและเส้นใย	90.4	49.6	76.1	47.8	59.4	24.21
10	สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูป	48.8	57.6	93.2	29.9	39.6	32.62
รวม 10 รายการ		1,863.2	1,220.8	1,658.3	790.1	1,173.9	48.58
อื่นๆ		766.5	506.9	594.5	304.4	366.1	20.27
รวมทั้งสิ้น		2,629.7	1,727.6	2,252.7	1,094.5	1,540.0	40.70

2.7.3 ความร่วมมือการค้าระหว่างประเทศไทย-อินเดีย

ประเทศไทยและอินเดียได้มีการเจรจาเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยและอินเดีย ใน 3 กรอบ ได้แก่ เขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย หรือ FTA ไทย - อินเดีย อาเซียน-อินเดีย และ BIMSTEC มีรายละเอียด ดังนี้

1. FTA ไทย-อินเดีย ตั้งแต่ 1 กันยายน 2004 ประเทศไทยและอินเดียเริ่มต้นลดภาษีนำเข้าสินค้าระหว่างกันหลังจากที่มีการลงนามทำข้อตกลง FTA แล้ว โดยกำหนดประเภทสินค้าที่ทยอยลดภาษีทั้งสิ้น 82 รายการ เป็นร้อยละ 0 ภายในเดือนกันยายน 2006 เรียกว่าเป็นสินค้าเร่งลดภาษี (Early Harvest Scheme: EHS) ประเภทสินค้าเร่งลดภาษี จำนวน 82 รายการ แยกเป็น

- 1) กลุ่มสินค้าเกษตร 7 รายการ
- 2) กลุ่มสินค้าอาหารทะเลแปรรูป 4 รายการ
- 3) สินค้าเกลือ 1 รายการ
- 4) กลุ่มสินแร่และเคมีภัณฑ์ 5 รายการ

- 5) กลุ่มสินค้าเม็ดพลาสติกและผลิตภัณฑ์ 10 รายการ
 - 6) สินค้าไม้อัดไม้บาง 1 รายการ
 - 7) กลุ่มสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 4 รายการ
 - 8) กลุ่มสินค้าเหล็กและของทำด้วยโลหะ 5 รายการ
 - 9) กลุ่มสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ 9 รายการ
 - 10) กลุ่มสินค้าอลูมิเนียม 2 รายการ
 - 11) กลุ่มสินค้าเครื่องจักร เครื่องจักรกล เครื่องสูบของเหลว เครื่องระบายอากาศ เครื่องปรับอากาศ เครื่องจักรกลการเกษตร 24 รายการ
 - 12) กลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์เครื่องไฟฟ้า 8 รายการ
 - 13) สินค้านาฬิกาชนิด Clock และชนิด Watch 1 รายการ
 - 14) สินค้าเฟอร์นิเจอร์ 1 รายการ
- รายละเอียดเพิ่มเติม www.thaifta.com

2. ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (ASEAN - INDIA Free Trade Agreement: AIFTA) เริ่มลดภาษี 1 มกราคม 2010 ระหว่าง อินเดีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย ส่วนประเทศที่เหลือมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มิถุนายน 2010 ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการค้าสินค้า ประเทศสมาชิกอาเซียน 5 ประเทศ (บรูไน มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ไทย) และอินเดีย จะยกเลิกภาษีศุลกากรของสินค้าโดยรวมประมาณร้อยละ 80 ของรายการสินค้าภายในปี 2016 ประเทศสมาชิกใหม่อาเซียน (กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม) จะยกเลิกภาษีภายในปี 2021 ส่วนฟิลิปปินส์ และอินเดีย จะยกเลิกภาษีภายในปี 2019

ตัวอย่างสินค้าที่ไทยจะได้รับประโยชน์จากการลดภาษีของอินเดีย เช่น เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์พลาสติก อัญมณีและเครื่องประดับ ชิ้นส่วนยานยนต์ ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เฟอร์นิเจอร์และส่วนประกอบ เครื่องสำอาง ผักและพืชประเภทหัว อาหารปรุงแต่ง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง และน้ำผลไม้ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถใช้ประโยชน์จากกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าที่จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการมากขึ้น เนื่องจากสามารถใช้วัตถุดิบทั้งจากภายในอาเซียนและอินเดีย และยังสามารถรับใบส่งชื่อจากประเทศนอกกลุ่ม เพื่อทำการผลิตและส่งขายภายในภูมิภาคอาเซียน-อินเดีย โดยได้รับการลดหย่อนภาษ้นำเข้าเช่นกัน

การลด/ ยกเลิกภาษีศุลกากรแบ่งกลุ่มสินค้าเป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ

1. สินค้าปกติ (Normal Track: NT) แยกย่อยเป็นสินค้าปกติ 1 (NT 1) และสินค้าปกติ 2 (NT 2)
2. สินค้าอ่อนไหว (Sensitive Track)
3. สินค้าอ่อนไหวสูง (Highly Sensitive Track) และ
4. สินค้าไม่ลดภาษี (Exclusion List)

‘สินค้าที่ไทยจะได้รับประโยชน์จากการลดภาษีของอินเดีย เช่น เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์พลาสติก อัญมณีและเครื่องประดับชิ้นส่วนยานยนต์ ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เฟอร์นิเจอร์และส่วนประกอบ เครื่องสำอาง ผัก และพืชประเภทหัวอาหารปรุงแต่ง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง และน้ำผลไม้’

3. กรอบความร่วมมือ BIMSTEC (The Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation)

เป็นกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่อยู่ในอนุทวีปเอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนภายในประเทศสมาชิกและเพื่อดึงดูดนักลงทุนจากภายนอกให้เข้ามาทำการค้าและการลงทุนกับประเทศสมาชิก BIMSTEC ซึ่งกรอบความตกลงครอบคลุมการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจ BIMSTEC ประกอบด้วยสมาชิก ทั้งหมด 7 ประเทศ ได้แก่ บังกลาเทศ ศรีลังกา อินเดีย ไทย สหภาพพม่า เนปาล และภูฏาน

การเปิดตลาดสินค้า ใช้อัตราภาษีปกติ (MFN Applied Rate) ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2007 เป็นอัตราฐานในการลด/ยกเลิกภาษี แบ่งการลด/ยกเลิกภาษีศุลกากรของสินค้าออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. Fast Track: ทอยลดภาษีเหลือร้อยละ 0 ครอบคลุมสินค้า ร้อยละ 10 ของพิกัดฯ HS2007 ในระดับ 6 หลัก

2. Normal Track: แบ่งเป็น

2.1) Normal Track Elimination: ทอยลดภาษีเหลือร้อยละ 0 ครอบคลุมสินค้าน้อยกว่า 48 ของพิกัดฯ HS2007 ในระดับ 6 หลัก

2.2) Normal Track Reduction: ทอยลดภาษีเหลือร้อยละ 1-5 ครอบคลุมสินค้าน้อยกว่า 19 ของพิกัดฯ HS2007 ในระดับ 6 หลัก

3. Negative List: ไม่มีการลดภาษีสินค้านี้ ครอบคลุมสินค้าน้อยกว่า 23 ของพิกัดฯ HS2007 ในระดับ 6 หลัก

ทั้งนี้ แต่ละกลุ่มจะมีระยะเวลาการลด/ยกเลิกภาษีที่แตกต่างกัน ระหว่างประเทศกำลังพัฒนา และประเทศพัฒนาน้อยที่สุด

ปัจจุบันสมาชิก BIMSTEC สามารถหาข้อสรุปการจัดทำความตกลงการค้าสินค้า (Agreement on Trade in Goods) ได้แล้ว เหลือเพียงการยื่นตารางรายการสินค้าที่จะมีการเปิดเสรี เพื่อแนบท้ายความตกลงฯ และการตรวจทานถ้อยคำด้านกฎหมายของความตกลงฯ และภาคผนวกต่างๆ ให้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งคาดว่าจะสามารถมีผลบังคับใช้ได้กลางปี 2012 รายละเอียดเพิ่มเติม www.thaifta.com

2.8 กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า

2.8.1 มาตรการด้านภาษี

อินเดียผูกพันอัตราภาษีของสินค้าภายใต้ WTO ไว้กว่าร้อยละ 74 ของจำนวนสินค้าทั้งหมด โดยผูกพันอัตราภาษีของสินค้าเกษตรทุกรายการ และร้อยละ 70 ของสินค้าอุตสาหกรรมโดยทั่วไปอินเดียผูกพันเพดานอัตราภาษีสินค้าอุตสาหกรรมไว้ที่ร้อยละ 0-40 ส่วนสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ผูกพันที่

อัตราร้อยละ 150 ยกเว้นน้ำมันพืช สำหรับการบริโภคที่ผูกพันอัตราไว้ที่ร้อยละ 300 แต่ไม่ผูกพันสินค้าประมง เครื่องหนัง ผลิตภัณฑ์จักสาน รองเท้า ทองแดง และผลิตภัณฑ์ และอลูมิเนียม เป็นต้น นอกจากนี้ อินเดียได้กำหนดโควตาภาษีสำหรับการนำเข้านมผง ข้าวสาลี น้ำมันดิบจากเมล็ดดอกทานตะวันและดอกคำฝอย

สินค้า	อัตราภาษีที่ผูกพัน	อัตราภาษีที่เก็บจริง
เกษตร	1114.2%	34.4%
อุตสาหกรรม	36.2%	11.5%
ทุกรายการ	50.2%	14.5%

ที่มา : WTO

อินเดียได้ปรับลดอัตราภาษีศุลกากรลงอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยมีเป้าหมายจะลดอัตราให้ใกล้เคียงกับระดับอัตราภาษีของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน อย่างไรก็ตาม ในปีงบประมาณ 2008 - 2009 อัตราภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ยังคงอัตราร้อยละ 7.5 เท่ากับปีงบประมาณก่อนหน้า เนื่องจากต้องการรักษารายได้ศุลกากรเพื่อชดเชยกับอัตราภาวะเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าอัตราภาษีศุลกากรของสินค้าอุตสาหกรรมจะทยอยลดลง แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีของสินค้าเกษตรมากนัก นอกจากนี้ยังมีการเก็บอากรนำเข้าอื่น ซึ่งทำให้อัตราภาษีที่ต้องชำระโดยรวมสูงขึ้น โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคที่ต้องการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ รวมทั้งมีการใช้มาตรการปกป้องและมาตรการต่อต้านการทุ่มตลาดอย่างมาก โดยเฉพาะกับสินค้านำเข้าจากจีน

• โครงสร้างการคำนวณอัตราภาษีศุลกากรของอินเดีย

ประกอบด้วย

1. อากรพื้นฐาน (Basic Customs Duty: BCD) เป็นอัตรามาตรฐานโดยเรียกเก็บเป็นอัตราราคา (Advalorem) และอัตราตามสภาพ (Specific Rate) หรือทั้งสองแบบ

2. อากรศุลกากรเพิ่ม (Additional Customs Duty: ACD) เรียกเก็บเพิ่มเติมในอัตราร้อยละ 4 จากการนำเข้าสินค้าทุกรายการ เว้นแต่ได้รับการยกเว้นจัดเก็บสำหรับบางสินค้า ซึ่งเป็นการจัดเก็บที่นำมาประกาศใช้หลังจากเคยยกเลิกไป

3. Countervailing Duty (CVD) เทียบเท่ากับอัตราภาษีสรรพสามิตที่เรียกเก็บจากการผลิตสินค้าในประเทศชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกับสินค้านำเข้า

4. Countervailing Duty (CVD) อัตราร้อยละ 8, 12, 6 เทียบเท่ากับภาษีสรรพสามิตที่เรียกเก็บจากสินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตในประเทศ สำหรับสินค้าชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกับสินค้าที่นำเข้า

5. Educational Cess อัตราร้อยละ 2 โดยคำนวณจาก Basic Customs Duty เพื่ออุดหนุนการศึกษา

6. ภาษีต่อต้านการทุ่มตลาดหรือการปกป้อง เรียกเก็บเพิ่มเติมจากสินค้าที่พิสูจน์ว่าก่อให้เกิดความเสียหายแก่อุตสาหกรรมในประเทศ

7. ค่าธรรมเนียมการจัดการศุลกากร เรียกเก็บอัตราร้อยละ 1

• ภาษีภายในประเทศที่เรียกเก็บเมื่อสินค้ามาถึงแดน

1. ภาษีผ่านแดนระหว่างรัฐ (Octroi) เป็นภาษีที่แต่ละรัฐจัดเก็บตามอัตราที่กำหนดเอง ส่วนใหญ่ มีอัตราร้อยละ 1-1.5 ของสินค้าที่นำเข้าและเรียกเก็บกับสินค้าในประเทศเช่นกัน ซึ่งเรียกเก็บทุกครั้งที่สินค้าข้ามพรมแดนของแต่ละรัฐจนกว่าจะถึงจุดหมาย แต่ปัจจุบันหลายรัฐได้ยกเลิกแล้วหลังจากนำระบบภาษีมูลค่าเพิ่มมาใช้เมื่อเดือนเมษายน 2005

2. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax) กำหนดโดยรัฐบาลกลาง เพื่อแทนที่การเก็บภาษีขายที่แต่ละรัฐจัดเก็บ โดยมีอัตราส่วนใหญ่อัตราร้อยละ 12.5

2.8.2 มาตรการที่มีใช้ภาษี

• ผู้ค้ากับอินเดียต้องมีหมายเลข PAN

กรมสรรพากรของอินเดียประกาศระเบียบใหม่โดยกำหนดให้ผู้มีรายได้จากประเทศอินเดีย ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศอินเดียหรือไม่ก็ตาม ซึ่งมีการหักภาษี ณ ที่จ่าย จะต้องแสดงหมายเลข Permanent Account Number (PAN) ให้แก่ผู้จ่ายเงินก่อนที่จะมีการชำระเงินส่งเงิน หากไม่มี PAN ก็จะถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายสูงกว่าอัตราปกติ โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2010 ผู้ส่งออกไปอินเดียสามารถยื่นขอหมายเลข PAN ได้ที่สถานเอกอัครราชทูตอินเดียประจำประเทศไทยโดยมีค่าใช้จ่ายเพียงเล็กน้อย

• มาตรการจำกัด และห้ามการนำเข้าสินค้า

อินเดียยกเลิกนโยบายการจำกัดการนำเข้าสินค้าเพื่อให้เป็นไปตามพันธกรณีที่มีต่อ WTO โดยให้มีการนำเข้าสินค้าได้อย่างเสรี ยกเว้นบางสินค้าที่จำเป็นต้องมีมาตรการนำเข้าควบคุมอื่น เช่น ข้าวสาลี พืชน้ำมัน หรือน้ำมันเชื้อเพลิงที่ต้องนำเข้าโดยตัวแทนของรัฐบาล และควบคุมการนำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคง ความปลอดภัยของประชาชน และข้อห้ามทางศาสนา รวมทั้งห้ามนำเข้าสัตว์ป่า ไขมันสัตว์ เนื้อวัว ไก่และผลิตภัณฑ์จากไก่เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไข้หวัดนก

• มาตรการใบอนุญาตนำเข้า

กำหนดประเภทสินค้าที่ต้องได้รับใบอนุญาตนำเข้าจากหน่วยงาน

‘กรมสรรพากรของอินเดีย ประกาศระเบียบใหม่โดยกำหนดให้ผู้มีรายได้จากประเทศอินเดีย ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศอินเดียหรือไม่ก็ตาม ซึ่งมีการหักภาษี ณ ที่จ่าย จะต้องแสดงหมายเลข Permanent Account Number (PAN)’

ที่เกี่ยวข้องของอินเดีย เช่น รถยนต์ใหม่ สินค้าเกษตรชั้นปฐม หินอ่อน และเครื่องจักรใช้แล้ว เป็นต้น

• มาตรการปิดฉลาก

สินค้านำเข้าประเภทอาหารต้องปิดฉลากแสดงข้อความบนภาษาบรรจุเป็นภาษาอังกฤษหรือฮินดู โดยระบุชื่อผู้นำเข้า ที่อยู่ผู้ผลิต วัน/เดือน/ปีที่ผลิต จำนวนของส่วนประกอบอาหาร ปริมาตร/น้ำหนักสุทธิ ราคาขายปลีกขั้นสูงสุด วันครบกำหนดหมดอายุ และแสดงสัญลักษณ์วงกลมสีน้ำตาล อยู่ภายในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสสีน้ำตาลให้ปรากฏชัดเจนไว้ที่ข้างบนฉลากด้านของชื่ออาหารและติดกับสีพื้นของฉลาก หากเป็นอาหารมังสวัตถุต้องแสดงสัญลักษณ์รูปวงกลมสีเขียวภายในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้ชัดเจน ยกเว้นผลิตภัณฑ์นม

• มาตรฐานการบรรจุหีบห่อ

สินค้านำเข้าทุกชนิดจะต้องผ่านมาตรฐานการบรรจุหีบห่อตามประกาศของรัฐบาลกลาง และตามมาตรฐานของน้ำหนักและมาตร โดยกำหนดให้ระบุชื่อที่อยู่ของผู้นำเข้า ปริมาณสุทธิตามมาตรฐาน หน่วยของน้ำหนัก เดือนและปีที่บรรจุหีบห่อ รวมทั้งราคาขายปลีกสูงสุดเมื่อรวมภาษีอื่นๆ แล้ว

• มาตรการสุขอนามัย

1. สินค้าอาหาร ต้องมีหนังสือรับรองผลวิเคราะห์สินค้าจากประเทศต้นทาง และต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานสุขอนามัยโดย Department of Food Processing และการตรวจสอบของกรมศุลกากร โดยต้องมีอายุสินค้า (Shelf Life) ในเวลาที่นำเข้ามาในประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของอายุสินค้านับจากวันที่ผลิตและวันที่สินค้าหมดอายุ

2. สินค้าปศุสัตว์ทุกประเภทจะต้องขออนุญาตการนำเข้าจาก Department of Animal Husbandry and Dairying และต้องมีใบรับรองการตรวจสอบโรคจากประเทศต้นทาง โดยอินเดียกำหนดให้ขนส่งผ่านท่าอากาศยานและท่าเรือเฉพาะใน 4 เมืองหลัก ได้แก่ เดลี มุมไบ กัลกัตตา และเจนไน ซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานบริการตรวจสัตว์และออกใบอนุญาต (Animal Quarantine and Certification Services Stations)

• มาตรการกักกันพืช

สินค้าพืช ผัก ทั้งสดและแห้งจะต้องมีใบอนุญาตนำเข้าและผ่านการตรวจสอบตามมาตรการตรวจสอบและกักกันโรคพืช (Plant Quarantine Order) ซึ่งกำหนดให้มีการตรวจวิเคราะห์ความเสี่ยงของโรคพืชและแมลง (Pest Risk Analysis: PRA) รวมทั้งต้องปฏิบัติตามมาตรฐานหีบห่อที่ผ่านการฆ่าเชื้อตามวิธีการที่กำหนดหรือวิธีอื่นตามมาตรฐานนานาชาติและได้รับใบรับรองสุขอนามัย โดยอนุญาตให้นำเข้าผ่านจุดที่กำหนดไว้เท่านั้น

• มาตรการกำหนดมาตรฐานสินค้า

สินค้าอุตสาหกรรมกว่า 150 รายการ จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จาก Bureau of Indian Standards เช่น สิ่งทอ เคมีภัณฑ์และยาฆ่าแมลง ยาง และพลาสติก ผลิตภัณฑ์การถนอมอาหาร แป้งมัน นม สีย้อมผ้า เหล็ก ปูนซีเมนต์และผลิตภัณฑ์คอนกรีต เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า ขวดนมเด็ก และแบตเตอรี่แห้ง อุปกรณ์ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนรถยนต์ และวัสดุก่อสร้าง ปิมน้ำ และอุปกรณ์กำจัดของเสีย เป็นต้น หากเป็นการนำเข้ารถยนต์หรือชิ้นส่วนยานยนต์ จะต้องปฏิบัติตามนโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์มุ่งที่จะลดภาวะมลพิษจากยานยนต์

• มาตรการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

อินเดียไม่ได้รวมลงนามในข้อตกลง WTO เรื่องการจัดซื้อจัดจ้าง โดยภาครัฐ และการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานต่างๆยังขาดมาตรฐาน ไม่โปร่งใส และยังมีการกีดกันผู้ประกอบการต่างชาติ มักจะใช้วิธีการประมูลที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ประมูลต่างชาติเพื่อกดราคารับเหมาลงมา แต่จะทำสัญญากับผู้ประมูลท้องถิ่น แม้ว่าผู้ประมูลต่างชาติจะให้ราคาต่ำกว่า

2.9 โอกาสทางการค้าและปัญหาอุปสรรค

สินค้าไทยที่มีศักยภาพ ได้แก่ สินค้าอาหาร สิ่งปรุงแต่งรสอาหาร ผลไม้แปรรูป น้ำผลไม้ ชิ้นส่วนยานยนต์ พลาสติกและผลิตภัณฑ์ วัสดุก่อสร้าง เครื่องหนัง/หนังฟอก/รองเท้า/ทองรูปพรรณ (อินเดียบริโภคทองคำมากที่สุดในโลก) พลาสติก/เมลามีน ยาง/ผลิตภัณฑ์ กระดาษ กล่องกระดาษ อลูมิเนียม หม้อแปลง ลิฟต์ บันไดเลื่อน ไม้อัด ไม้ยางพารา ไฟเบอร์บอร์ด กระดาษของเล่น/ของเล่นเพื่อการศึกษา เฟอร์นิเจอร์ ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์/ของใช้เด็ก โทรศัพท์ เครื่องใช้ไฟฟ้า พัดลม ตู้เย็น เครื่องจักรกลการเกษตร เครื่องปรับอากาศ และเครื่องสำรองไฟฟ้า

ปัจจุบันสินค้าส่งออกของไทยได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการลดภาษี ภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรีไทย-อินเดีย (TIFTA) และกรอบความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (AIFTA) ทำให้สินค้าส่งออกหลายรายการ มีแนวโน้มเข้าสู่ตลาดอินเดียได้มากขึ้น เช่น ชิ้นส่วนยานยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

FTA ไทย-อินเดีย ไทยและอินเดียได้ตกลงลดภาษีระหว่างกัน ในรายการสินค้าเร่งลดภาษี (Early Harvest Scheme) จำนวน 82 รายการ โดยทั้ง 82 รายการมีอัตราภาษีย้อยละ 0 ปัจจุบัน ไทย-อินเดียอยู่ระหว่างการเจรจาเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมการเปิดเสรีสินค้าในส่วนที่เหลือ สินค้าที่มีศักยภาพส่งออกไปอินเดียภายใต้ FTA ไทย - อินเดีย ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ อะลูมิเนียมเจือ เครื่องประดับเพชรพลอย โพลีคาร์บอเนต ชิ้นส่วนยานยนต์ พัดลม และเครื่องจักรกลการเกษตร

ตรวจสอบข้อมูลสินค้าที่ได้รับประโยชน์จาก FTA ไทย – อินเดีย (TIFTA) ได้ที่

[http://www.dft.go.th/level4Frame.asp?sPage=the_files/\\$\\$12/level3/fta_ind.htm&level3=1068](http://www.dft.go.th/level4Frame.asp?sPage=the_files/$$12/level3/fta_ind.htm&level3=1068)

FTA อาเซียน-อินเดีย มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2010
ครอบคลุมสินค้ากว่า 4,800 รายการ โดยสินค้าที่มีศักยภาพ ได้แก่
กรดเทรฟทาลิก เครื่องยนต์ดีเซล เอทีเอ็น ผ้าใบยางรถยนต์ ถังเชื้อเพลิง
ยางสังเคราะห์ และเครื่องรับวิทยุ เป็นต้น

ตรวจสอบข้อมูลสินค้าที่ได้รับประโยชน์จาก FTA อาเซียน – อินเดีย (AIFTA) ได้ที่

[http://www.dft.go.th/level4Frame.asp?sPage=the_files/\\$\\$12/level3/Asean_India.htm&level3=1236](http://www.dft.go.th/level4Frame.asp?sPage=the_files/$$12/level3/Asean_India.htm&level3=1236)

ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกอินเดียรายสินค้า

สินค้า	ปัญหา/ อุปสรรค
1. สินค้าเกษตร	- มาตรการสุขอนามัยกำหนดให้ผักและผลไม้ที่นำเข้าต้องผ่านการประเมินความเสี่ยงศัตรูพืชที่ด่านกักกันโรคพืช โดยจะสุ่มตรวจสินค้า หากเป็นผักและผลไม้ที่อยู่นอกบัญชีรายชื่อก็จะถูกตรวจสอบทุกครั้งที่นำเข้า ซึ่งล่าช้าและทำให้สินค้าเน่าเสีย - อัตราภาษีศุลกากรสูง รวมทั้งค่าธรรมเนียมส่งสินค้าทางอากาศมีราคาสูง ทำให้ผลไม้ไทยมีราคาสูงขึ้น - ปัญหาเรื่องการขนส่งสินค้า เช่น ไม่มีท่าเรือที่สะดวกต่อการขนส่งไปยังปลายทาง รวมทั้งมีการตรวจสอบที่ล่าช้าที่ด่านศุลกากรก่อนปล่อยสินค้า - การขนส่งทางเรือจากไทยไปอินเดียใช้เวลาประมาณ 20 วัน แต่จากอินเดียมาไทยใช้เวลาเพียง 9 วัน - อินเดียใช้มาตรการปกป้องกับผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่นำเข้าจากไทย - ชาวอินเดียส่วนใหญ่ไม่รู้จักผลไม้ไทย - ราคาสินค้าเกษตรไม่เป็นไปตามกลไกตลาดแต่ขึ้นอยู่กับผู้จำหน่ายรายใหญ่ในท้องถิ่นที่เป็นผู้นำตลาด และมีสัญญาซื้อขายโดยตรงกับเกษตรกรทำให้สามารถขายตัดราคาหรือกำหนดราคาขายได้ โดยรัฐไม่ได้เข้ามาควบคุม
2. อาหารแปรรูป	- สินค้าภายในประเทศได้รับการปกป้องจากรัฐบาลอินเดีย โดยมีอัตราภาษีสูงและระบบการเก็บภาษีค่อนข้างซับซ้อน - กำหนดขั้นตอนควบคุมการนำเข้าด้านสุขอนามัยสูง โดยต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานสินค้าก่อนวางจำหน่าย แม้ว่าคุณภาพอาหารของไทยจะได้รับการรับรองจากผู้นำเข้า

สินค้า	ปัญหา/ อุปสรรค
	ในประเทศยุโรปก็ตาม และขั้นตอนการตรวจสอบล่าช้าและใช้เวลานาน มีค่าใช้จ่ายสูงโดยหน่วยงานที่มีหน้าที่ตรวจสอบคือ Central Food Laboratory โดยให้ส่งสินค้ามาตรวจล่วงหน้า จึงเป็นภาระของผู้ส่งออกและผู้นำเข้า - หน่วยงานตรวจสอบยังมีสาขาไม่ครบถ้วน ณ จุดนำเข้าหรือด่านศุลกากรต่างๆ ของอินเดีย และหากเป็นสินค้าจำพวกเนื้อสัตว์ต่างๆ ต้องผ่านการตรวจสอบจาก Department of Animal Husbandry and Dairying สังกัดกระทรวงเกษตรสินค้า - ผู้ส่งออกไทยไม่มีความรู้เรื่องช่องทางการจำหน่ายในอินเดีย - การได้คู่ค้าที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการเจาะตลาดอาหาร
3. เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	- เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคอินเดียมีความต้องการสูง แต่เนื่องจากอัตราภาษีนำเข้าและค่าธรรมเนียมอื่นๆ รวมแล้วสูงถึงร้อยละ 34 ทำให้สินค้าในหมวดนี้มีราคาสูงจึงมีการลักลอบนำเข้า - มีคู่แข่งที่สำคัญคือ จีน และเกาหลีใต้ แต่สินค้าจากประเทศไทยได้รับความนิยมมากกว่า เนื่องจากมีความมั่นใจในด้านคุณภาพเพราะเป็นแบรนด์จากประเทศญี่ปุ่น - การเข้าไปลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมเป็นแนวทางที่ช่วยให้สินค้าไทยเจาะตลาดได้ดีขึ้น
4. ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์	- ยี่ห้อของรถในอินเดียยังไม่ค่อยตรงกับที่ผลิตในเมืองไทยและยังมีการกีดกันจากสมาคมผู้ผลิตในอินเดียที่ไม่ต้องการให้มีการนำเข้ามาแข่งขันกับผู้ผลิตในประเทศ การเข้าสู่ตลาดอินเดียของสินค้าหมวดนี้ควรที่จะเข้าไปเปิดโรงงานผลิตในอินเดีย เนื่องจากมีต้นทุนต่ำกว่า โดยอาจเลือกลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมเพื่อลดต้นทุนดำเนินการ - อัตราภาษีนำเข้าสูง อย่างไรก็ตาม การใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีในสินค้าบางรายการก็สามารถที่จะเข้ามาทำตลาดในอินเดียได้ - มีการลอกเลียนแบบสินค้าอย่างแพร่หลายและรวดเร็ว จึงควรจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าก่อนที่จะวางขาย ในอินเดีย
5. เสื้อผ้าสำเร็จรูปและผ้าผืน	- สินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่นำเข้ามาในประเทศอินเดียจะต้องไม่มีสารย้อมสีที่เป็นอันตราย เช่น AZO ปนเปื้อนอยู่ และจะต้องระบุไว้ในใบอนุญาตส่งออกสินค้าที่ผ่านการทดสอบสารปนเปื้อนและรับรองจากหน่วยงานกำกับดูแลของประเทศผู้ส่งออก

สินค้า	ปัญหา/ อุปสรรค
6. อัญมณีและเครื่องประดับ	- สินค้าของอินเดียมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ทำให้ขายได้ราคาถูก (ต้นทุนเสื้อเชิ้ตตัวละ 1 เหรียญสหรัฐฯ) - อัตราภาษีศุลกากรสูงร้อยละ 34 - ควรนำชิ้นส่วนเสื้อผ้าเข้าไปตัดเย็บในนิคมอุตสาหกรรม ในอินเดีย เพราะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอินเดียในด้านรูปแบบและคุณภาพ
7. เครื่องหนังและผลิตภัณฑ์/รองเท้า	- อินเดียเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย เนื่องจากเป็นแหล่งวัตถุดิบ และสามารถจัดหาวัตถุดิบได้ดีกว่าไทย ประกอบกับมีแรงงานที่ถูก - อัญมณีไทยได้รับการยอมรับในด้านการออกแบบที่ทันสมัยมีฝีมือที่ประณีตกว่า และใช้วัสดุที่มีคุณภาพกว่า โดยเฉพาะทองคำที่มีมาตรฐานกว่าสินค้าของอินเดีย
	- อินเดียมีแหล่งวัตถุดิบมาก และแรงงานราคาถูก แต่สินค้า ไทยเข้ามาแข่งขันได้ เนื่องจากมีรูปแบบที่ทันสมัยกว่า - อัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 34 ควรเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังซื้อ เพราะสินค้าในรูปแบบเดียวกันของอินเดีย จะมีราคาต่ำกว่า แต่สินค้าของไทยจะได้รับการยอมรับ ในด้านความสวยงามและฝีมือการตัดเย็บที่ดีกว่า - ควรเน้นสินค้าวัตถุดิบ เคมีภัณฑ์และหนังฟอกป้อนสายการผลิต เนื่องจากอินเดียเป็นแหล่ง outsource สำคัญของแบรนด์ดังจากยุโรป

ที่มา : รวบรวมข้อมูลจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย



3. รายงานการตลาดที่น่าสนใจ

3.1 อาหารฮาลาล

3.1.1 อินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรมากเป็นอันดับสองของโลก (ประมาณ 1,200 ล้านคน) ในจำนวนนี้ มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามมากกว่า 160 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ของประชากรมุสลิมทั่วโลก ซึ่งมีความต้องการที่จะบริโภคอาหารฮาลาลหรืออาหารที่ได้รับอนุญาตให้บริโภคได้ตามหลักศาสนาอิสลาม จากข้อมูลประชากรดังกล่าวสามารถประมาณการได้ว่า ตลาดอาหารฮาลาลในอินเดียนั้นคิดเป็นมูลค่า 250 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อปี และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 10-15 ในแต่ละปี

3.1.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารของชาวอินเดียส่วนใหญ่รวมทั้งชาวมุสลิมด้วย ยังคงนิยมบริโภคอาหารที่ผลิตได้เองภายในท้องถิ่นและปรุงอาหารรับประทานเองเป็นหลัก โดยวัตถุดิบสามารถหาซื้อได้ในตลาดท้องถิ่น และร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ซึ่งเป็นผู้กระจายสินค้ารวมแล้วประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าตลาด ทั้งนี้ นอกจากในเมืองใหญ่ๆ แล้ว ไม่ค่อยมีการดำเนินกิจการซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่มากนักในประเทศอินเดีย

3.1.3 แม้แต่ในเมืองใหญ่อย่างเช่นเมืองมุมไบ ประชาชนส่วนใหญ่นิยมที่จะปรุงอาหารรับประทานเองที่บ้าน รวมทั้งนำอาหารที่ปรุงเองที่บ้านไปรับประทานในที่ทำงานด้วย อย่างไรก็ตาม มีแนวโน้มว่าการรับประทานอาหารนอกบ้านและผลิตภัณฑ์อาหารประเภท Ready to eat จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มคนชั้นกลางที่มีรายได้สูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ

3.1.4 นอกจากอาหารมือหลักแล้ว คนอินเดียส่วนใหญ่นิยมบริโภคอาหารหวานและขนมขบเคี้ยว ซึ่งมีการผลิตและจำหน่ายอยู่เป็นจำนวนมาก โดยผู้ผลิตท้องถิ่นเองและบางส่วนมีการนำเข้าจากต่างประเทศ

3.1.5 ตลาดสินค้าอาหารของอินเดียให้ความสำคัญกับอาหารประเภทมังสวิรัต เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาฮินดู (หากนับถืออย่างเคร่งครัดจะไม่รับประทานเนื้อสัตว์และไข่) โดยจะมีการแสดงสัญลักษณ์บนฉลากสินค้าอาหารเสมอว่าสินค้านี้เป็นมังสวิรัตหรือไม่

3.1.6 ในส่วนของอาหารฮาลาลนั้น ในปัจจุบันยังไม่ปรากฏว่ามี การจำแนกออกชัดเจนจากอาหารทั่วไปมากนัก โดยมากผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม มักจะซื้อสินค้าประเภทอาหารสด เนื้อสัตว์ และวัตถุดิบต่างๆ ในการปรุงอาหารจากร้านค้าในท้องถิ่นที่ทราบอยู่แล้วว่าเป็นมุสลิมด้วยกัน และเลือกรับประทานอาหารนอกบ้านเฉพาะในร้านอาหารมุสลิมโดยเฉพาะ

3.1.7 อินเดียมีการนำเข้าสินค้าประเภทอาหารจากต่างประเทศเป็นปริมาณไม่มากนักเมื่อเทียบกับขนาดของตลาด เนื่องจากอินเดียเองมีความสามารถในการผลิตได้ค่อนข้างเพียงพอต่อความต้องการบริโภค รวมทั้งยังเป็น

‘จากข้อมูลประชากรดังกล่าวสามารถประมาณการได้ว่าตลาดอาหารฮาลาลในอินเดียนั้นคิดเป็นมูลค่า 250 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อปี และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 10-15 ในแต่ละปี’

ประเทศผู้ส่งออกอาหารรายสำคัญของโลกอยู่แล้ว ทั้งนี้ สินค้าอาหารที่อินเดียมีการนำเข้ามักจะเป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น ผักผลไม้ที่ไม่ได้เพาะปลูกเองในประเทศ เครื่องดื่มบางชนิด เนื้อสัตว์และเนื้อสัตว์แปรรูปบางชนิด อาหารกระป๋อง อาหารสำเร็จรูป ซอสและเครื่องปรุงรส เป็นต้น

3.1.8 การนำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศส่วนใหญ่ผู้นำเข้าจะเป็นผู้กระจายสินค้าเองด้วยโดยจะส่งต่อไปยังตลาดค้าส่ง ร้านค้าปลีกท้องถิ่น ซูเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น ส่วนซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างสรรพสินค้าและไฮเปอร์-มาร์เก็ตจะมีแผนกจัดซื้อของตนทำหน้าที่คัดเลือกและสั่งซื้อสินค้าเอง

3.1.9 ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารฮาลาลเป็นเช่นเดียวกับการนำเข้าสินค้าอาหารโดยทั่วไป โดยสินค้าอาหารที่จะส่งเข้ามายังประเทศอินเดียจะต้องมีการรับรองด้านสุขอนามัยจากประเทศต้นทางให้เรียบร้อย ส่วนการนำเข้าสินค้าที่เป็นเนื้อสัตว์จะต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงาน Department of Animal Husbandry and Dairying ของรัฐบาลอินเดีย สำหรับการระบุว่าสินค้าอาหารใดเป็นอาหารฮาลาล อินเดียมีองค์กรที่เกี่ยวข้อง คือ Halal India Pvt. Ltd. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ได้รับการรับรองจากรัฐบาลอินเดียในการตรวจสอบและให้การรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศอินเดีย และองค์กรดังกล่าวเป็นสมาชิกของ World Halal Congress ทั้งนี้ ไม่มีข้อบังคับว่าสินค้าฮาลาลจะต้องได้รับการรับรองหรือได้เครื่องหมายรับรองใดจึงจะสามารถวางจำหน่ายได้ แต่หากผู้ประกอบการเห็นว่าหากมีการรับรองฮาลาลบนฉลากผลิตภัณฑ์แล้วจะทำให้เกิดประโยชน์ทางการตลาดได้ก็สามารถนำสินค้าของตนเสนอขอรับการรับรองจากองค์กรดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เนื่องจากองค์กรดังกล่าวได้มีการประสานงานและทำความตกลงร่วมกับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ไว้แล้วตั้งแต่ปี 2009 ผู้ประกอบการไทยที่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่ออกโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยแล้วก็สามารถขอรับการรับรองจากองค์กรดังกล่าวด้วยเช่นกัน

3.1.10 สินค้าอาหารของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกมายังตลาดอินเดีย ได้แก่ อาหารสำเร็จรูป ขนมขบเคี้ยว ซอสและเครื่องปรุงรส ผลไม้แปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น กลุ่มผู้บริโภคสำหรับสินค้าไทยดังกล่าว ได้แก่ ผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไปที่มีรายได้ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรายได้เฉลี่ยของคนอินเดียทั่วไป และต้องการทางเลือกในการบริโภคเพิ่มขึ้นควรเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่และตัวแทนห้างสรรพสินค้าที่มีศักยภาพในการทำตลาดให้กับสินค้า เมืองที่เป้าหมายควรเป็นเมืองใหญ่ที่มีความสำคัญทางธุรกิจ อาทิ มุมไบ นิวเดลี เจนาไน บังกาลอร์ ไฮเดอราบัด เป็นต้น เนื่องจากในเมืองเหล่านี้ผู้บริโภคจะมีกำลังซื้อสูงกว่าเมืองอื่นทั่วไป

3.1.11 ในเบื้องต้นเสนอให้เน้นการส่งออกสินค้าแปรรูปที่สามารถเก็บไว้ได้นานและทนทานต่อการขนส่ง เนื่องจากระบบโลจิสติกส์และการกระจายสินค้าในประเทศอินเดียยังไม่ได้มาตรฐาน ขั้นตอนการตรวจสอบสินค้าใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน หากเป็นสินค้าประเภทเน่าเสียง่ายอาจเกิดปัญหาได้

3.1.12 หากมีโอกาสผู้ประกอบการไทยควรเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารที่จัดขึ้นในเมืองใหญ่ๆ ของอินเดีย อาทิ มุมไบ นิวเดลี และเจนไน รวมทั้งงานแสดงสินค้าประเภททั่วไปขนาดใหญ่ ซึ่งมีสินค้าอาหารร่วมจัดแสดงด้วย เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการได้พบกับผู้นำเข้าและนักธุรกิจอินเดียที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอาหาร รวมทั้งเป็นโอกาสในการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าต่อผู้บริโภคชาวอินเดียโดยตรงอีกด้วย

3.2 น้ำผลไม้

ตลาดน้ำผลไม้ในอินเดียเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก มียอดจำหน่ายกว่า 660 ล้านหน่วยต่อปี โดยเป็นน้ำผลไม้คั้นสดๆ ตามร้านน้ำผลไม้ทั่วไปร้อยละ 86.36 และน้ำผลไม้กล่อง/ขวด ร้อยละ 14.64 ทั้งนี้ ตลาดน้ำผลไม้สด มีน้ำมะนาวเป็นน้ำผลไม้ยอดนิยม มีสัดส่วนถึงร้อยละ 49 ของตลาด ส่งผลให้คั๊กกระโดดลงมาเล่นตลาดนี้อย่างเต็มตัวโดยการออกน้ำชาตรสมะนาวเป็นเจ้าแรกของอินเดีย

Coca - Cola อินเดียได้เริ่มวางตลาดเครื่องดื่มน้ำมะนาวเมื่อต้นเดือนมกราคม 2010 ภายใต้ยี่ห้อ Minute Maid Nimbu Fresh โดยเริ่มปูพรมในภาคใต้ก่อน โดยใช้ฐานการผลิตในเมือง Gangaikondan ของรัฐทมิฬนาฑู และเมือง Chittoor ของรัฐอันตรประเทศ

คนอินเดียนิยมดื่มน้ำผลไม้กันมาก ร้านน้ำผลไม้มีให้เห็นทั่วไปในอินเดีย น้ำผลไม้ยอดนิยมได้แก่ ส้ม องุ่น แดงโม และมะม่วง ส่วนน้ำมะพร้าว



ยังไม่เป็นที่นิยม เพราะมะพร้าวอินเดียรสออกเปรี้ยวน้ำมะพร้าวไทยน่าจะเจาะตลาดได้ ทั้งนี้ น้ำผลไม้บรรจุกล่อง/ขวดน่าจะแย่งส่วนแบ่งตลาดเพิ่มไม่ยาก เพราะอินเดียเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ประกอบกับคนชั้นกลางมีกำลังซื้อสูงขึ้น และมีผู้มีฐานะดีถึงกว่า 300 ล้านคน

น้ำผลไม้เป็นสินค้าในบัญชีลดภาษีภายใต้ความตกลง FTA อาเซียน-อินเดีย ทำให้น้ำผลไม้ไทยสามารถเข้าตลาดอินเดียได้ง่ายขึ้น ซึ่งเริ่มลดภาษีในปี 2011 จากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 25 โดยจะเป็นร้อยละ 0 ในปี 2013

3.3 ผลไม้ของอินเดีย

3.3.1 ผลไม้ของอินเดีย

อินเดียเป็นประเทศที่มีผลไม้หลากหลาย เป็นผู้ผลิตและส่งออกผลไม้รายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของโลก โดยในปีที่ผ่านมามีผลผลิตรวมกันกว่า 6 หมื่นล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 10 ของผลไม้ทั่วโลก โดยที่กล้วยมีปริมาณผลผลิตออกมามากที่สุดถึง 25.75 ล้านตัน รองลงมาคือ มะละกอ 3.8 ล้านตัน แอปเปิ้ล มะม่วง และส้ม ปริมาณ 1.79 1.37 และ 1.98 ล้านตัน ตามลำดับ

ผลไม้	ปริมาณการผลิต (ล้านตัน)*
1. กล้วย	25.75
2. มะละกอ	3.80
3. แอปเปิ้ล	1.79
4. มะม่วง	1.37
5. ส้ม	1.19
6. องุ่น	0.92
7. ทับทิม	0.80
8. ลิ้นจี่	0.48

* APEDA, Ministry of Commerce & Industry, Government of India

3.3.2 การส่งออก

อินเดีย นอกจากจะได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่ผลิต “กล้วย” และ “มะม่วง” ที่ใหญ่ที่สุดในโลกแล้ว ยังมีส่วนแบ่งตลาดฯ ในการส่งออกผลไม้ดังกล่าวถึงร้อยละ 39 และ 23 ตามลำดับ โดยในปี 2009-2010 อินเดียส่งออกกล้วยจำนวนกว่า 5 หมื่นตัน มีมูลค่ากว่า 27 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่ส่งอมะม่วงจำนวนกว่า 7 หมื่นตัน มีมูลค่ากว่า 42 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากนี้ “องุ่น” อินเดียก็เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศมากขึ้นเช่นกัน โดยในปี 2009 - 2010 มีปริมาณการส่งออกมากกว่า 1 แสนตัน มีมูลค่าการส่งออก 115 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



3.3.3 การบริโภคภายในประเทศ

ปัจจุบันการบริโภคผลไม้ภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยที่ “กล้วย” เป็นผลไม้ที่มีการบริโภคภายในประเทศมากที่สุดประมาณร้อยละ 30 ของผลไม้ทั้งหมด ตามมาด้วยแอปเปิ้ล มะม่วง และส้มแป้น

จากการสำรวจราคาผลไม้ที่มีผลผลิตออกสู่ตลาดภายในประเทศและส่งออกฯ รวมทั้งผลไม้ ซึ่งเป็นที่นิยมบริโภคของชาวอินเดีย พบว่า กล้วยจะมีราคาอยู่ในระดับปานกลาง คือ กิโลกรัมละ 40 รูปี หรือประมาณ 28 บาท ส่วนมะม่วงคุณภาพดีราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 110 รูปี หรือประมาณ 77 บาท สำหรับลิ้นจี่ของอินเดียนั้น ราคาตลาดเฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 80 รูปี หรือประมาณ 56 บาท

3.3.4 การนำเข้าผลไม้

ปี 2009-2010 จากสถิติตัวเลขของกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมฯ อินเดียนำเข้าผลไม้หลายชนิดจากทั่วโลก แต่มูลค่าไม่มากนักสรุปได้ ดังนี้

- นำเข้าผลไม้ Pineapples, Avocados, Guavas, Mangoes & Mangosteens Fresh or Dried (HS Code 0804) โดยอันดับ 1 นำเข้าจากประเทศปากีสถาน มูลค่าประมาณ 46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อันดับ 2 และ 3 นำเข้าจากประเทศอิรัก และอัฟกานิสถาน มูลค่าประมาณ 42 และ 37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯตามลำดับ

- นำเข้าผลไม้ Citrus Fruit Fresh or Dried (HS Code 0805) โดยอันดับ 1 นำเข้าจากประเทศออสเตรเลีย มีมูลค่า 4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อันดับ 2 และ 3 จากประเทศแอฟริกาใต้ และสหรัฐฯ

- นำเข้าผลไม้ Melons (Incl.wtrmlon) & papws(papayas) Fresh (HS Code 0807) จากสถิติระบุว่า นำเข้าจากประเทศอัฟกานิสถาน มูลค่า 0.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจากประเทศปากีสถาน มูลค่า 0.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เท่านั้น

- นำเข้าผลไม้ Apples, Pears & Quinces, Fresh (HS Code 0808) โดยอันดับ 1 นำเข้าจากสหรัฐฯ มูลค่ากว่า 43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อันดับ 2 และ 3 จากประเทศจีน และประเทศชิลี มูลค่าประมาณ 40 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ 9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

3.3.5 ไทย-อินเดียกับการนำเข้า-ส่งออกผลไม้ภายใต้ FTA

ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2004 ซึ่งมีการเปิดเสรีการค้าสินค้าด้วย โดยตกลงให้มีการเร่งลดภาษีสินค้าบางส่วนทันทีจำนวน 82 รายการ รวมถึงสินค้าผลไม้ เช่น เงาะ ลำไยทุเรียน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ปริมาณและมูลค่าการค้าผลไม้ระหว่างไทยและอินเดีย ภายใต้ FTA ดังกล่าว ยังมีไม่มากเท่าที่ควร รายละเอียดปริมาณและมูลค่าการค้าฯ ตามตาราง ดังนี้

ปี 2010*

การนำเข้า-ส่งออก	สินค้า	ปริมาณ (Kg)	มูลค่า (USD)
ไทย ส่งออกไป อินเดีย	ผลไม้สดหรือแห้ง (HS Code 080450 และ 081090) ได้แก่ ฝรั่ง มะม่วง มังคุด เงาะ ลองกอง และทับทิม	1,447,097	1,086,950
อินเดีย ส่งออกมา ไทย	ผลไม้สดหรือแห้ง (HS Code 080450, 080610 และ 081090) เช่น ฝรั่ง มะม่วง องุ่น และทับทิม	1,272,015	3,154,202

* Information and Communication Technology Center with Cooperation of the Customs Department

จะเห็นได้ว่า ในปี 2010 ผลไม้สดหรือแห้งที่ไทยส่งออกไปอินเดีย มีปริมาณเพียง 1,447,097 กิโลกรัม รวมมูลค่าทั้งสิ้น 1,086,950 เหรียญสหรัฐฯ และอินเดียส่งออกมาไทยจำนวน 1,272,015 กิโลกรัม มีมูลค่า 3,154,202 เหรียญสหรัฐฯ

สรุปได้ว่า มูลค่าการส่งออกผลไม้ของอินเดียมายังไทยมากกว่ามูลค่าการส่งออกของไทยฯ ทำให้อินเดียได้ดุลการส่งออกผลไม้ฯ จำนวน 2,067,252 เหรียญสหรัฐฯ ทั้งนี้ คงมีปัจจัยหลายประการที่เป็นข้อจำกัดที่ทำให้ไทยไม่สามารถส่งออกผลไม้ไปอินเดียได้อย่างคล่องตัว

ข้อคิดเห็น

การที่มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยไปอินเดียยังมีไม่มากเท่าที่ควร (ถึงแม้ว่าภาษีศุลกากรเป็นศูนย์) อาจเป็นด้วยสาเหตุ ดังต่อไปนี้

1. ระหว่างการโยกย้ายขนส่งสินค้า อาจทำให้ผิวด้านนอกบอบช้ำ หรือเสียหาย จึงอาจถูกมองว่าคุณภาพลดลง ไม่เป็นที่สนใจ

2. การขนส่งสินค้าทางเรือ ถึงแม้จะมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าการขนส่งทางอากาศ แต่ใช้เวลาเดินทางนานกว่า ซึ่งก็วยังทำให้สินค้าไม่สดหรือเน่าเสีย ระหว่างการเดินทาง รวมทั้งระหว่างการขนส่งสินค้าปลายทางด้วย

3. การส่งสินค้าผลไม้ไทยไปอินเดีย ถึงแม้ภาษีศุลกากร จะเป็นศูนย์ แต่หลังจากผ่านด่านศุลกากรแล้ว ยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ ระหว่างการขนส่งสินค้า อีก เช่น การขนส่งสินค้า ทางบกผ่านรัฐต่างๆ ของอินเดีย ก่อนจะไปถึงจุดหมายปลายทาง จะต้องชำระค่าผ่านด่านๆ ของแต่ละรัฐ (Interstate Tax) ที่รถยนต์ขนส่งสินค้าจำเป็นต้องผ่านๆ ในอัตราที่กฎหมายของแต่ละรัฐ กำหนด

4. ผู้บริโภคต้องชำระค่าผลไม้แพงขึ้น เนื่องจากผู้ขายสินค้าและบริการจะบวกภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งต้องชำระภาษีขาย ภาษีบริการ ซึ่งมีอัตราที่แตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้าและบริการตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งภาษีเพื่อการศึกษาอีกด้วยในบางกรณี

ดังนั้น ผลไม้ไทยจึงมีราคาสูงมากเมื่อวางจำหน่ายในร้านหรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ เช่น ใน 1 แพคเกจมีมังคุด 6 ผล ราคา 200 รูปี หรือมีเงาะ 10 กว่าผล ราคา 100 รูปี เป็นต้น

ตารางข้างล่างเป็นตัวอย่างราคาเฉลี่ยผลไม้ของอินเดียและผลไม้นำเข้าจากไทย ซึ่งจะเห็นได้ว่าราคาผลไม้นำเข้าจากไทยมีราคาสูงมากเมื่อมาถึงตลาดอินเดีย

ผลไม้	ราคา(รูปี)/กิโลกรัม
กล้วย (อินเดีย)	40
ลิ้นจี่ (อินเดีย)	80
มะม่วง (อินเดีย)	110
มะม่วง (ไทย)	350
ลำไย (ไทย)	300
มังคุด (ไทย)	400

5. คนอินเดียส่วนใหญ่มีรสนิยมการบริโภคผลไม้สด และยังนิยมรับประทานผลไม้ที่มีอยู่ในประเทศ ซึ่งมีหลากหลายในตลาดทั่วไปและราคาไม่แพง

สำหรับผลไม้แห้งๆ เมื่อเดือนตุลาคม 2553 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศฯ ได้จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในตลาดอินเดียซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลไม้แห้ง ปรากฏว่าผลตอบรับไม่ค่อยดีเท่าที่ควร

ปัญหาด้านโลจิสติกส์ฯ เป็นประเด็นหนึ่งที่เป็นอุปสรรคของการขนส่งสินค้าไทยมายังอินเดีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการขนส่งสินค้าผ่านรัฐฯ ต่างๆ จะต้องเจอเรื่อง Interstate Tax อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งที่ทำให้สินค้าไทยมีราคาแพงในตลาดอินเดีย

ดังนั้น ผู้ประกอบการฯ ที่จะส่งออกผลไม้ไทยมายังตลาดอินเดีย อาจจะต้องมองตลาดบราซิลเป็นหลัก เพราะอาจจะไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ เนื่องจากราคาส่งสูงกว่าผลไม้พื้นเมือง จึงต้องเน้นการแข่งขันทางด้านคุณภาพของผลไม้ไทย ด้วยเหตุที่เมื่อผู้บริโภคในระดับบราซิลสนใจในรสชาติ และคุณภาพ คู่กับราคาที่ซื้อไปแล้วก็จะหวนกลับมาซื้อใหม่อย่างแน่นอน โดยไม่เกี่ยงราคา

3.3.6 สินค้ามะเขือเทศ (Tomato) มันฝรั่ง (Potato) หัวหอมแดง (Onion)

- **มะเขือเทศ (Tomato)** อินเดียเป็นประเทศที่มีผลิตผลของมะเขือเทศออกมาในแต่ละปีมากกว่า 50 ล้านตัน และมีการส่งออกจำหน่ายไปทั่วโลก โดยในปี 2009 - 2010 ส่งออกมะเขือเทศสด (HS Code:7020000) จำนวน 105,000 ตัน มูลค่าประมาณ 22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม ในปี 2009 - 2010 จากสถิติตัวเลขของกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมฯ อินเดียนำเข้ามะเขือเทศเล็กน้อยจากประเทศอิตาลี ปัจจุบันราคามะเขือเทศในอินเดียโดยเฉลี่ยค่อนข้างสูง จากการสำรวจตลาดทั่วไปราคาเฉลี่ยฯ อยู่ที่ กิโลกรัมละ 38 รูปี

- **มันฝรั่ง (Potato)** มันฝรั่งเป็นพืชพันธุ์ธัญญาหารสำคัญชนิดหนึ่งของโลกรองจากข้าวฯ ข้าวสาลี และข้าวโพด โดยที่อินเดียถือได้ว่ามีผลิตผลของมันฝรั่งมากที่สุดเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากจีนและรัสเซีย โดยในปีที่ผ่านมาผลิตผลกว่า 25 ล้านตัน และมีการส่งออกจำหน่ายไปทั่วโลก โดยในปี 2009 - 2010 ส่งออกมันฝรั่ง (HS Code:7019000) จำนวน 94,087 ตัน มูลค่าประมาณ 16 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจากสถิติตัวเลขของกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมฯ ไม่พบว่าอินเดียนำเข้ามันฝรั่งแต่อย่างใด ปัจจุบันราคามันฝรั่งในอินเดียไม่แพงมากนัก จากการสำรวจตลาดทั่วไปในกรุงนิวเดลี ราคาเฉลี่ยฯ อยู่ที่กิโลกรัมละ 8 รูปี ซึ่งประชาชนสามารถหาซื้อได้จากร้านขายของชำทั่วไป

- **หัวหอมแดง (Onion)** อินเดียสามารถปลูกหัวหอมแดงได้แทบทุกพื้นที่และทุกฤดู แต่จะได้ผลผลิตดีในช่วงฤดูหนาวและฤดูฝน ดังนั้น หัวหอมแดงจึงมีบริโภคและส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศได้ตลอดทั้งปี โดยในปี 2009 - 2010 อินเดียส่งออกหัวหอมแดงสดจำนวน 1,664,922.39 ตัน

มูลค่าประมาณ 489 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยตลาดส่งออกหัวหอมแดงที่สำคัญ คือ บังคลาเทศ มาเลเซีย ศรีลังกา และสหรัฐอเมริกาเป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในปี 2009 - 2010 จากสถิติตัวเลขของกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมฯ พบว่าอินเดียนำเข้าหัวหอมแดง (HS Code: 07031010) เล็กน้อยจากประเทศปากีสถานจำนวน 459,000 กิโลกรัม มูลค่าประมาณ 0.12 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ปัจจุบันราคาหัวหอมแดงในอินเดียค่อนข้างสูง โดยราคาเฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 40 รูปี

3.4 ยางพารา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมยางยนต์อินเดีย (ผู้บริโภครายใหญ่) มียอดขายในประเทศเกือบ 3 ล้านตัน ขณะที่ผลผลิตยางพาราในอินเดียไม่เพียงพอต่อความต้องการ ส่งผลให้ผู้ผลิตรายยนต์อินเดียเรียกร้องให้รัฐลดภาษีนำเข้าและเพิ่มการนำเข้ายางพารา

แม้รัฐบาลอินเดียจะเปิดเสรีทางการค้าและอุตสาหกรรมตั้งแต่ปี 2000 แต่อุปสรรคสำคัญคือ ภาษีนำเข้าที่สูงถึงร้อยละ 20 ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาการผลิตยางพารามีไม่เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ จึงทำให้รัฐบาลต้องลดภาษีนำเข้ายางพาราในช่วงปลายปีของทุกปี โดยในปี 2010-2011 อินเดียเปิดโควตาภาษี ให้มีการนำเข้ายางพารา 40,000 ตัน ในอัตราภาษีร้อยละ 10 ในช่วงมกราคม-มีนาคม 2011 ทั้งนี้ สมาคมผู้ผลิตรายยนต์ (Atma) ให้ความเห็นว่า ความต้องการนำเข้ายางพาราที่แท้จริงของอินเดียมีสูงถึง 200,000 ตันต่อปี แต่อุปสรรคเรื่องโควตาภาษีทำให้มีการนำเข้าต่ำกว่าที่เป็นจริง ขณะที่ผู้ผลิตรายยนต์ในประเทศก็ต้องการให้คงกำแพงภาษีไว้

อินเดียเป็นประเทศผู้ผลิตรายยนต์รายใหญ่อันดับสี่ของโลก รองจากไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย และเป็นผู้ใช้จ่ายอันดับสองของโลก รองจากจีน พื้นที่ปลูกยางพาราอินเดียเป็นรัฐเกรละและรัฐทมิฬนาฑูทางใต้ ของอินเดีย มีกำลังการผลิต 600,000 ตันต่อปี คาดว่าในปี 2011 จะมีผลผลิตยางพารา 916,000 ตัน ขณะที่ความต้องการใช้ยางธรรมชาติมีกว่า 1 ล้านตัน ผลผลิตส่วนใหญ่จึงถูกใช้ภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมยางรถยนต์และรถจักรยานยนต์ (ประมาณร้อยละ 65) นอกนั้นจะถูกใช้ในอุตสาหกรรมรองเท้า อุตสาหกรรมไฮเทค และการแปรรูปเพื่อการส่งออก

อินเดียมีแนวโน้มความต้องการนำเข้ายางพาราเพิ่มมากขึ้นแบบก้าวกระโดด โดยปี 2010 อินเดียมีการนำเข้ายางจากต่างประเทศเป็นปริมาณมากกว่า 70,000 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 42 แหล่งนำเข้าสำคัญอันดับ 1 คือ อินโดนีเซีย (สัดส่วนร้อยละ 48) รองลงมาเป็นไทย (สัดส่วนร้อยละ 37) และศรีลังกา (สัดส่วนร้อยละ 7) ตามลำดับ โดยเป็นการนำเข้าจากไทย 196 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 78

‘อินเดียมีแนวโน้มความต้องการนำเข้ายางพาราเพิ่มมากขึ้นแบบก้าวกระโดด โดยปี 2010 อินเดียมีการนำเข้ายางจากต่างประเทศเป็นปริมาณมากกว่า 70,000 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 42 แหล่งนำเข้าสำคัญอันดับ 1 คือ อินโดนีเซีย (สัดส่วนร้อยละ 48) รองลงมาเป็นไทย (สัดส่วนร้อยละ 37) และศรีลังกา (สัดส่วนร้อยละ 7) ตามลำดับ โดยเป็นการนำเข้าจากไทย 196 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 78’



3.5 รถจักรยานยนต์และรถสามล้อในอินเดีย

อินเดียเป็นตลาดการค้าที่มีศักยภาพสูงด้วยเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจอินเดียขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี เนื่องจากรัฐบาลอินเดียดำเนินนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งอินเดียเป็นตลาดขนาดใหญ่ด้วยจำนวนประชากร ประมาณ 1,200 ล้านคน มากเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากจีน เศรษฐกิจอินเดียขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ชาวอินเดียมีรายได้สูงขึ้น โดยเฉพาะชนชั้นกลาง ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ราว 350 ล้านคน ประกอบกับพฤติกรรมของชาวอินเดียรุ่นใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้นในการดำรงชีวิต ทำให้ความต้องการยานพาหนะในอินเดียเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะรถจักรยานยนต์และรถสามล้อ จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่จะขยายตลาดสินค้าดังกล่าวในอินเดียโดยมีปัจจัยเกื้อหนุนสำคัญดังนี้

1. ตลาดรถจักรยานยนต์และรถสามล้อในอินเดียขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากรถจักรยานยนต์และรถสามล้อมีความคล่องตัวและสะดวก รวดเร็วในการเดินทางบนท้องถนนในอินเดียที่มีสภาพการจราจรหนาแน่น อีกทั้งรายได้ที่สูงขึ้นของชาวอินเดียส่งผลให้ความต้องการรถจักรยานยนต์และรถสามล้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังเห็นได้จากยอดขายรายรถจักรยานยนต์ของอินเดียเพิ่มขึ้นจากราว 5 ล้านคัน ในปี 2002-2003 เป็น 8.5 ล้านคันในปี 2006-2007 ขณะที่ยอดขายรถสามล้อเพิ่มขึ้นจาก 276,719 คัน เป็น 556,126 คัน ในช่วงเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ ตลาดรถทั้งสองประเภทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของตลาดยานพาหนะ ทั้งหมดของอินเดียในปี 2008-2009 และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปีในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา

‘ผู้ประกอบการไทยที่สนใจ
เจาะตลาดรถจักรยานยนต์และ
รถสามล้อในอินเดียควรเริ่มจาก
การขยายตลาดในเมืองใหญ่ของ
อินเดีย โดยเฉพาะ มุมไบ นิวเดลี
กัลกัตตา เจนไน บังกาลอร์
และ ไฮเดอราบัด เนื่องจากเป็น
เมืองที่มีประชากรจำนวนมาก
(กว่า 5 ล้านคน) และมีกำลังซื้อ
สูง’

**2. ราคารถจักรยานยนต์และรถสามล้อในอินเดียอยู่ในระดับ
ที่ไม่สูงมาก** ราคารถจักรยานยนต์ในอินเดียอยู่ระหว่าง 20,000-75,000 รูปี
หรือราว 14,400-54,000 บาท (ขึ้นอยู่กับประเภทและขนาดของเครื่องยนต์)
ขณะที่รถสามล้อในอินเดียแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ซึ่งมีราคาแตกต่างกัน
ได้แก่ รถสามล้อสำหรับบรรทุกสินค้ามีราคาราว 150,000-300,000 รูปี
หรือ 108,000-216,000 บาท และรถสามล้อสำหรับโดยสารมีราคาราว
80,000-90,000 รูปี หรือ 58,000-65,000 บาท ซึ่งเป็นระดับราคาที่ไม่สูงมาก
ทำให้ชาวอินเดียที่มีกำลังซื้อตั้งแต่ระดับกลางขึ้นไปสามารถซื้อหามา
ครอบครองได้ นอกจากนี้ ความหลากหลายของประเภทรถจักรยานยนต์และ
รถสามล้อในอินเดีย เช่น รถจักรยานยนต์สำหรับผู้หญิง รถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่
รถสามล้อเครื่องบรรทุกเอนกประสงค์ และรถสามล้อโดยสารส่วนบุคคล
สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของชาวอินเดียได้มากขึ้น เช่น
การใช้รถสามล้อเครื่องบรรทุกเพื่อขนส่งสินค้าหรือการนำรถสามล้อมาปรับ
เปลี่ยนเป็นร้านค้าเคลื่อนที่ขนาดเล็กๆ รวมถึงการใช้รถจักรยานยนต์ขนาดเล็ก
เพื่อเดินทางระยะสั้นๆ

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยที่สนใจเจาะตลาดรถจักรยานยนต์
และรถสามล้อในอินเดียควรเริ่มจากการขยายตลาดในเมืองใหญ่ของอินเดีย
โดยเฉพาะมุมไบ นิวเดลี กัลกัตตา เจนไน บังกาลอร์ และไฮเดอราบัด เนื่องจาก
เป็นเมืองที่มีประชากรจำนวนมาก (กว่า 5 ล้านคน) และมีกำลังซื้อสูง ขณะที่
รูปแบบของสินค้าควรมีความหลากหลายและทันสมัย เพื่อตอบสนองรสนิยม
ของชาวอินเดียรุ่นใหม่และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับรถจักรยานยนต์
และรถสามล้อของอินเดีย นอกจากนี้ ควรเน้นขยายตลาดรถสามล้อแบบ
เครื่องยนต์ 4 จังหวะ เนื่องจากอินเดียเริ่มปรับเปลี่ยนมาใช้รถสามล้อประเภท
ดังกล่าวมากขึ้นหลังจากที่ธนาคารโลก ADB และรัฐบาลอินเดียได้ร่วมกัน
รณรงค์ให้ยกเลิกการใช้รถสามล้อแบบเครื่องยนต์ 2 จังหวะในอินเดีย เพื่อลด
ปัญหามลพิษทางอากาศ

3.6 เทศกาลดีวาลี ปีใหม่อินเดีย-เทศกาลแห่งการเจาะตลาดอินเดีย

ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการเปิดตัวสินค้าไทยในอินเดียมากที่สุด คือ
ช่วงเทศกาลดีวาลี ซึ่งอินเดียเฉลิมฉลองปีใหม่มาก่อนเมืองไทยหลายเดือน ปีใหม่
ของอินเดียคือวันดีวาลี หรือวันแห่งแสงสว่างและการเผาเทียนเล่นไฟปกติจะ
อยู่ในช่วงประมาณปลายตุลาคม-ต้นพฤศจิกายนของทุกปี วันปีใหม่ของอินเดีย
ซึ่งคนอินเดียนิยมซื้อของใหม่เข้าบ้านกัน จึงเป็นเทศกาลที่บริษัทใหญ่ๆ นิยม
เปิดตัวสินค้าใหม่กัน อาทิเช่น โสมเธียเตอร์ ทีวี LCD จอยักษ์
กล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยว หรือแม้แต่ทองรูปพรรณ/อัญมณี

เทศกาลดีวาลีเป็นเทศกาลที่คนไทยให้ความสำคัญกับการซื้อของมากที่สุดของปี เศรษฐีใหม่อินเดียมีไม่น้อยกว่า 300 ล้านคน ส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่นิยมสินค้า Hi-Tech, Premium & Hi class และสินค้าต่างประเทศ สินค้าที่ขายดีเป็นพิเศษ ได้แก่ 3D TV, เครื่องเล่น Blue-ray, ทีวีจอยักษ์ กล้องดิจิทัล และแล็ปท็อปรุ่นใหม่ล่าสุด

ยอดขายของทุกบริษัทช่วงดีวาลีมีสัดส่วนถึงร้อยละ 35 ของยอดขายตลอดทั้งปี สำหรับดีวาลีในปี 2010 บริษัท Sony พุ่งมโหฬารกว่า 450 ล้านรูปีโปรโมตสินค้าใหม่ และสามารถสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับช่วงดีวาลีของปีก่อนหน้า นอกจากนั้น บริษัท Sony อินเดียยังได้เสนอบริการพิเศษเฉพาะกิจ เพื่อตอบคำถามลูกค้าว่าจะมีสินค้าอะไรดีๆ ออกมาใหม่บ้างในเทศกาลดีวาลี เพื่อให้ช่วงชิงการเข้าถึงตัวลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่งแน่นอนว่าเมื่อคนอินเดียกระตือรือร้นที่จะซื้อ บริษัท Sony ก็กระตือรือร้นที่จะขายเช่นกัน บริษัท Sony ได้นำสินค้านำใหม่ เช่น 3D Bravia, Cyber-Shot Digital Cameras, Home Theatre Systems, Blue-ray Players และ Play Station รุ่นล่าสุดออกมาสู่ตลาด ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าสูง

ยอดจำหน่ายทีวีสูงมากในช่วงเทศกาลนี้ ยอดขายทีวี LCD และ LED ปี 2010 เพิ่มขึ้นร้อยละ 100 เมื่อเทียบกับดีวาลีปีก่อน บริษัท Samsung มียอดขายดีเช่นกัน (มีฐานการผลิตที่เมืองเจนไน) ไม่ว่าจะเป็นตู้เย็น เครื่องซักผ้า และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ยอดขายช่วงดีวาลีของซัมซุงขยายตัวถึงร้อยละ 45 เมื่อเทียบกับปีก่อน นอกจากสินค้าไฮเทคแล้ว ของแต่งบ้าน เสื้อผ้าแฟชั่น และเฟอร์นิเจอร์ก็เป็นที่ยอมรับเช่นกัน โดยเฉพาะชุดรับแขกทำจากไม้ยางพาราของไทยกำลังเป็นที่นิยมสูง

เทศกาลนี้จะเป็นเทศกาลเยี่ยมญาติผู้ใหญ่และเพื่อนสนิท และเพื่อให้เป็นสิริมงคลกับชีวิตทุกคน จะสวมเสื้อผ้าใหม่และเมื่อเจอกันก็จะแลกเปลี่ยนของขวัญกัน ดังนั้น เสื้อผ้าจึงเป็นสิ่งแรกๆ ที่ชาวอินเดียจะซื้อในช่วงดีวาลี ดังนั้น ช่วง 2-3 เดือนก่อนหน้าเทศกาลดีวาลี โรงงานเสื้อผ้าสำเร็จรูปต่างทำงานกันตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้ทันกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวสำหรับห้างสรรพสินค้าต่างๆ ก็ผลักดันแฟชั่นใหม่ล่าสุดเข้าห้างและตู้โชว์กันเพื่อเชิญชวนลูกค้า ทั้งนี้ สีสันจะต้องฉูดฉาด มีเลื่อมระยิบระยับเป็นพิเศษ เพื่อเอาใจลูกค้า ข้อควรระวังก็คือสีอัมงคล ไม่ว่าจะเป็นดำ น้ำตาล หรือเทา ห้ามนำมาขายอย่างเด็ดขาดในช่วงนี้ และที่ขาดไม่ได้ของเทศกาลของอินเดียคือร้านทองและร้านเพชร หญิงสาวชาวอินเดียนิยมชมชอบทองมากที่สุด โดยคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 90 ของตลาดเครื่องประดับเลยทีเดียว

ในช่วงดีวาลีคนไทยนิยมซื้อของใช้ภายในบ้านใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สำหรับครัวเรือนรวมทั้งเครื่องประดับจะขายดีมาก โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Blackberry) เครื่องเล่น Ipod

‘ห้างสรรพสินค้าต่างๆ ก็ผลักดันแฟชั่นใหม่ล่าสุดเข้าห้างและตู้โชว์กัน เพื่อเชิญชวนลูกค้า ทั้งนี้ สีสันจะต้องฉูดฉาด มีเลื่อมระยิบระยับเป็นพิเศษ เพื่อเอาใจลูกค้า ข้อควรระวังก็คือสีอัมงคล ไม่ว่าจะเป็นดำ น้ำตาล หรือเทา ห้ามนำมาขายอย่างเด็ดขาดในช่วงนี้’

และเครื่องซักผ้าก็ทำยอดขายสูงในช่วงนี้ สำหรับเฟอร์นิเจอร์ของไทยๆ จะเป็น ที่นิยมพิเศษ เพราะมีการออกแบบที่ทันสมัยและราคาไม่สูง

นอกจากนั้น เทศกาลนี้ยังเป็นช่วงจำหน่ายสินค้าสำหรับห้างต่างๆ เพราะคนนิยมนำกระเช้าของขวัญไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่และคนที่นับถือ ห้างสรรพสินค้าจึงจัดชุดกระเช้าไว้บริการลูกค้าของในกระเช้าส่วนใหญ่จะเป็น อาหารสำเร็จรูป และยังมีการแจกรางวัลประจำปีกันในช่วงเทศกาลนี้ด้วย ทำให้ เศรษฐีมีการจับจ่ายใช้สอยสูง โดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน

สินค้าในกระเช้าของขวัญที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ เป็นผลไม้แห้งและ ถั่วต่างๆ เช่น ลูกเกด ลูกพลับ ถั่วลิสง มะม่วงหิมพานต์ อินทผาลัม เกาลัด ฯลฯ ดังนั้น ผลไม้แปรรูป ผลไม้อบกรอบ ผลไม้อบแห้ง ถั่ว ขนมหอมเคี้ยวของไทยๆ มีโอกาสสูงในช่วงเทศกาลนี้ บางผลิตภัณฑ์มี Packaging ที่มีสไตล์ บริษัทใหญ่ๆ สั่งซื้อทั้งตู้คอนเทนเนอร์ ไว้สำหรับแจกลูกค้า บางครั้งก็เอาไว้ แจกพนักงานในบริษัทด้วย กล่องของขวัญที่มีถั่วต่างๆ และผลไม้แห้งจะถูกส่ง ทางอากาศข้ามเมืองข้ามประเทศไปทั่วโลก เพราะคนอินเดียนิยมส่งไปรษณีย์ ไปให้เพื่อนๆ ต่างเมืองและต่างประเทศ ดังนั้น จึงไม่ควรมองข้ามตลาดกระเช้า ของขวัญในช่วงเทศกาลนี้ คนอินเดียในภาคเหนือจะพิถีพิถันกับการจัดกระเช้า มากเป็นพิเศษ แต่สำหรับภาคใต้กระเช้าจะไม่ค่อยหรูหราเท่าไร ดังนั้น จึงต้อง เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในจุดนี้ด้วย

สำหรับอาหารที่ใช้รับรองแขกได้ ซึ่งร้านอาหารไทยถือเป็นสถานที่ สำหรับเฉลิมฉลองเทศกาลดีวาลียอดนิยมเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ที่ร้านเบญจรงค์ และร้านบ้านไทยในเมืองเจนไน จะมีลูกค้าอุดหนุนกันมากเป็นพิเศษในช่วง เทศกาลนี้ กับข้าวประเภทแกงแบบไทยเริ่มเป็นเครื่องเคียงสำหรับมื้อพิเศษ ของดีวาลียากขึ้นเป็นลำดับ นอกจากนั้น อาหารที่ขาดไม่ได้คือขนมหวาน ขนมที่นิยมกันเป็นพิเศษได้แก่ laddus, burfis, jalebis, jangris, pedas, cham chams และ halwas ที่หวานมากต้องกินพร้อมนมร้อนๆ ที่ปรุงด้วย กระจวาน กานพลู หญ้าฝรั่น เหยาะด้วยเนยเหลวเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม คนอินเดียรุ่นใหม่จะนิยมบริโภคขนมจากต่างประเทศกันมากขึ้น ขนมหวาน แปลกๆ ใหม่ๆ มีให้จับจ่ายและลิ้มลองมากมายทุกหนแห่งในอินเดีย ดังนั้น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ข้าวเกรียบ วุ้นกรอบ และผลไม้อบกรอบ ของไทยจึงเป็นขนมที่มีโอกาสทางการตลาดในเทศกาลนี้

ดีวาลียังเป็นเทศกาลแห่งแสงสว่างที่มีการประดับประดาเทียนหอม กันทั่วบ้านไม่ว่าจะเป็นที่ระเบียง บันได ห้องรับแขก ห้องนั่งเล่น หรือแม้แต่ ห้องน้ำ สินค้าไทยประเภท เทียนหอม กายาน และตะเกียงน้ำหอม มีโอกาส มากในการเจาะตลาดอินเดียในช่วงเทศกาลนี้เช่นกัน นอกจากนี้ในช่วงกลางคืน จะมีการจุดพลุกันทั่วเมืองด้วย

3.7 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอินเดีย

Bollywood เป็นชื่อเรียกของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอินเดีย ซึ่งหากจะวัดกันในเชิงปริมาณแล้ว อินเดียเป็นประเทศที่ผลิตภาพยนตร์มากที่สุดในโลก โดยประมาณว่าอินเดียมีการผลิตภาพยนตร์มากถึง 1,000 เรื่อง ในแต่ละปีมากกว่า Hollywood ถึง 10 เท่า แต่ในด้านของมูลค่าตลาดภาพยนตร์ อินเดียมีส่วนแบ่งในตลาดโลกคิดเป็นมูลค่าไม่ถึงร้อยละ 10 เนื่องจากภาพยนตร์เกือบทุกเรื่องของอินเดีย ผลิตโดยผู้สร้างอิสระซึ่งมักพ่วงตำแหน่งผู้กำกับ และไม่มีการทำงานที่เป็นระบบ มักใช้นักแสดงที่เป็นคนในครอบครัว และไม่มีการจัดการด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอินเดียมีการพัฒนาทั้งในด้านคุณภาพการผลิต และการบริหารจัดการจนทำให้ตลาดขยายตัวจนมีมูลค่าประมาณ 4,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปีในปัจจุบัน และคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าถึง 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในอนาคตอันใกล้ เมืองมุมไบนับว่าศูนย์กลางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อินเดีย ทั้งนี้ภาพยนตร์อินเดียประมาณร้อยละ 60 มีการผลิตที่เมืองมุมไบ

Film City ตั้งอยู่ทางเหนือของเมืองมุมไบ บริหารงานโดย Maharashtra Film, State and Cultural Development Corporation Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทที่เป็นของรัฐบาลท้องถิ่นของรัฐบาลรัฐมหาราษฏร เป็นศูนย์กลางการผลิต และการถ่ายทำภาพยนตร์อินเดีย เป็นที่ตั้งของโรงถ่ายภาพยนตร์และบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายสำคัญของอินเดียเกือบทั้งหมด มีการจัดการอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ถ่ายทำ (location) ทั้งแบบกลางแจ้ง และในสตูดิโอที่มีพื้นที่มากกว่า 9,000 ตารางเมตร อุปกรณ์การถ่ายทำ เจ้าหน้าที่ และอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการสร้างภาพยนตร์ สามารถเป็นแหล่งสร้างรายได้ประมาณ 400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี

3.8 ความเป็นอยู่และพฤติกรรมบริโภคของวัยรุ่นอินเดีย

ปัจจุบันประชากรประมาณร้อยละ 50 ของคนอินเดียเป็นคนที่อายุน้อยกว่า 25 ปี (ประมาณ 500 ล้านคน) เป็นคนรุ่นใหม่ที่ถูกส่งออกจากไทยควรให้ความสนใจไม่น้อย อันเนื่องมาจากปริมาณที่มากจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของครัวเรือนที่สูงขึ้น อีกทั้งคนรุ่นใหม่นิยมทำงานกับบริษัทซอฟต์แวร์ ธุรกิจรับจ้างบริหารระบบธุรกิจ (Business Processing Outsourcing: BPO) และ Call Center ที่มีรายได้ดีและร่ำรวยได้ในเวลาที่รวดเร็ว นอกจากนั้นสังคมอินเดียยังมีความเป็นสังคมเมืองมากขึ้น โดยเพิ่มจากระดับร้อยละ 28 เป็นร้อยละ 40 ของประชากรทั้งหมดภายในปี 2020

ทำความเข้าใจกับคนรุ่นใหม่อินเดีย

- การศึกษา ประชากรส่วนใหญ่จบปริญญาตรี และนิยมเรียนต่อปริญญาโทมากขึ้น กลุ่มที่จบปริญญาตรี - โท จะมีมากในภาคใต้ ในขณะที่ภาคตะวันตกจะน้อยกว่า โดยกว่าร้อยละ 50 จบแค่มัธยมปลาย สาเหตุเนื่องจากแหล่ง

‘ปัจจุบันประชากรประมาณร้อยละ 50 ของคนอินเดียเป็นคนที่อายุน้อยกว่า 25 ปี (ประมาณ 500 ล้านคน) เป็นคนรุ่นใหม่ที่ถูกส่งออกจากไทยควรให้ความสนใจไม่น้อย อันเนื่องมาจากปริมาณที่มากจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของครัวเรือนที่สูงขึ้น’

งานรายได้ดีจะอยู่ทางภาคใต้มากกว่าภาคอื่นๆ โดยเฉพาะเมืองเจนไน บังกาลอร์ และไฮเดอราบัด ซึ่งเป็นเมือง IT ของอินเดีย แนวโน้มผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้ามากขึ้นกว่าในอดีตที่เน้นเรื่องราคาเป็นหลัก

- **อาชีพ** ครึ่งหนึ่งยังอยู่ในวัยเรียน เมื่อเข้าทำงานแล้ว จะมีสัดส่วนของเพศชายมากกว่า สำหรับการว่างงาน เพศหญิงจะมีมากกว่าเพศชาย เนื่องจากค่านิยมอินเดียยังให้ความสำคัญกับเพศชายมากกว่า และฝ่ายหญิงยังนิยมเป็นแม่บ้านอย่างเดียวเมื่อแต่งงานแล้ว

- **งานอดิเรก** คนรุ่นใหม่นิยมทำงานด้าน IT โดยเฉพาะในภาคใต้ (เจนไน บังกาลอร์ ไฮเดอราบัด ฯลฯ) ส่วนคนรุ่นใหม่ภาคเหนือนิยมทำงานด้าน Telecom สำหรับงานเกี่ยวกับการนำเข้า - ส่งออกจะเป็นที่นิยมในภาคตะวันตกมากกว่าภาคอื่นๆ งานเหล่านี้รายได้ดี ทำให้คนอินเดียรุ่นใหม่มีกำลังซื้อสูงขึ้นมากกว่าในอดีต เช่น ในอดีตคนอินเดียต้องทำงานทั้งชีวิตจึงจะมีเงินเก็บเพื่อซื้อบ้าน แต่คนรุ่นใหม่ปัจจุบันทำงานเพียง 1-2 ปี ก็เริ่มมีเงินผ่อนบ้านแล้ว

- **ตำแหน่งงานของคนรุ่นใหม่ปัจจุบัน**

- 1) ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของการทำงานในองค์กร เช่น เสมียน พนักงานขาย เจ้าของร้าน ข้าราชการระดับล่าง หรือหัวหน้างาน

- 2) คนรุ่นใหม่ในภาคใต้และตะวันออกเป็นเจ้าของร้านน้อยกว่าภาคอื่น คนใต้จำนวนมาก ยังนิยมรับราชการ สำหรับภาคอื่นๆ มีคนจำนวนมากนิยมเป็นพนักงานขาย

- 3) กว่าครึ่งหนึ่งของคนรุ่นใหม่วัยทำงานยังอยู่ในตำแหน่งงานระดับปฏิบัติ (ร้อยละ 66)

- **สถานภาพสมรส** ส่วนใหญ่จะแต่งงานเมื่ออายุ 21-25 ปี การแต่งงานมักจะมีพ่อแม่เป็นผู้จับคู่ให้ และการแต่งงานต้องจัดอย่างยิ่งใหญ่ บางคนนิยมมาแต่งงานเมืองไทยเนื่องจากราคาย่อมเยากว่ามาก คู่ที่แต่งงานร้อยละ 67 มีบุตร 1-2 คน โดยนิยมมีบุตรในช่วงวัย 20-25 ปี (ร้อยละ 65) ขณะที่กลุ่มอายุ 16-20 ปี นิยมมีบุตรในสัดส่วนที่น้อยกว่า (ร้อยละ 35) โดยรวมคนอินเดียนิยมมีบุตรเมื่ออายุน้อย

- **ครัวเรือนอินเดียยุคใหม่**

- 1) มีแนวโน้มนิยมมีลูกคนเดียว (ร้อยละ 60) และในภาคตะวันออก มีสูงถึงร้อยละ 70 ส่วนในภาคเหนือกลับนิยมมีลูก 2 คนหรือมากกว่า (ร้อยละ 49) เมื่อมีลูกน้อยครัวเรือนจึงหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพของใช้และของเล่นเด็กมากขึ้น ในแต่ละปีมีเด็กเกิดใหม่ 30 ล้านคน เป็นช่องทางที่น่าสนใจสำหรับสินค้าเกี่ยวข้องกับเด็ก นอกจากนั้น คนอินเดียมีแนวโน้มประชากรชายมากกว่าหญิงเพิ่มขึ้น ตลาดชายโสดจึงเป็นอีกตลาดหนึ่งที่น่าจับตามอง เช่น สินค้าและบริการเกี่ยวกับ Health Tourism, Adventure Tourism

และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และการแต่งกาย เป็นต้น

2) ส่วนใหญ่พ่อบ้านจะเป็นผู้หารายได้เลี้ยงครอบครัวเพียงคนเดียว แต่ในภาคตะวันตก เช่น มุมไบกว่าร้อยละ 50 จะมี 2 คน หรือมากกว่า 2 คนที่หารายได้เข้าบ้าน เนื่องจากมุมไบเป็นเมืองเศรษฐกิจอันดับ 1 ของ อินเดียและค่าครองชีพสูง

3) ส่วนใหญ่ยังเป็นครอบครัวขยายและมีคนชราอยู่ด้วยในภาคเหนือ ครอบครัวจะมีคนชราอยู่ในบ้านมากกว่าทางใต้ ในภาคตะวันตกมักจะพบหลายครอบครัวอาศัยอยู่ในบ้านเดียวกันมากกว่าภาคอื่น เช่น ผู้มีฐานะดี จะสร้างอาคารขนาดใหญ่ที่คนทั้งตระกูลจะสามารถอยู่รวมกันได้ พฤติกรรมการซื้อสินค้าจะนิยมซื้อปริมาณมากในแต่ละครั้งเนื่องจากมีสมาชิกในครอบครัวมาก การส่งเสริมการขายแบบ Buy One Get One Free จึงนิยมใช้บ่อยครั้ง

4) รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 8,000 - 20,000 รูปีต่อเดือน (ประมาณ 5,680 - 14,200 บาทต่อเดือน)

5) นักเรียนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92) ได้เงินจากพ่อ-แม่สัปดาห์ละ 250-1,000 รูปี (177 - 710 บาท) ในภาคใต้และภาคตะวันออกมีรายได้ประมาณ 100-500 รูปี (71 - 355 บาท) ส่วนในภาคเหนือมีรายได้มากกว่า 500 รูปี (355 บาท) เด็กที่อายุมากขึ้นมีแนวโน้มได้รับเงินเพิ่มขึ้น ดังนั้น พฤติกรรมการบริโภคจึงยังคงจำกัดอยู่กับสิ่งจำเป็นมากกว่าสิ่งฟุ่มเฟือย

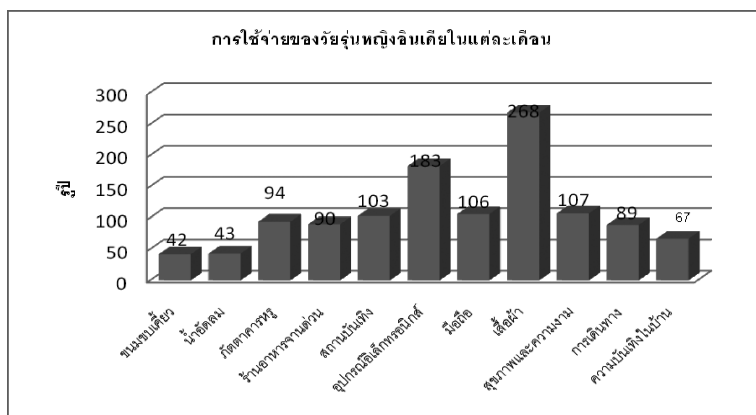
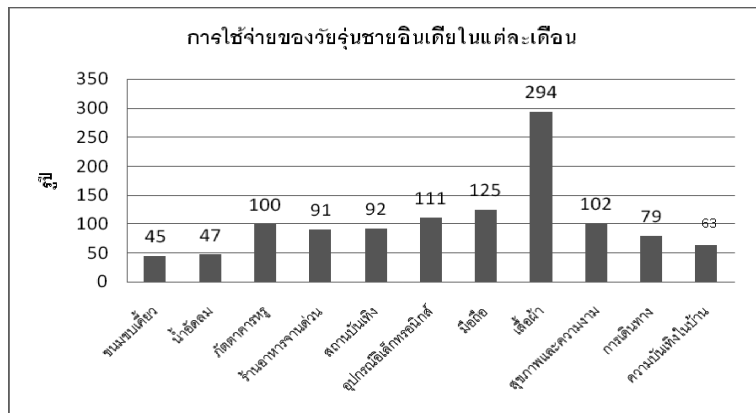
6) แม่บ้านบางคน (ร้อยละ 9) ทำงานนอกบ้าน ส่วนใหญ่ทำงานเต็มเวลา ยกเว้นในภาคตะวันตกนิยมทำงาน Part Time

• **การใช้จ่ายเงินของคนรุ่นใหม่** เด็กและเด็กวัยรุ่นอินเดียส่วนใหญ่ได้รับการอบรมมาดีเรื่องค่าของเงินและการใช้เงินอย่างคุ้มค่า พ่อและแม่มักยังคงเป็นแหล่งรายได้หลักของเด็กอินเดียเช่นเดียวกับในอดีต โดยเฉลี่ยเด็กอินเดียใช้เงินจากพ่อและแม่ประมาณสัปดาห์ละ 250-1000 รูปี (177-710 บาท) ในจำนวนนี้ร้อยละ 70 จะถูกใช้ไปกับค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างไรก็ตาม วัยรุ่นประมาณร้อยละ 30 แสวงหางานพิเศษทำเพื่อความเป็นอิสระทางการเงิน เนื่องจากมีกิจกรรมทางสังคมที่ต้องการทำมากขึ้นตามการเติบโตของเศรษฐกิจ เด็กในภาคตะวันตก เช่น มุมไบ จะใช้เงินเก่งกว่าภาคอื่น ขณะที่เด็กในภาคตะวันออกจะค่อนข้างประหยัดกว่า ส่วนเด็กวัยรุ่นที่อายุมากจะมีแนวโน้มใช้เงินมากกว่าเด็กที่อายุน้อยกว่า

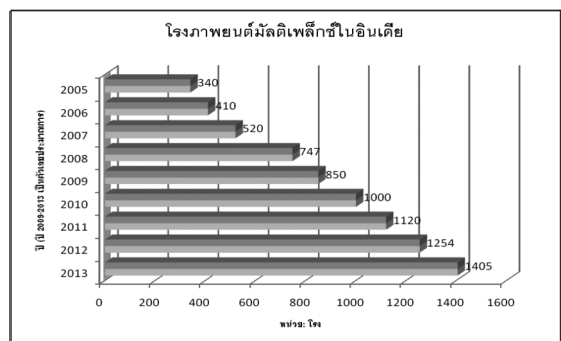
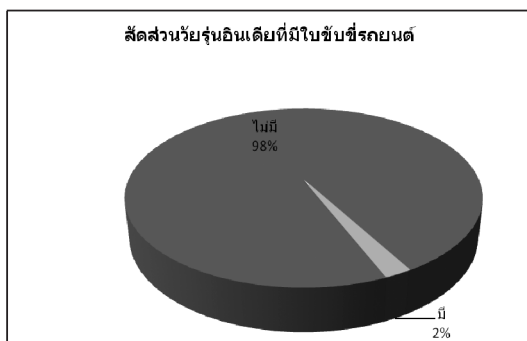
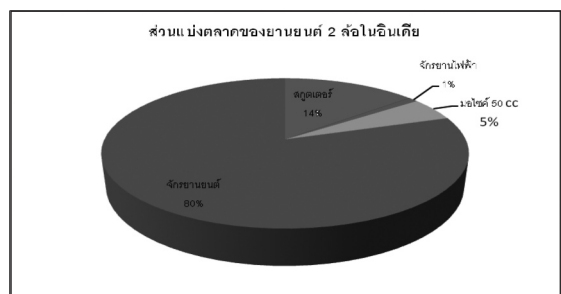
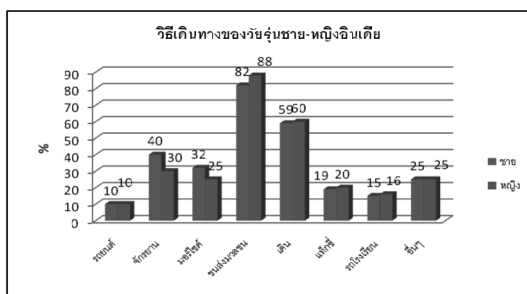
• **ค่านิยมเปลี่ยนไป** ในอดีตของสามสิ่ง ได้แก่ โรตี เสื้อผ้า และบ้านก็เพียงพอสำหรับวัยรุ่น แต่ปัจจุบันนิยามใหม่ของชีวิตวัยรุ่นจะเป็น เสื้อผ้า Ipod และมือถือ ซึ่งเป็นเรื่องปกติเมื่อประเทศมีการพัฒนามากขึ้น ความต้องการสิ่งฟุ่มเฟือยก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย การใช้จ่ายของวัยรุ่นอินเดียส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับ เสื้อผ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และมือถือ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ 5 ของวัยรุ่นปัจจุบัน

เด็กผู้ชายจะพึงพิถีพิถันกับการแต่งตัวมากกว่าเด็กผู้หญิงและมีค่าใช้จ่ายมากกว่าด้วย สำหรับเด็กผู้หญิงชุดสำหรับและปัญหาบียังเป็นชุดยออดฮิตที่ทั้งประหยัด สารพัดประโยชน์ใส่ได้ทุกโอกาส และไม่ต้องรีด เด็กผู้ชายให้ความสำคัญเรื่องแบรนด์มากกว่าเด็กผู้หญิง สินค้าเสื้อผ้าจากต่างประเทศทำตลาดได้ยากในตลาดอินเดีย เนื่องจากอินเดียเป็นผู้ส่งออกเสื้อผ้ารายใหญ่ อีกทั้งผู้บริโภคอินเดียยังให้ความสำคัญเรื่องแบรนด์ไม่มาก ในด้านความบันเทิงเด็กหญิงนิยมออกไปดูหนังกับเพื่อนๆ มากกว่าเด็กชาย ขณะที่เด็กผู้ชายจะนิยมเล่นวิดีโอเกมมากกว่า สำหรับบัตรเครดิตเด็กอินเดียยังมีการใช้น้อย เนื่องจากพ่อแม่แม้อยังเห็นเป็นเรื่องฟุ่มเฟือยสำหรับเด็ก

• **ด้านสุขภาพและความงาม** ร้านเสริมสวย และสปา มีโอกาสในตลาดอินเดีย ค่าทำผมครั้งละ 1,000 รูปีขึ้นไป (710 บาท) ส่วนนวดสปาครั้งละ 2,500 รูปีขึ้นไป (1,775 บาท) แต่ธุรกิจเหล่านี้จำกัดอยู่เฉพาะหัวเมืองใหญ่ เช่น เจนไน นิวเดลี มุมไบ และ บังกาลอร์ เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังซื้อ เป็นที่น่าสังเกตว่าในเมืองเหล่านี้มีชาลอนระดับโลก เช่น ฟิวท พอยท์ไปเปิดสาขาแล้ว ดังนั้นธุรกิจด้านสุขภาพและความงามของไทยไม่ควรมองข้ามตลาดที่มีศักยภาพสูงอย่างอินเดีย อย่างไรก็ตาม ลูกค้าต้องมีรายได้พอสมควร เช่น วัยรุ่นตอนปลายหรือผู้ใหญ่ที่มีรายได้สูงพอสมควร



• **การเดินทาง** ปัจจุบันเด็กอายุต่ำกว่า 25 ปี มีใบขับขี่เพียงร้อยละ 2 ดังนั้น การเดินทางยอดนิยม ก็คือรถประจำทาง/รถไฟฟ้า และเมื่อถามว่า หากมีเงินอยากได้อะไร ส่วนใหญ่จะตอบว่าจักรยาน หรือมอเตอร์ไซค์ ส่วนรถยนต์ยังไม่อยู่ในความคิดของวัยรุ่นอินเดีย เด็กหญิงนิยมรถประจำทาง/รถไฟฟ้ามากกว่าเด็กชาย ขณะที่เด็กชายหากเลือกได้จะใช้จักรยานและมอเตอร์ไซค์มากกว่า อนึ่ง รถสกูตเตอร์และจักรยานไฟฟ้า มีการเติบโตที่สูงอย่างน่าประทับใจในปี 2009 โดยมีการขายตัวร้อยละ 8 และร้อยละ 38 ตามลำดับ แม้ว่าจะมีส่วนแบ่งตลาด ไม่มากที่ระดับร้อยละ 14 และร้อยละ 1 ตามลำดับของตลาดรถ 2 ล้อก็ตาม นับเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้ส่งออกไทยน่าจะไปทดสอบตลาด



• **สถานบันเทิง** มีโรงภาพยนตร์เป็นแหล่งบันเทิงหลักของคนรุ่นใหม่ โดยโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นโดยมีการเจริญเติบโตถึงร้อยละ 25 ต่อปี ทั้งนี้ บริษัทของไทยได้เข้าไปทำตลาดแล้ว โดยเป็นธุรกิจมัลติเพล็กซ์ผสมเอนเตอร์เทนเมนต์คอมเพล็กซ์ครบวงจร ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นของใหม่

• พฤติกรรมการรับประทานอาหาร

คนรุ่นใหม่ภาคเหนือรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยกว่าทางใต้เกือบร้อยละ 70 นิยมอาหารจานด่วน ดังนั้น แฟรนไชส์ร้านอาหารไทยจานด่วนมีโอกาสดีในตลาดคนรุ่นใหม่อินเดีย แต่ราคาไม่ควรแพงนัก โดยอาจใช้ทำเลในศูนย์อาหาร และลดต้นทุนการผลิตโดยใช้ผงปรุงสำเร็จรูปอาหาร

ไทยแทนการจ้างแม่ครัวจากเมืองไทย ส่วนรสชาติต้องลดความเผ็ดลงพร้อมทั้งผสมกลิ่นไออินเดียลงไปด้วย เช่น เติมนมมาซาลาลงไปด้วยเล็กน้อย มีเพียงร้อยละ 12 ไม่เคยทานอาหารจานด่วนเลย ส่วนอีกร้อยละ 9 พยายามหลีกเลี่ยงเด็กผู้หญิงชอบไปกับครอบครัว ส่วนเด็กผู้ชายชอบไปกับเพื่อนมากกว่า

วัยรุ่นทางภาคเหนือนิยมพิซซามากที่สุด สาเหตุมาจากอินเดียภาคเหนือได้รับอิทธิพลอาหารมาตั้งแต่สมัยโมกุลเรื่องอำนาจ ส่วนเด็กภาคใต้ชอบอาหารได้มากกว่า นอกจากนั้น เด็กภาคใต้ยังชอบอาหารที่หนักท้องเข้าไว้ เช่น ข้าวหมกไก่ และชาโมชา ส่วนอาหารจีนเป็นที่นิยมหารับประทานได้ทั่วไปในอินเดีย แต่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะเป็นที่นิยมมากกว่าเป็นพิเศษ เนื่องจากเมืองกัลกัตตามีไชนาทาวน์ตั้งอยู่ จากการสำรวจในตลาดโดยทั่วไปพบว่ามีแผงปรุงอาหารจีนสำเร็จรูปตราคนอร์วางจำหน่ายอยู่หลายชนิด เช่น ผัดเปรี้ยวหวาน ไก่ผัดผงกระหรี่ ผัดเปรี้ยวหวานพริก บะหมี่สำเร็จรูป ผัดแมนจูเรีย ซุปเต้าหู้ ซุปมะเขือเทศ และข้าวหมกไก่ ดังนั้น แผงปรุงรสของไทยในกลุ่มเดียวกันน่าจะจะมีโอกาสในตลาดนี้ สำหรับอาหารจานด่วนแบบขนมเจทอด (Chat) และแอมเบอร์เกอร์เจ (Vada pav) เป็นที่นิยมในภาคตะวันตกมากกว่าภาคอื่นๆ เด็กอินเดียยังนิยมอาหารเจอยู่มาก แต่ในภาคเหนือและภาคตะวันตกมีแนวโน้มนิยมอาหารจานเนื้อมากขึ้นเนื่องจากวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามากกว่า

ทักษะของวัยรุ่นต่ออาหารจานด่วน

	รวม	ชาย	หญิง	เมืองใหญ่	เมืองเล็ก
ไม่เคยรับประทาน	12	11	14	11	14
หลีกเลี่ยงถ้าทำได้	9	9	9	9	9
ไม่แน่ใจ	11	12	9	11	10
เป็นครั้งเป็นคราว	34	34	33	33	35
รับประทานทุกครั้งที่มีโอกาส	35	34	36	36	33

คนอินเดียส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 90 นำอาหารกล่องจากบ้านไปรับประทานที่โรงเรียน และที่ทำงาน การรับประทานอาหารนอกบ้านจึงมีบ้างเป็นครั้งเป็นคราวเฉพาะช่วงเย็น เวลาไปดูหนัง หรือช่วงวันเสาร์อาทิตย์เป็นหลัก ส่วนอาหารมิให้เห็นบ้างแต่ไม่มาก การรับประทานอาหารในภัตตาคารมีระดับอย่างอาหารไทยหรืออิตาเลียนจำกัดอยู่เฉพาะผู้มีฐานะดีและคนต่างชาติ

อาหารที่วัยรุ่นนิยมเมื่อรับประทานนอกบ้าน

	รวมทั้งประเทศ	ภาคเหนือ	ใต้	ตะวันออก	ตะวันตก
ผลการสำรวจผู้รับประทานนอกบ้าน หน่วย: พันคน	5820	1825	1284	856	1855
Chat (ขนมเจทอด)	6	8	10	8	1
สแนก (มันฝรั่งทอด, Namkeen-ธัญพืชอบกรอบ, Kurkure ฯลฯ)	2	3	3	2	2
อาหารจีน	16	15	3	35	13
อาหารฝรั่ง	1	1	0	1	2
อาหารอินเดียใต้	15	10	29	5	13
อาหารอินเดียเหนือ/ปันจาบ	10	9	11	1	15
แม็กซิกกัน	0	0	-	0	-
พิซซ่า	11	19	4	3	14
Mughlai -ไก่ผัดแบบแขก	2	0	0	6	2
อาหารจานด่วน เช่น ซาโมซา (กระหรี่ฟักยักษ์), Kachori (ซาลาเปาแขก), แฮมเบอร์เกอร์, Vada pav (แฮมเบอร์เกอร์เจ)	17	15	16	13	20
อาหารอิตาลี	0	0	0	1	0
ซีฟูด เช่น ปลา กุ้ง ฯลฯ	1	1	1	1	1
อาหารจาน ไก่ หรือแพะ	5	5	6	6	5
บิรียานี (ข้าวหมกไก่/แพะ)	6	1	12	16	3
ของหวาน (ไอศกรีม มิลค์เชค ขนมหวานๆ)	1	1	4	1	0
Vegetarian Thali (อาหารชุดแบบเจ)	7	12	1	1	9
รวม (%)	100	100	100	100	100



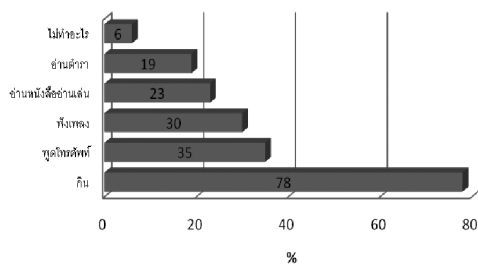
Vegetarian Thali



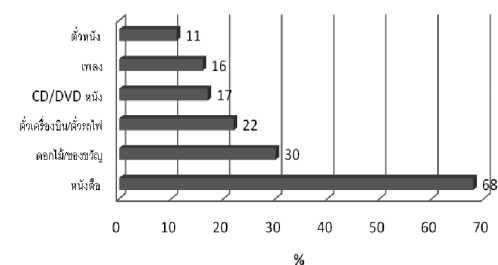
1. Tamarind chutney
2. Green chilli chutney
3. Raw mango pickle
4. Lime wedge
5. Garlic chutney
6. Tomato cucumber salad
7. Farsan (snacks) - dhokla, green pea pakora
8. Shera
9. Bengali sweet - malai sandwich
10. Jilebis
11. Fresh strawberry milk
12. Sweet Gujarati dal (lentils)
13. Dahi curry (yoghurt based)
14. Dal bati churma
15. Aloo sabzi (potato)
16. Gatte ki sabzi (think gnocchi like dumplings made with gram flour in a gravy)
17. Palak paneer (spinach with cottage cheese)
18. Undhyo -Gujarati speciality
19. Roasted upoppadom and fried khichia/khichi
20. Wheat roti
21. Jowar roti (millet)

เด็กอินเดียมักจะรับประทานอาหารเช้าที่วิเศษ โดยเด็กประมาณร้อยละ 80 ต้องมีทีวีไว้ข้างโต๊ะอาหารที่บ้าน ดังนั้น การโฆษณาสินค้าเกี่ยวกับเด็กและวัยรุ่นผ่านสื่อทีวีเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เด็ดขาด รายการส่วนใหญ่จะเป็นภาพยนตร์อินเดียและรายการสัมภาษณ์ดาราอินเดีย หากเป็นช่วงมหกรรมกีฬา อย่างฤดูแข่งคริกเก็ตช่วงเดือนเมษายนซึ่งเป็นช่วงปิดเทอมของนักเรียนนักศึกษาจะมีการตั้งโทรทัศน์ถ่ายทอดสดการแข่งขันในร้านอาหารเพื่อเอาใจลูกค้าด้วย กิจกรรมอื่นๆ ที่นิยมทำระหว่างดูทีวีรองลงมา ได้แก่ พุดโทรศัพท์ ฟังเพลง อ่านหนังสือ และอ่านตำรา ตามลำดับ

กิจกรรมระหว่างดูทีวีของเด็กอินเดีย

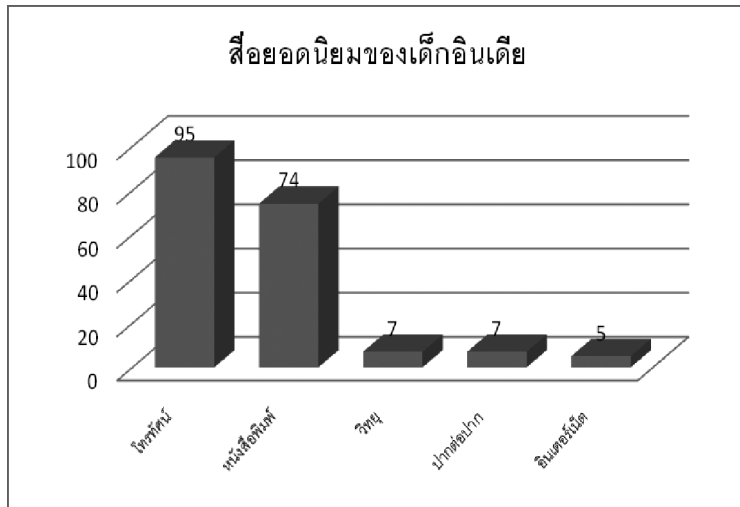


สินค้าที่เด็กอินเดียซื้อออนไลน์



• การซื้อของออนไลน์

การซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ตยังถือเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยและเป็นที่ยอมรับไม่มากนัก มีเพียงประมาณ ร้อยละ 17 ของเด็กอินเดีย สินค้าที่นิยมซื้อจะเป็นหนังสือ ดอกไม้ ของขวัญ ตุ๊กตารองเท้า ตุ๊กตไฟฟ้า CD DVD หนังสือ เพลง และตัวหนังสือ ตามลำดับ



• สื่อยอดนิยม

เด็กอินเดียติดโทรทัศน์ขนาดหน้าจอนั้นเป็นนักรอ่านตัวยิ่งเช่นกัน โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 95 ของเด็กอินเดียชอบดูรายการทีวีทุกประเภทไม่ต่ำกว่าวันละ 1 ชั่วโมง ขณะที่ร้อยละ 75 ชอบอ่านหนังสือพิมพ์สม่ำเสมอ ส่วนวิทยุ การบอกปากต่อปาก (Word of Mouth) และอินเทอร์เน็ตกลับเป็นสื่อที่เข้าถึงเด็กอินเดียได้น้อย การเลือกใช้สื่อสำหรับตลาดคนรุ่นใหม่จึงควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มนี้

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

คนรุ่นใหม่อินเดียมีกำลังซื้อสูงและแสวงหาความแปลกใหม่ในสินค้าและบริการ ซึ่งในบางครั้งการผลิตในประเทศยังไม่สามารถเติมเต็มความต้องการเหล่านี้ได้ จึงเป็นโอกาสให้กับสินค้าไทยที่จะเข้าไปเจาะตลาดคนรุ่นใหม่ที่มีขนาดใหญ่ถึง 500 ล้านคน

3.9 อุตสาหกรรมก่อสร้างของอินเดีย

อุตสาหกรรมก่อสร้างในอินเดียมีมูลค่า 120,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2010 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11 ของ GDP เป็นภาคที่มีการจ้างงานมากเป็นอันดับสองรองจากภาคเกษตรกรรม งบประมาณรายจ่ายของรัฐบาลกว่าครึ่งใช้ไปในการลงทุนในการก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน ความต้องการสิ่งก่อสร้างมีทั้งสาธารณูปโภคพื้นฐาน สาธารณสุข พลังงาน อาคารพาณิชย์ สำนักงาน และอุตสาหกรรม ความต้องการขยายตัวร้อยละ 14 ต่อปี ในช่วงปี 2007-2013

การก่อสร้างที่พักอาศัยในอินเดียมีมูลค่าประมาณ 600,000-800,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปัจจุบันมีประมาณ 80-90 ล้านหน่วย ความต้องการที่พักอาศัยในอินเดีย ยังขาดแคลนอีกประมาณ 22.4 ล้านหน่วย จะใช้เงินลงทุนประมาณ 30,000-40,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อปี ความต้องการที่พัก

‘อุตสาหกรรมก่อสร้างในอินเดียมีมูลค่า 120,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2010 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11 ของ GDP เป็นภาคที่มีการจ้างงานมากเป็นอันดับสองรองจากภาคเกษตรกรรม งบประมาณรายจ่ายของรัฐบาลกว่าครึ่งใช้ไปในการลงทุนในการก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน’

อาศัยในอินเดียมาจากทั้งชาวอินเดียโพ้นทะเลที่ต้องการมีที่พักอาศัยในอินเดีย รูปแบบการดำรงชีวิตของคนอินเดียที่เปลี่ยนแปลงไป ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ชนชั้นกลางมีมากขึ้น และมีรายได้มากขึ้นเข้าหาแหล่งเงินทุนเพื่อที่อยู่อาศัยได้ง่ายขึ้น และผู้ซื้อที่อยู่อาศัยมีอายุน้อยลง

ในอดีตโครงการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ ในอินเดีย เช่น การสร้างถนน ไม่ส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างผู้รับเหมาและลูกค้า ผู้รับเหมาไม่ได้รับประโยชน์ในระยะยาว จึงไม่สร้างแรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจเท่าที่ควร

โครงการก่อสร้างอื่นๆ ที่น่าสนใจ ได้แก่ การก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการค้าปลีก การบันเทิง เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม Outsourcing ศูนย์การค้า โรงภาพยนตร์ ร้านจำหน่ายอาหาร อาคารสำนักงาน ศูนย์ประชุม และศูนย์ธุรกิจ

3.9.1 ข้อมูลพื้นฐานสาธารณูปโภคในประเทศอินเดีย

(1) ผู้ให้บริการในอินเดีย

ในอินเดียมีบริษัทก่อสร้าง 250,000 ราย มีเพียงร้อยละ 0.4 ที่เป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดใหญ่ แต่ก็ยังดำเนินธุรกิจแบบครอบครัว ขาดการจัดการแบบผู้ชำนาญงาน และวัฒนธรรมการดำเนินการ ยังไม่มีความเป็นมืออาชีพ โดยบริษัทขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่เปิดดำเนินการในอินเดียเป็นบริษัทอินเดีย 40-50 ราย และเป็นบริษัทต่างชาติ 10-12 ราย

รูปแบบการบริหารงานของบริษัทส่วนใหญ่เป็นการร่วมลงทุนหรือการร่วมมือแบบ Consortium ระหว่างกัน เพื่อให้มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะประมูลงานในประเทศ แต่ในทางปฏิบัติบริษัทเหล่านี้ ไม่มีประสิทธิภาพมากเพียงพอ ทั้งการส่งมอบงานให้ตรงกำหนดเวลา ต้นทุนสูง และคุณภาพต่ำ

(2) ความต้องการลงทุนด้านสาธารณูปโภคในอินเดีย

ประเภทสาธารณูปโภค	เงินลงทุน		สัดส่วนงานที่ดำเนินการแล้ว ต่อความต้องการ/ เงินลงทุนทั้งหมด
	(1,000 ล้านบาท)	(1,000 ล้านเหรียญสหรัฐ)	(%)
ถนน	2,200 - 2,450	50 - 55	90 - 100
ทางรถไฟ	2,000 - 3,000	45 - 68	40
ท่าเรือ	500 - 850	11 - 20	60
สนามบิน	400 - 500	9-11	50
รวมสาธารณูปโภคด้านการขนส่ง	5,100 - 6,800	116 - 155	
พลังงานและสาธารณูปโภคอื่นๆ	8,400 - 11,000	191 - 250	40 - 60
รวมสาธารณูปโภคทั้งสิ้น	13,500 - 17,800	307 - 405	

(3) โครงสร้างกำไรของผู้ให้บริการก่อสร้างสาธารณูปโภคในอินเดีย

ถนน อัตรากำไร 6-10%

อสังหาริมทรัพย์ อัตรากำไร 20-25%

Hydropower และอุตสาหกรรม อัตรากำไร 15%

จากปัญหาคำไรจากการสร้างถนนต่ำ ทำให้มีผู้สนใจประมูลงานด้านการสร้างถนนน้อย รวมทั้งมีปัญหาในการขออนุมัติการลงทุน และปัญหาการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

(4) ปัญหาด้านการลงทุน

- ขาดบุคลากรชำนาญงานในอินเดีย
- ปัญหาการดำเนินงานตามกฎหมาย เช่น การเวนคืนที่ดิน การขออนุญาตต่างๆ การชำระเงิน และธรรมาภิบาลของรัฐบาล
- ปัญหาด้านภาษีที่มีอัตราสูง
- ปัญหาด้านอุปกรณ์และวัสดุก่อสร้าง ที่ขาดแคลนและต้นทุนสูง

(5) อุตสาหกรรมการก่อสร้างถนนในอินเดีย

ความต้องการถนนในอินเดีย ในปี 2008

ประเภทถนน	ระยะทาง	สัดส่วน
ทางด่วน	200	0.1
ทางหลวงในเมือง	66,600	2.0
ทางหลวงระหว่างรัฐ	131,900	4.0
ถนนภายในเมือง	467,800	14.0
ถนนในท้องถิ่น	2,650,000	80.0
รวม	3,317,000	100.0

(6) การใช้ประโยชน์จากถนนในอินเดีย

- ประชาชนเดินทางทางถนน 80-85% ของการเดินทางทั้งหมด
 - การขนส่งสินค้าทางถนน มีสัดส่วน 65-70% ของการขนส่งทั้งหมด
- แต่การพัฒนาถนน ยังมีไม่มากพอ เนื่องจากมียานพาหนะหลากหลายประเภทที่ใช้สัญจรบนถนนทั้งหมด เช่น รถบรรทุก ขับด้วยความเร็ว 25-40 กิโลเมตรต่อชั่วโมง รถยนต์ทันสมัยความเร็วสูง รถยนต์เก่าความเร็วต่ำ ยานพาหนะที่ใช้ในการเกษตร เกวียนเทียมด้วยสัตว์ คนเดินถนน ซึ่งในอินเดียไม่มีระบบป้องกันความปลอดภัย

(7) ปัญหาที่บริษัทต่างชาติเข้าไปทำธุรกิจก่อสร้างในอินเดียประสบ

บริษัทต่างชาติที่เข้าไปดำเนินธุรกิจก่อสร้างในอินเดีย เช่น จีน มาเลเซีย ฝรั่งเศส ประสบปัญหา ในการดำเนินธุรกิจด้านการก่อสร้างสาธารณูปโภคทำให้โครงการต่างๆ ต้องชะลอไป ปัญหาต่างๆ มีดังนี้

- การเตรียมเอกสารสัญญา
- การเวนคืนที่ดิน
- การจัดการสัญญา
- การไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของเจ้าหน้าที่รัฐ
- ปัญหาทางเทคนิค
- ปัญหาการย้ายสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์ ไฟฟ้า

ประปา ใช้เวลานาน (29-33 เดือน)

- การตัดต้นไม้ ต้องขออนุญาตหลายหน่วยงาน กรมป่าไม้ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ฯลฯ

- การร้องเรียน ฟ้องร้อง ใช้เวลาใกล้เคียงข้อพิพาท 2-20 ปี

- การขอวีซ่าคนงานต่างชาติ ขึ้นตอนยุ่งยาก ใช้เวลานาน (1 สัปดาห์ เทียบกับรัสเซีย 1 วัน)

- การตัดสินใจของผู้บริหารบริษัทในอินเดีย ต้องมาจากผู้บริหารสูงสุดเท่านั้น

- การนำเข้าเอื้อประโยชน์ต่อโครงการพลังงานขนาดใหญ่เท่านั้น ทำให้มีข้อจำกัดต่อบริษัทต่างชาติที่จะเข้าไปประมูลงานด้านการก่อสร้างถนน ซึ่งมีความต้องการสูงในอินเดีย

- ภาษีสูง

(8) ภาษีประกอบด้วย

ภาษีทางตรง ได้แก่ ภาษียรายได้ มีหลายมาตราใน Income Tax Act

- Section 80-IA ยกเว้นภาษียรายได้ 100% ระยะเวลา 10 ปี ลดลงจากเดิม 15 ปี

- บริษัทต่างชาติใช้ Section 44BBB ยกเว้นภาษีกำไร 10% ของมูลค่าโครงการ สำหรับการก่อสร้างสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ ขอให้ครอบคลุมโครงการก่อสร้างถนนด้วย เพื่อจูงใจในบริษัทต่างชาติประมูลงานถนน ซึ่งในปัจจุบันใน Section 44AD กำหนดอัตรากำไร 8% ของมูลค่าโครงการ

- Section 10 (23) G ยกเว้นภาษีโครงการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ โดยให้ครอบคลุมโครงการก่อสร้างถนนด้วย

ภาษีทางอ้อม

- Work Contract Tax (WCT) คำนวณจากสัดส่วนของวัสดุ ก่อสร้างต่อมูลค่าโครงการ ปัจจัยด้านคนงาน (Labor) และบริการ (Services) ยกเว้น WCT

- WCT แตกต่างกันในแต่ละรัฐ ในหลายรัฐได้รวม WCT เข้ากับภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือ VAT

3.9.2 ภาคการก่อสร้างของไทย

มีแนวโน้มการขยายตัวสูง เนื่องจากได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการลงทุนต่างๆของภาครัฐ ตั้งแต่สาขาคมนาคมขนส่ง สาขาพลังงาน สาขาที่อยู่อาศัย เกษตรและชลประทาน รวมถึงการลงทุนก่อสร้างในภาคเอกชนที่สูงขึ้น อันเป็นผลมาจากการที่รัฐบาลใช้มาตรการต่างๆกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ เช่น การปรับอัตราดอกเบี้ยที่อยู่อาศัย การปรับโครงสร้างเงินกู้ รวมถึงมาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

3.9.3 โอกาสของไทยในการลงทุนธุรกิจการก่อสร้างในอินเดีย

- อินเดียกำลังมีสถานะขาดแคลนบ้านในเขตเมือง จึงมีความต้องการโครงสร้างพื้นฐานและที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีความเป็นเมืองมากขึ้น ประกอบกับมีการเพิ่มจำนวนของประชากรและมีการจ้างงานในเมืองเพิ่มขึ้น อันเป็นโอกาสของไทยไปลงทุนในด้านธุรกิจก่อสร้างเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว

- ไทยสามารถขยายตลาดเข้าไปในอินเดียได้ในด้านวัสดุก่อสร้างที่ต้องใช้เทคโนโลยี เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องมุงหลังคา ผงยิปซัม เป็นต้น โดยขีดความสามารถของบริษัทก่อสร้างของอินเดียยังเป็นรองไทย เนื่องจากเครื่องจักรเครื่องมือไม่ทันสมัยแล้ว

- รัฐบาลอินเดียอนุญาตให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนโดยตรงในอินเดียได้ 100% ตั้งแต่ปี 2003 มีการเปิดประมูลเสรีให้ต่างชาติเข้าไปทำธุรกิจได้ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นงานก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานซึ่งแบ่งเป็น

(1) งานของ National Highway Authority เป็น International Bidding

(2) งานของ Public Works Department เป็น Local Contractors และที่น่าสนใจที่สุดในขณะนี้

(3) เป็นการประมูลแผนก่อสร้าง National Highway ความยาวถึง 20,000 กว่ากิโลเมตรใน 15 ปี

- ปัจจุบัน บริษัทจากประเทศไทยได้เข้าไปร่วมทุนกับบริษัทก่อสร้างท้องถิ่นของอินเดีย และรับงานโครงการใหญ่ เช่น งานถนนคอนกรีต 4 เลน สาย NH 2 ในรัฐอุตตรประเทศงานก่อสร้างเขื่อนพลังน้ำที่รัฐหิมาจัลประเทศ และงานก่อสร้างถนนสาย EWII - MP2 รัฐมธยประเทศ เป็นต้น

3.10 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสปาในประเทศอินเดีย

- ธุรกิจสปาในประเทศอินเดียนับเป็นธุรกิจที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่เมื่อเทียบกับธุรกิจสปาในประเทศอื่นๆ ทั่วโลก โดยในอินเดียเพิ่งจะเริ่มมีการดำเนินการอย่างจริงจังในระยะเวลาประมาณ 10 ปีที่ผ่านมาเท่านั้น ทำให้ยังไม่มีการพัฒนาแบบวิถีการและมีมาตรฐานตามแบบอย่างสากลมากนัก อย่างไรก็ตาม ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ความนิยมในธุรกิจสปาได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก

ไม่เฉพาะในด้านปริมาณของสถานประกอบการที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ยังมียุทธศาสตร์การพัฒนาที่หลากหลายเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากอีกด้วย

- ในปัจจุบันธุรกิจสปาในประเทศอินเดียได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลายมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากคนอินเดียจำนวนมากที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว หรือไปศึกษาและไปทำงานในต่างประเทศ ได้เคยใช้บริการสปาจากประเทศอื่นๆ เมื่อกลับมาแล้วยังคงมีความต้องการที่จะได้ใช้บริการแบบเดียวกันในประเทศอินเดียเอง แต่ธุรกิจที่ได้มาตรฐานในประเทศอินเดียนั้นส่วนมากจะมีให้บริการในโรงแรมระดับห้าดาวตามเมืองใหญ่ๆ เท่านั้น และมีราคาค่าบริการที่สูงมาก จึงเริ่มมีผู้ประกอบการอินเดียที่เห็นช่องทางการตลาดดังกล่าวเริ่มดำเนินกิจการสปาของตนเองมากขึ้น ทำให้ในปัจจุบันมีธุรกิจสปาขนาดย่อยๆ เกิดขึ้นในเมืองใหญ่เป็นจำนวนมาก แต่ธุรกิจสปาเหล่านี้มักจะมีรูปแบบวิธีการที่ไม่ได้มาตรฐานนัก

- การเริ่มต้นประกอบธุรกิจสปาในอินเดียมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ คือ จะต้องไปขอจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเพื่อประกอบธุรกิจดังกล่าว (ในกรณีคนต่างชาติจะต้องขออนุญาตจากหน่วยงาน Reserve Bank of India ในการประกอบธุรกิจด้วย) ขึ้นทะเบียนและขอหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี (PAN Number) รวมทั้งจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าด้วย ทั้งนี้ อินเดียกำหนดอัตราภาษีเงินได้สำหรับธุรกิจต่างชาติมีอัตราสูงถึงร้อยละ 40 ของรายได้สุทธิ

- อุปสรรคสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึงหากผู้ประกอบการไทยสนใจจะประกอบธุรกิจสปาในประเทศอินเดีย คือ ปัญหาเรื่องแรงงาน เนื่องจากนโยบายเรื่องแรงงานของอินเดียค่อนข้างกีดกันแรงงานต่างชาติ หากตั้งใจจะใช้พนักงานจากประเทศไทยเป็นหลักอาจมีปัญหากในการดำเนินการได้

- ในอินเดียมีสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา คือ Spa & Wellness Association of India ตั้งขึ้นเมื่อปี 2006 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะยกระดับมาตรฐานธุรกิจสปาในประเทศอินเดีย รวมทั้งให้คำแนะนำเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจดังกล่าว โดยรายละเอียดเพิ่มเติมสามารถดูได้ที่เว็บไซต์ของสมาคมฯ www.spaandwellnessassociation.com



4. การลงทุน

4.1 การลงทุนจากต่างประเทศ

การลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) มีบทบาทเพิ่มขึ้นต่อเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจากสัดส่วนเพียงร้อยละ 3.0 ของเงินลงทุนโดยรวม (Gross Fixed Capital Formation) ของอินเดียในปี 2005 เป็นร้อยละ 9.6 ในปี 2010 ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2010 The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) ได้เผยแพร่รายงาน “Foreign Direct Investment 2010” ซึ่งเป็นข้อมูลการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศของประเทศในภูมิภาคต่างๆ ของโลกในปี 2009 ระบุว่า อินเดียเป็นประเทศที่ดึงดูด FDI ได้มากที่สุดเป็นอันดับ 9 ของโลก มูลค่ารวม 34.6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ นอกจากนั้น UNCTAD ยังคาดการณ์ว่า FDI Inflows ของอินเดียจะเพิ่มขึ้นและมี FDI Inflows มากเป็นอันดับ 3 ของโลกในช่วงปี 2010-2012 สอดคล้องกับผลสำรวจของธนาคารเพื่อความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (The Japan Bank for International Cooperation) ประจำปี 2010 ซึ่งได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของ นักลงทุนญี่ปุ่นถึงประเทศที่น่าลงทุนทำธุรกิจมากที่สุด โดยผลจากการสำรวจ อินเดียอยู่ในอันดับ 2 (รองจากจีน) นอกจากนี้ จากผลการสำรวจประเทศที่น่าลงทุนที่สุดในสายตาของนักลงทุนยุโรปประจำปี 2010 ซึ่งจัดทำโดยบริษัทที่ปรึกษา Ernst & Young ระบุว่าอินเดียเป็นประเทศที่น่าลงทุนมากเป็นอันดับ 4 ในปี 2010 และมากเป็นอันดับ 2 ในระยะ 3 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ FDI ที่เพิ่มอย่างรวดเร็วสะท้อนถึงความมั่นใจของนักลงทุนต่างชาติในตลาดอินเดีย ขณะเดียวกันก็สะท้อนถึงบทบาทของนักลงทุนต่างชาติในตลาดอินเดียที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

จากสถิติของธนาคารกลางอินเดีย นับตั้งแต่เดือนเมษายน 2000 - ธันวาคม 2010 อินเดียมีเงินลงทุนจากต่างประเทศสะสม คิดเป็นมูลค่ารวม 186.8 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เฉพาะปี 2010 อินเดียดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศคิดเป็นมูลค่า 21 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 22 สาเหตุสำคัญที่ส่งผลให้มูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในอินเดียลดลงมาจากปัจจัย 2 ประการ ประการแรก ผลพวงจากวิกฤติการเงินในสหรัฐอเมริกาและภูมิภาคยุโรปทำให้บริษัทข้ามชาติ จากสหรัฐอเมริกาและยุโรปชะลอการลงทุน โดยเฉพาะประเทศในยุโรปซึ่งเป็นผู้ลงทุนรายใหญ่ของอินเดีย (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศทั้งหมดในอินเดีย) ได้ปรับลดการลงทุนลงอย่างมาก ประการที่สอง อินเดียยังมีประเด็นปัญหาในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ปัญหาความล่าช้าในการจัดสรรที่ดิน ปัญหาภาวะเปียกที่ย่างยากซับซ้อน ตลอดจนปัญหาในเรื่อง

โครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่เพียงพอ โดยสาขาที่มีการลดลงของมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศมากที่สุด คือ ภาคการก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์ เหมืองแร่ และการให้บริการทางธุรกิจ

ทั้งนี้ การลงทุนจากต่างประเทศในอินเดียส่วนใหญ่อยู่ในภาคบริการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.9 ของมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศในอินเดียทั้งสิ้น รองลงมา ได้แก่ สาขาคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ และฮาร์ดแวร์ (ร้อยละ 8.4) โทรคมนาคม (ร้อยละ 8.1) อสังหาริมทรัพย์ (ร้อยละ 7.4) การก่อสร้าง (ร้อยละ 7.1) และอุตสาหกรรมรถยนต์ (ร้อยละ 4.5) ตามลำดับ

สำหรับประเทศผู้ลงทุนรายใหญ่ในอินเดีย ได้แก่ ประเทศมอริเชียส ร้อยละ 41.9 ของมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศในอินเดียรวม รองลงมา เป็นสิงคโปร์ (ร้อยละ 9.2) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 7.4) สหราชอาณาจักร (ร้อยละ 5) และเนเธอร์แลนด์ (ร้อยละ 4.4) ตามลำดับ

ในส่วนของการลงทุนไทยในอินเดีย ระหว่างเดือนเมษายน 2000 - ธันวาคม 2010 อินเดียรองรับการลงทุนจากไทยคิดเป็นมูลค่าการลงทุนสะสม 81.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 0.06 ของ มูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในอินเดียทั้งสิ้น โดยไทยเป็นประเทศผู้ลงทุนอันดับที่ 33 ของอินเดีย ธุรกิจที่นักลงทุนไทยเข้าไปลงทุนในอินเดียที่สำคัญ อาทิ สาขาเกษตรและผลิตผลทางการเกษตร อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า เคมีภัณฑ์ ยานยนต์/ชิ้นส่วน และการให้บริการทางการเงิน เป็นต้น

แม้ว่าในปี 2010 มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศในอินเดียได้ปรับตัวลดลง แต่อินเดียยังคงเป็นประเทศเป้าหมายการลงทุนที่สำคัญในสายตาของนักลงทุนต่างชาติ ดังที่กล่าวไว้ในตอนต้น

4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน

ปัจจุบันรัฐบาลอินเดียได้เร่งรัดพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งถนน โดยมีโครงการขนาดใหญ่ทางหลวงแผ่นดินสุวรรณ จตุรพักตร มูลค่า 4.9 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงเมืองเศรษฐกิจหลักของอินเดียเข้าด้วยกัน ในขณะที่ภาคการก่อสร้างอาคารสำนักงาน/ที่พักอาศัย และโรงแรมก็มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับเศรษฐกิจที่ขยายตัวปีละประมาณร้อยละ 9 อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่รัฐบาลจำเป็นต้องเร่งปฏิรูป คือ ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการโดยเฉพาะในเขตชนบท เช่น ถนนในชนบท ที่ขรุขระไม่ได้มาตรฐาน รางรถไฟที่ขาดการพัฒนา ท่าเรือที่แออัด และไฟฟ้าที่ดับบ่อยในทุกเมืองทั่วอินเดีย เป็นต้น

4.3 กฎระเบียบการลงทุน (FDI Policy)

การลงทุนในอินเดียสามารถดำเนินการผ่านช่องทางการลงทุน 2 ช่องทาง คือ

4.3.1 การลงทุนโดยผ่านช่องทางอัตโนมัติ (Automatic Route)

อยู่ในความรับผิดชอบของธนาคารกลางอินเดีย (Reserve Bank of India) ซึ่งนักลงทุนต่างชาติจะต้องแจ้งให้ธนาคารกลางอินเดียทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่นำเงินมาลงทุนและวันที่ออกหุ้นของบริษัท ธุรกิจที่ไม่อยู่ในข่าย Automatic Route ได้แก่ การเงินการธนาคาร การบินพลเรือน ปีโตรเลียม การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ Venture Capital Fund/Company บริษัทลงทุนในสาขาโครงสร้างพื้นฐานและการบริการ ปรมาณู อาวุธ การเกษตร การพิมพ์ การสื่อสาร การประกันภัย

4.3.2 การลงทุนโดยขออนุมัติจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Investment Promotion Board) เป็นการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการที่มีกฎหมายกำหนดประเภทไว้ซึ่งรูปแบบการลงทุนมีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่

1. การจัดตั้งบริษัทอยู่ภายใต้กฎหมาย Companies Act 1956 ซึ่งกำหนดให้ต้องมีเงินทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 1 แสนรูปี มีจำนวนผู้ถือหุ้นได้ไม่เกิน 50 คน การจัดตั้งบริษัทมี 2 รูปแบบ คือ

1) การลงทุนร่วมกับนักลงทุนท้องถิ่น (Joint Venture) รัฐบาลอินเดียได้กำหนดสัดส่วนการถือหุ้นตามประเภทของอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามหากไม่มีกฎระเบียบกำหนด ก็สามารถถือหุ้นตามสัดส่วนความต้องการของนักลงทุนทั้งสองฝ่าย (โดยทั่วไปรัฐบาลอินเดียเปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติสามารถลงทุนได้ 100% ยกเว้นในกิจการบางประเภทที่ได้มีการกำหนดสัดส่วนการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติไว้ อาทิ ธุรกิจการสื่อสารไม่เกินร้อยละ 49 และธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวไม่เกินร้อยละ 51 เป็นต้น)

2) การลงทุนต่างชาติ 100% (100% Wholly-Owned Subsidiary) รัฐบาลอินเดียกำหนดประเภทของอุตสาหกรรมที่อนุญาตให้มีการลงทุนจากต่างประเทศร้อยละ 100

2. กิจการที่รัฐบาลอินเดียส่งเสริมการลงทุน ได้แก่

1) การก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน
2) การลงทุนที่มีศักยภาพที่จะสร้างรายได้จากการส่งออก
3) การลงทุนที่มีการจ้างงานจำนวนมาก โดยเฉพาะแรงงานในชนบท
4) การลงทุนที่มีความเชื่อมโยงกับการเพาะปลูก และธุรกิจการเกษตร
5) การลงทุนในธุรกิจที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เช่น โรงพยาบาล และธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฯลฯ

6) โครงการลงทุนที่ส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศ

3. กิจการที่ไม่อนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุน ได้แก่ การค้าปลีก (ยกเว้นการค้าปลีกที่ขายสินค้ายี่ห้อเดียว เช่น บาจ่า) พลังงาน

ประมาณ สล็อตเตอรี การพนัน และสาขาที่รัฐไม่เปิดให้เอกชน

4.4 ข้อกำหนดในการลงทุนต่างชาติ

การลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในประเทศอินเดียจะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดใน Foreign Exchange Management Act (FEMA), 1999 ของรัฐบาลอินเดีย ควบคู่ไปกับหลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติ ที่หน่วยงาน Reserve Bank of India (RBI) ได้กำหนดไว้ใน Notification No. FEMA 20/2000-RB ฉบับลงวันที่ 3 พฤษภาคม ค.ศ. 2000 โดยหลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติดังกล่าวจะมีการทบทวนและปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์อยู่เสมอ

กล่าวโดยรวมแล้วนักลงทุนต่างชาติได้รับอนุญาตให้ลงทุนในกิจการต่างๆ ในประเทศอินเดียในเกือบทุกประเภทกิจการโดยมีช่องทางการลงทุนแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ แบบอัตโนมัติ (Automatic Route) และแบบที่ต้องขออนุญาต (Government Route) ขึ้นอยู่กับประเภทของกิจการที่ต้องการลงทุน

ในช่องทางแบบอัตโนมัติ นักลงทุนต่างชาติสามารถซื้อหุ้นจากบริษัทอินเดีย หรือเข้ามาลงทุนได้โดยตรงแต่ต้องแจ้งข้อมูลให้หน่วยงาน RBI ทราบถึงการลงทุนภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ออกหุ้นของบริษัท

สำหรับช่องทางแบบที่ต้องขออนุญาตนั้น นักลงทุนต่างชาติจะต้องยื่นขออนุญาตต่อรัฐบาลอินเดียก่อนจึงจะสามารถดำเนินการได้ โดยหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการพิจารณาเรื่องดังกล่าว คือ หน่วยงาน Foreign Investment Promotion Board (FIPB) สังกัดกระทรวงการคลัง

ตามปกติแล้วหากไม่มีการกำหนดไว้ นักลงทุนต่างชาติสามารถลงทุนผ่านช่องทางแบบอัตโนมัติและสามารถถือครองหุ้นในสัดส่วนสูงสุดได้ถึง 100 เปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตาม ตามข้อกำหนดของรัฐบาลอินเดียมีกิจการหลายประเภทที่กำหนดให้นักลงทุนต่างชาติสามารถลงทุนได้ผ่านช่องทางแบบที่ต้องขออนุญาตเท่านั้น และกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นไว้อย่างจำกัด นอกจากนี้ยังมีกิจการบางประเภทที่สงวนไว้ให้นักลงทุนต่างชาติลงทุนได้ อาทิ ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจพลังงานปรมาณู ธุรกิจการพนัน ธุรกิจการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจยาสูบ เป็นต้น ซึ่งรายละเอียดในส่วนนี้สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ www.fema.rbi.org.in

4.5 นโยบายส่งเสริมการลงทุน

นโยบายการลงทุนจากต่างชาติ (FDI) ของอินเดียมีลักษณะค่อนข้างเสรี โดยผ่อนปรนกฎเกณฑ์ ระเบียบ และมาตรการสำหรับการลงทุนจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้มีการนำเข้าและถ่ายโอนเทคโนโลยี เพิ่มเงินทุนสำรองระหว่างประเทศ และกระตุ้นให้ธุรกิจของอินเดียสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

‘นักลงทุนต่างชาติได้รับอนุญาตให้ลงทุนในกิจการต่างๆ ในประเทศอินเดียในเกือบทุกประเภทกิจการโดยมีช่องทางการลงทุนแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ แบบอัตโนมัติ (Automatic Route) และแบบที่ต้องขออนุญาต (Government Route) ขึ้นอยู่กับประเภทของกิจการที่ต้องการลงทุน’

นโยบายการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติ ฉบับปี 2005 ได้ผ่อนปรนหรือยกเลิก เพดานการลงทุนของต่างชาติในอินเดียในหลายธุรกิจและเปลี่ยนระบบการ ลงทุนผ่านช่องทางอัตโนมัติมากขึ้น (Automatic Route) โดยอนุญาตให้ต่างชาติ ลงทุนได้สูงสุดถึงร้อยละ 100 ในธุรกิจเกือบทุกประเภท เช่น การก่อสร้าง โครงสร้างพื้นฐาน อิเล็กทรอนิกส์ซอฟต์แวร์ อาหารสำเร็จรูป และการบริการ เป็นต้น ยกเว้นบางกิจการที่ต้องขออนุญาตจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ต่างชาติก่อน และ/หรือมีเงื่อนไขในการลงทุน ได้แก่ กิจการที่เกี่ยวข้องกับความ มั่นคงของประเทศ การธนาคาร การประกันภัย การบิน การสำรวจแหล่งธรรมชาติ และการค้าปลีก เป็นต้น

นอกจากนี้ อินเดียยังมีนโยบายดึงดูดเงินลงทุนต่างชาติอย่างต่อเนื่อง โดยเปิดเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zones: SEZs) ตามเมือง สำคัญหลายแห่งเพื่อกระตุ้นให้เกิดการจ้างงานในประเทศ อำนาจความสะดวก ด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานภายในพื้นที่ รวมทั้งมีมาตรการจูงใจทางภาษี เช่น ยกเว้นภาษีรายได้ในช่วง 5-10 ปีแรกและยกเว้นภาษีสินค้าทุนและวัตถุดิบที่ใช้ ในกิจการที่ตั้งอยู่ใน SEZs เป็นต้น

ธุรกิจที่รัฐบาลอินเดียส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติมาก ได้แก่ การก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน พลังงานการบริการโทรคมนาคม การพัฒนา ซอฟต์แวร์ และอุตสาหกรรมอาหาร รวมทั้งจูงใจการลงทุนจากชาวอินเดียที่มี ถิ่นพำนักต่างประเทศ (Non-resident Indians: NRIs) ด้วยการให้สิทธิการ ถือครองหุ้นสูงกว่านักลงทุนต่างชาติ

ลักษณะการลงทุนจากต่างประเทศในอินเดีย

1. **กิจการที่สามารถลงทุนโดยไม่ต้องขออนุมัติ** อินเดียอนุญาตให้ นักลงทุนต่างชาติลงทุนได้โดยไม่ต้องยื่นขออนุมัติลงทุน แต่ต้องแจ้งรายละเอียด ของโครงการลงทุนต่อธนาคารกลางอินเดียภายใน 30 วัน หลังจากที่มีการโอน เงินลงทุนมายังอินเดีย สำหรับโครงการลงทุนที่มีการร่วมทุนกับนักลงทุนอินเดีย จะต้องส่งมอบรายละเอียดตามที่ธนาคารกลางกำหนดภายใน 30 วัน หลังจาก นักลงทุนต่างชาติได้เข้าถือหุ้นแล้ว โดยแบ่งการลงทุนที่ไม่ต้องขออนุมัติเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ร้อยละ 100 ได้แก่ ภาคการผลิตส่วนใหญ่ การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น การผลิตกระแส ไฟฟ้า ระบบการส่งและจ่ายไฟฟ้า ถนน ทางหลวง สะพาน ท่าเรือ การขนส่ง มวลชน การผลิตเพื่อส่งออก การควบคุมและจัดมลพิษ IT การพัฒนาชุมชน การค้าส่ง การแปรรูปกาแฟและยาง เหมืองแร่ (ยกเว้นเหมืองเพชรและ หินมีค่า) เป็นต้น

2) กิจการที่จำกัดสัดส่วนการลงทุนของต่างชาติ เช่น การสำรวจ และทำเหมืองเพชร และหินมีค่า โทรคมนาคม ลงทุนได้ไม่เกินร้อยละ 74

ของทุนจดทะเบียน ธุรกิจประกันภัย ลงทุนได้ไม่เกิน ร้อยละ 26 (ต้องได้รับใบอนุญาตจาก Insurance Regulatory & Development Authority - IRDA) เป็นต้น

2. กิจการที่ต้องขออนุมัติลงทุน โดยนักลงทุนต้องยื่นเอกสารขออนุมัติไปยัง Department of Economic Affairs (DEA) สังกัดกระทรวงการคลังอินเดีย เพื่อพิจารณาในเบื้องต้นก่อนและส่งต่อให้ Foreign Investment Promotion Board (FIPB) พิจารณาอีกครั้ง ซึ่งใช้เวลาพิจารณาไม่เกิน 30 วัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ร้อยละ 100 เช่น การปลูกชา (ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด) การตีพิมพ์นิตยสารเชิงวิทยาศาสตร์ กิจการด้านยา และเวชกรรม เป็นต้น

2) กิจการที่จำกัดสัดส่วนการลงทุนของต่างชาติ เช่น การติดตั้งและดำเนินกิจการดาวเทียม ลงทุนได้ไม่เกินร้อยละ 74 ธุรกิจค้าปลีกที่ขายสินค้ายี่ห้อเดียว ลงทุนได้ไม่เกินร้อยละ 51 กิจการด้านการป้องกันประเทศ ลงทุนได้ไม่เกินร้อยละ 26 เป็นต้น นอกจากนี้ การลงทุนในอุตสาหกรรมบางประเภท นักลงทุนจะต้องขอใบอนุญาตประกอบอุตสาหกรรมจาก Secretariat for Industrial Assistance (SIA) ภายใต้ Department of the Industrial Policy and Promotion (DIPP) ด้วย

ต้นทุนการจัดตั้งธุรกิจ

1. สำนักงานขนาดพื้นที่ 1,000 ตารางฟุต ราคาเช่า 40,000 - 100,000 เหยียสหรัฐฯ ต่อปี ในเมืองใหญ่ ขึ้นอยู่กับทำเล

2. พนักงานจบปริญญาตรี ประสบการณ์สองปี ค่าจ้าง 350 - 600 เหยียสหรัฐฯ ต่อเดือน หากเป็นระดับปริญญาตรีจบใหม่ เงินเดือนจะไม่เกิน 300 เหยียสหรัฐฯ

3. ค่าโทรศัพท์ - ไม่แพง ใกล้เคียงกับประเทศไทย

4. ค่าอินเทอร์เน็ต - ไม่แพง ใกล้เคียงกับประเทศไทย

4.6 ภาษี

4.6.1 โครงสร้างภาษี

ภาษีของอินเดียมีการจัดเก็บโดยรัฐบาล 3 ระดับ คือ (1) รัฐบาลกลาง (Central Government) (2) รัฐบาลของรัฐ (State Government) และ (3) รัฐบาลท้องถิ่น (Local Government)

กระทรวงการคลัง มีอำนาจในการจัดเก็บภาษีทางตรงทั้งหมดและภาษีทางอ้อมบางชนิด เพื่อนำมาจัดสรรเป็นงบประมาณแผ่นดิน หน่วยงานภายใต้กระทรวงการคลังที่ทำหน้าที่เก็บภาษี คือ

- Central Board of District Taxes (CBDT) ทำหน้าที่เก็บภาษีทางตรง เช่น Corporate Income Tax (ภาษีเงินได้นิติบุคคล) Personal

Income Tax (ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา) Wealth Tax (ภาษีทรัพย์สิน/ภาษีความมั่งคั่ง) Interest Tax (ภาษีดอกเบี้ย) Gift Tax (ภาษีของขวัญ) Capital Gain Tax (ภาษีกำไรจากส่วนทุน) และ Expenditure Tax (ภาษีค่าใช้จ่าย) เป็นต้น

- Central Board of Excise and Custom (CBEC) ทำหน้าที่เก็บภาษีทางอ้อม เช่น Central Excise Tax (ภาษีสรรพสามิตส่วนกลาง) Service Tax (ภาษีการบริการ) Customs Duties (ค่าอากรศุลกากร) เป็นต้น

รัฐบาลของแต่ละรัฐทำหน้าที่จัดเก็บภาษีในระดับรัฐ เช่น Value Added Tax (ภาษีมูลค่าเพิ่ม) หรือ Sales Tax (ภาษีขาย) Property Tax (ภาษีอสังหาริมทรัพย์) State Excise Tax (ภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าแอลกอฮอล์) Stamp Duty (อากรแสตมป์ซึ่งเก็บจากการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์) เป็นต้น

รัฐบาลท้องถิ่นทำหน้าที่เก็บภาษีในระดับท้องถิ่น เช่น Octroi/Entry Tax (ภาษีสินค้าผ่านแดน/เข้าเมือง ซึ่งปัจจุบันหลายเมืองได้ยกเลิกภาษีนี้อย่างแล้ว) และ Utility Tax (ค่าธรรมเนียมการใช้สาธารณูปโภค เช่น น้ำประปาและไฟฟ้า) เป็นต้น

4.6.2 ภาษีที่สำคัญ ได้แก่

(1) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Income Tax) โดยเรียกเก็บจาก

- บริษัทท้องถิ่น (Resident Companies) คือบริษัทที่จดทะเบียนในอินเดีย (Indian Company) โดยฐานภาษีจะคิดจากเงินได้ที่เกิดขึ้นโดยใช้เกณฑ์คงค้าง (Accrual Basis) ทั้งในและนอกประเทศอินเดีย

- บริษัทต่างชาติ (Non-resident Companies) คือ บริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในอินเดีย ซึ่งฐานภาษีจะคิดจากเงินได้ที่เกิดขึ้นในอินเดียเท่านั้น กฎหมายภาษีเงินได้ (Income Tax Act, 1961) ไม่ได้กำหนดอัตราภาษีไว้โดยเฉพาะ แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดทุกปีโดยกระทรวงการคลัง (ในแผนงบประมาณประจำปี ซึ่งออก ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ในปัจจุบัน (ปีประเมินภาษี 2010 -11) มีการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ดังนี้

- นิติบุคคลทุกประเภทต้องเสียภาษีเพื่อการศึกษา (Education Cess) อีกร้อยละ 3 ของภาษีเงินได้

ประเภทบริษัท	อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	ค่าธรรมเนียม (Surcharge) หากรายได้สุทธิมากกว่า 10 ล้านบาท
บริษัทท้องถิ่น (Resident)	30%	7.5%
บริษัทต่างชาติ (Non-resident)	40%	2.5%

หมายเหตุ : ภาษีเริ่มจาก 1 เมษายนของทุกปี และสิ้นสุดที่ 31 มีนาคม ของปีถัดไป

(2) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

โดยเรียกเก็บจาก

- ผู้อาศัยในประเทศ (Resident Individuals) ได้แก่ บุคคลที่อยู่ในอินเดียไม่น้อยกว่า 182 วัน หรือเป็นบุคคลที่อยู่ในอินเดียไม่น้อยกว่า 60 วันในปีภาษีนั้น และอยู่ในอินเดียไม่น้อยกว่า 365 วัน ในรอบ 4 ปี ก่อนหน้าปีภาษีนั้นๆ ผู้พักอาศัยในประเทศต้องเสียภาษีจากรายได้ที่มาจากทั้งในและนอกประเทศอินเดีย

- ผู้ที่ไม่ได้พักอาศัยในอินเดีย (Non-resident Individuals) ได้แก่ บุคคลที่ไม่เข้าข่ายผู้พักอาศัยในอินเดียข้างต้น และจะเสียภาษีจากรายได้ที่มาจากในอินเดียเท่านั้น แต่หากมีรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยอินเดีย จะต้องเสียภาษีในลักษณะเดียวกับผู้พักอาศัยในประเทศตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน The Foreign Exchange Management Act (FEMA)

กฎหมายภาษีเงินได้ (Income Tax Act, 1961) ไม่ได้กำหนดอัตราภาษีไว้โดยเฉพาะ แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดทุกปีโดยกระทรวงการคลัง ในปัจจุบัน สำหรับผู้ที่พักอาศัยในอินเดีย (Residents) จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตรา (ตามปีประเมินภาษี 2010 -2011) ดังนี้

รายได้สุทธิต่อปี (ประมาณการ) (บาท)	รายได้สุทธิต่อปี (รูปี)	อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
0 - 114,000	0 - Rs 160,000 (a)(b)	0%
114,001 - 355,000	Rs 160,001 - Rs 500,000	10%
355,001 - 568,000	Rs 500,001 - Rs 800,000	20%
มากกว่า 568,000	มากกว่า Rs 800,000 ^(c)	30%

(a) ในกรณีของสตรีอายุต่ำกว่า 65 ปี รายได้สุทธิต่อปีที่ได้รับการยกเว้นภาษีจะเป็น 0 - Rs 190,000 (0-134,900)

(b) บุคคลที่อายุ 65 ปีหรือมากกว่า รายได้สุทธิต่อปีที่ได้รับการยกเว้นภาษีจะเป็น 0 - Rs 240,000 (0-170,400)

(c) ไม่คิดค่าธรรมเนียม (Surcharge)

(d) ต้องเสียภาษีเพื่อการศึกษา (Education Cess) อีกร้อยละ 3 ของภาษีเงินได้

(3) ภาษีสรรพสามิตส่วนกลาง (Central Excise Duty)

ภาษีสรรพสามิตเป็นภาษีที่เรียกเก็บจากสินค้าที่ผลิตหรือประกอบในอินเดีย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการจัดการกับอุปทานของสินค้า ส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมและวิสาหกิจขนาดย่อม และยังเป็นแหล่งรายได้ที่ใหญ่ที่สุดของรัฐบาลอินเดีย อัตราภาษีสรรพสามิตมีหลายอัตรา ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า โดยดูได้จาก Central Excise Tariff 2007 ([Http://](http://)

www.cbec.gov.in/excise/cx_tariff0708/cxt0708-idx.htm) สำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยบางประเภทรัฐบาลของแต่ละรัฐเป็นผู้จัดเก็บ ซึ่งจัดเก็บทั้งจากการนำเข้าและการผลิตภายในประเทศ

(4) ภาษีศุลกากร (Customs Duty)

การเก็บภาษีศุลกากรจากสินค้านำเข้าจะเป็นไปตามกฎหมาย Customs Tariff Act, 1975 และอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของ The Central Board of Excise Customs (CBEC) อัตราภาษีศุลกากรจะมีการปรับปรุงเป็นระยะๆ โดยฉบับล่าสุด คือ Customs Tariff 2009-2010 (<http://www.cbec.gov.in/customs/cst-0910/cst-main.htm>) ทั้งนี้ สินค้าประเภทวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลางมีอัตราภาษีค่อนข้างต่ำ อยู่ระหว่างร้อยละ 2-20 สินค้าประเภทอาหารจะมีอัตราภาษีระหว่างร้อยละ 10-70 ขณะที่สินค้าประเภทสุราและไวน์อัตราภาษีจะสูงโดยอยู่ระหว่างร้อยละ 100-150

(5) ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax: VAT)

อินเดียเริ่มใช้ระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2005 แทนการเก็บภาษีการขาย (Central Sales Tax: CST) เพื่อแก้ไขปัญหาการเก็บภาษีซ้ำซ้อนซึ่งทำให้ราคาสินค้าสุดท้ายแพงเกินจริง โดยภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นภาษีที่เก็บจากมูลค่าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นตอนการผลิตและการขนส่งสินค้าและบริการ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงมือผู้บริโภค

อัตราภาษี	ประเภทสินค้า
0%	สินค้าจำเป็น (สินค้าจากธรรมชาติหรือไม่ผ่านการแปรรูป) ได้แก่ สินค้าเกษตร และสินค้าวัตถุดิบ 46 รายการ
1%	โลหะมีค่าต่างๆ เช่น ทองคำ และเงิน
4%	สินค้าที่เป็นปัจจัยพื้นฐาน เช่น ยา เวชภัณฑ์ วัตถุดิบที่ใช้ในการเกษตรและอุตสาหกรรม และสินค้าทุน 270 รายการ
12.5%	สินค้าอื่นๆ
ข้อยกเว้น	▶ น้ำตาล สิ่งทอ ยาสูบ ได้รับการยกเว้น VAT 1 ปี แต่จะต้องเสียภาษี Additional excise duty ▶ ชา อาจจะถูกเก็บ VAT ที่ร้อยละ 4 หรือ 12.5 ขึ้นอยู่กับแต่ละรัฐ ▶ สินค้าประเภทน้ำมันเชื้อเพลิง (Petrol) ดีเซล สุรา และล้อเตอเร่ ได้รับการยกเว้น VAT ยกเว้นบางรัฐ ▶ Traders ที่มี turnover น้อยกว่า 500,000 รูปีต่อปี ได้รับการยกเว้นภาษี VAT

ข้อมูลเพิ่มเติม

India Finance and Investment Guide: http://finance.indiamart.com/taxation/value_added_tax.html

The National Portal of India : <http://india.gov.in/citizen/salestax.php>

Department of Trade and Taxes, Government of NCT of Delhi –<http://www.dvat.gov.in/dvatonline/>

4.7 แรงงานและภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรมที่นำลงทุน

จุดแข็งที่อินเดียสามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศได้ดี โดยเฉพาะสาขาการบริการ เนื่องจากมีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญจำนวนมาก ในหลายสาขา เช่น วิศวกรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี รวมทั้งค่าจ้างต่ำ และใช้ภาษาอังกฤษได้ดี เนื่องจากมีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษานับร้อย แห่งในเมืองสำคัญๆ เช่น มุมไบ กัลกัตตา บังกาลอร์ เจนไน ไฮเดอราบัด อาห์เมดาบัด ปูเน่ สุรัต และกานปูร์ ภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรมที่นำลงทุน ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต ผลิตภัณฑ์พลาสติก เมลามีน ของเล่น/เสื้อผ้า/เฟอร์นิเจอร์/ของใช้เด็ก เฟอร์นิเจอร์ การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน/ที่พักอาศัย ชิ้นส่วนยานยนต์ อุปกรณ์/ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า การแปรรูปอาหาร ห้องเย็น คลังสินค้า ร้านอาหารไทย สปา ธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว และ Logistics ผู้ลงทุนไทยควรพิจารณาลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรมเป็นอันดับแรก เช่น นิคมอุตสาหกรรม Sri City ใน รัฐอานธรประเทศ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความซับซ้อนของกฎหมายอินเดีย

4.8 อัตราค่าแรงขั้นต่ำตามกฎหมายแรงงานอินเดีย

รัฐ	อัตราเงินเดือน		
	ปริญญาตรี	มัธยม	ต่ำกว่ามัธยม
1. รัฐมหาราษฏร์ (มุมไบ)	10,000 รูปี (7,100 บาท)	8,000 รูปี (5,680 บาท)	4,750 รูปี (3,372.5 บาท)
2. รัฐคาร์นาทากะ (บังกาลอร์)	10,000 รูปี (7,100 บาท)	7,000 รูปี (4,970 บาท)	4,500 รูปี (3,195 บาท)
3. รัฐคุชราต (อาห์เมดาบัดและสุรัต)	9,000 รูปี (6,390 บาท)	6,200 รูปี (4,402 บาท)	4,250 รูปี (3,017.5 บาท)
4. กรุงนิวเดลี	7,400 รูปี (5,254 บาท)	6,750 รูปี (4,792.5 บาท)	6,100 รูปี (4,331 บาท)
5. รัฐทมิฬนาฑู (เจนไน)	5,000-10,000 รูปี (3,372-6,744 บาท)	7,000 รูปี (4,970 บาท)	5,000 รูปี (3,372 บาท)
6. รัฐอานธรประเทศ (ไฮเดอราบัด)	8,000 รูปี (5,400 บาท)	4,000-5,000 รูปี (2,700-3,372 บาท)	4000 รูปี (2,700 บาท)

หมายเหตุ : 1 รูปี เท่ากับ 0.71 บาท ณ วันที่ 19/07/2011

: ข้อมูลจาก <http://www.paycheck.in/main/officialminimumwages>

นอกจากอัตราค่าแรงขั้นต่ำตามข้อ 4.8 แล้ว ในแต่ละรัฐยังมีการกำหนดอัตราค่าแรงตามประเภทของ
ธุรกิจโดยแบ่งตามระดับความชำนาญงาน (Skill) สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
<http://www.paycheck.in/main/officialminimumwages>

4.9 หลักเกณฑ์การเอาเงินกลับประเทศ

1. ผู้ลงทุนสามารถโอนเงินรายได้กลับประเทศได้ทั้งหมดผ่านทางระบบบัญชีธนาคาร แต่ทั้งนี้จะต้องเป็นรายได้สุทธิที่คงเหลือหลังจากเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลให้กับทางการอินเดียเรียบร้อยแล้ว (ภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกิจการต่างชาตรี้อยละ 40)

2. บุคคลที่ได้รับการว่าจ้างในประเทศอินเดีย หลังจากเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแล้ว (ประมาณร้อยละ 30) สามารถโอนเงินรายได้กลับประเทศได้ทั้งหมดเช่นกัน

4.10 โอกาสความร่วมมือทางด้านการลงทุนรายสาขาอุตสาหกรรมไทย-อินเดีย

อุตสาหกรรมที่น่าสนใจที่จะเข้าไปลงทุนในประเทศอินเดีย ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีขั้นสูงหรือที่ต้องการวิจัยพัฒนา เช่น อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ อุตสาหกรรมยา อุตสาหกรรมรถยนต์ นอกจากนี้ ยังมีอุตสาหกรรมที่ไทยมีความเชี่ยวชาญ เช่น อุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรและอาหาร อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

4.10.1 อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศของอินเดียมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 28 โดยสหรัฐอเมริกา และยุโรปเป็นตลาดส่งออกหลัก มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมประมาณ 1.6 ล้านคน ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศของอินเดียขยายตัวได้ดีคือ จำนวนประชากรร้อยละ 6.0 ของอินเดีย มีความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นฐานสนับสนุนและขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเมืองบังгалอร์ ไฮเดอราบัด เจนไน และมุมไบ เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในอินเดีย

4.10.2 อุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพและอุตสาหกรรมยา ตลาดเทคโนโลยีชีวภาพของอินเดีย คาดว่าจะเติบโตอย่างรวดเร็ว จากมูลค่า 3,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปัจจุบันเป็น 6,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2010 โดยธุรกิจเด่นในอุตสาหกรรมนี้ คือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชีวภัณฑ์ ซึ่งอินเดียมีจุดแข็งในด้านงานวิจัยและพัฒนา อีกทั้งระบบการศึกษาในอินเดียรองรับการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีชีวภาพ รวมถึงมีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในด้านดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ขณะที่ไทยมีความสามารถในการจัดการและการตลาด จึงมีความเป็นไปได้ในการร่วมมือและประสานประโยชน์ร่วมกัน

4.10.3 อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน มีมูลค่าตลาดรวมกว่า 23,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยอินเดียเป็นผู้ผลิตรถจักรยานยนต์สูงเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากจีน โดยมีอัตราการผลิตสูงถึง 6.5 ล้านคันต่อปี และมีอัตราการผลิตรถยนต์และรถบรรทุกเฉลี่ยถึง 2 ล้านคันต่อปี โดยไทยสามารถร่วม

‘อุตสาหกรรมที่น่าสนใจที่จะเข้าไปลงทุนในประเทศอินเดีย ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีขั้นสูงหรือที่ต้องการวิจัยพัฒนา เช่น อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ อุตสาหกรรมยา อุตสาหกรรมรถยนต์’

ลงทุนกับอินเดียเพื่อใช้เป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออก ขณะที่ตลาดในประเทศจะยังไม่ใช่เป้าหมายหลักในปัจจุบัน เนื่องจากอินเดียมีอัตราการใช้รถยนต์ต่ำ ซึ่งอาจเป็นเพราะประชากรส่วนใหญ่ยังคงมีฐานะยากจน แต่ในอนาคตก็มีโอกาสที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นตามการขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจจะขยายต่อไป

4.10.4 อุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรและอาหาร อินเดียเป็นประเทศเกษตรกรรม ซึ่งมีการผลิตทางการเกษตรเป็นอันดับต้นๆ ของโลก แต่เนื่องจากยังขาดความรู้และเทคนิคในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและการเก็บรักษา ดังนั้น จึงเป็นช่องทางที่ไทยจะได้เข้าไปประกอบธุรกิจด้านนี้ในการแปรรูป และสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการไทยมีความเชี่ยวชาญด้านการแปรรูป และการเก็บรักษาสินค้าเกษตร นอกจากนี้ อินเดียมีความเชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงสัตว์ อีกทั้งภูมิประเทศมีลักษณะเอื้ออำนวยต่อการทำประมง เพราะมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลยาว ขณะที่ไทยเชี่ยวชาญด้านการผลิตอาหารสัตว์ และมีศักยภาพในการทำประมงน้ำลึก จึงน่าจะเป็นโอกาสที่จะสามารถสร้างความร่วมมือในการลงทุนร่วมกันได้

4.10.5 อุตสาหกรรมการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากอินเดียยังมีพื้นที่ที่ขาดการพัฒนาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในแถบพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขณะที่ไทยเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการก่อสร้างมีแรงงานที่มีฝีมือ และมีเทคโนโลยีในการก่อสร้างเป็นที่ยอมรับในระดับโลก จึงเป็นอุตสาหกรรมที่เปิดกว้างให้กับผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าไปขยายการลงทุนด้านนี้ในอินเดีย

4.10.6 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การบริหารและการจัดการโรงแรม อินเดียมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งสาธารณูปโภคต่างๆ เส้นทางคมนาคม และการปรับปรุงสู่ลักษณะที่ดีมากขึ้น ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวชาวไทยก็เริ่มนิยมไปเที่ยวอินเดียมากขึ้น จึงเป็นอีกช่องทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของไทยไม่ควรมองข้าม

4.11 ลู่ทางการลงทุนในภาคอีสานของอินเดีย

“ภาคอีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือของอินเดีย (North Eastern Region)” ประกอบด้วยรัฐต่างๆ รวม 8 รัฐ (จากทั้งประเทศ 28 รัฐ) ได้แก่ อรุณาจัลประเทศ อัซสัม มณีปุระ เมฆาลัย มิโซรัม นาคาแลนด์ สิกขิม และตรีปุระ มีพื้นที่รวม 262,000 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณร้อยละ 8 ของพื้นที่ทั้งประเทศ และมีประชากรรวมกันกว่า 40 ล้านคน หรือเกือบร้อยละ 4 ของประชากรทั้งประเทศ ในช่วงที่ผ่านมา ได้มีการก่อเหตุความไม่สงบโดยชนกลุ่มน้อยหลายกลุ่มในบริเวณนี้อยู่เนืองๆ ทำให้ไม่สามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์มาใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ รัฐบาลอินเดียได้พยายามแก้ไข

ปัญหาด้วยการเจรจาสันติภาพกับชนกลุ่มน้อยในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทำให้เหตุรุนแรงบรรเทาลง พร้อมกันนี้รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ดังกล่าวมากขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาคาใจความยากจนและยังเป็นส่วนหนึ่งตามนโยบาย “มองตะวันออก (Look East)” โดยได้จัดตั้งกระทรวงการพัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Ministry of Development of North Eastern Region) ขึ้นเมื่อปี 2001 เพื่อดูแลการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่บริเวณนี้โดยเฉพาะ และได้ชักจูงให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนด้วยการให้สิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนอย่างเต็มที่

4.11.1 ปัจจัยเกื้อหนุนด้านการลงทุน

- ทำเลที่ตั้งเหมาะสม พื้นที่ภาคอีสานของอินเดียมีพรมแดนเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ โดยพื้นที่ตอนเหนือติดกับจีนและภูฏาน พื้นที่ทางตะวันตกติดกับบังกลาเทศ พื้นที่ทางตะวันออก ติดกับพม่า นอกจากนี้ ยังใกล้กับ Kolkata Port ในรัฐเบงกอลตะวันตก ซึ่งเป็นศูนย์กลางการขนส่งที่สำคัญของอินเดีย จึงเอื้อต่อการกระจายสินค้าต่อไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่อยู่โดยรอบเหล่านี้

- ทรัพยากรธรณีสัณฐาน นานาชนิด พื้นที่ภาคอีสานของอินเดียมีแม่น้ำพรมบุตรซึ่งเป็นแม่น้ำสายที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไหลผ่าน ทำให้พื้นที่ดังกล่าวมีความอุดมสมบูรณ์ โดยมีป่าไม้มากถึง 26% ของพื้นที่ป่าไม้ ในอินเดีย และยังสามารถเพาะปลูกพืชผลได้นานาชนิด นอกจากนี้ ยังมีทรัพยากรแร่ธาตุ โดยเฉพาะถ่านหิน หินปูน น้ำมันและก๊าซธรรมชาติอีกด้วยสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน เมื่อเดือนมีนาคม 2007 รัฐบาลอินเดียได้ประกาศแผนส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคอีสานของอินเดียฉบับใหม่ ซึ่งมีการให้สิทธิประโยชน์ที่น่าสนใจแก่นักลงทุนมากมายในทุกด้าน เช่น ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลและภาษีสรรพสามิต อุดหนุนเงินลงทุนร้อยละ 30 ของมูลค่าการลงทุนในโรงงานและเครื่องจักร อุดหนุนดอกเบี้ยเงินกู้ 3% สำหรับเงินกู้ส่วนที่เป็นทุนหมุนเวียน อุดหนุนค่าขนส่งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป 90% ของต้นทุนการขนส่งระหว่างสถานประกอบการและท่าเรือ/สถานีรถไฟ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังให้สิทธิประโยชน์บางประการแก่ธุรกิจบริการบางประเภท เช่น โรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพ ธุรกิจพลังงาน เป็นต้น ทั้งนี้ แผนส่งเสริมการลงทุนฉบับนี้ จะมีผลบังคับใช้เป็นระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2007/08 (เริ่มต้นวันที่ 1 เมษายน 2550) เป็นต้นไป

4.11.2 ธุรกิจไทยที่มีศักยภาพ

- การก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน รัฐบาลอินเดียอยู่ระหว่างการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานในภาคอีสานให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นถนน ท่าเรือ เขื่อน ฯลฯ โดยได้จัดสรรงบประมาณกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อใช้ในการดำเนินการดังกล่าว

- เกษตรแปรรูป ประชากรในภาคอีสานกว่า 60% มีรายได้มาจากภาคเกษตรกรรม โดยมีการทำปศุสัตว์ ประมง และเพาะปลูกพืชหลายชนิด อาทิ ข้าว ชา ไม้ไผ่ ยางพารา อ้อย ปอกระเจา ผลไม้เมืองร้อน และไม้ดอก ฯลฯ จึงเหมาะต่อการเป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับธุรกิจเกษตรแปรรูปที่ผู้ประกอบการไทยมีความชำนาญ

- ธุรกิจพลังงาน พื้นที่ภาคอีสานเป็นแหล่งน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่สำคัญของอินเดีย โดยเฉพาะในรัฐอัสสัมที่มีปริมาณน้ำมันและก๊าซธรรมชาติสำรองกว่า 1.3 พันล้านตัน และ 156 พันล้านลูกบาศก์เมตร ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังอุดมด้วยถ่านหิน รวมทั้งมีศักยภาพในการเป็นแหล่งผลิตกระแสไฟฟ้าพลังงานน้ำอีกด้วย



5. ข้อมูลที่น่าสนใจในการดำเนินธุรกิจในอินเดีย

5.1 การจัดตั้งสำนักงานตัวแทน

บริษัทต่างชาติสามารถตั้งสำนักงานตัวแทน (Liaison Office/ Representative Office) ในอินเดียได้ โดยจะต้องจดทะเบียนต่อสำนักงาน Registrar of Companies (ROC) ภายใน 30 วันนับจากวันที่เริ่มดำเนินการในอินเดีย บทบาทหน้าที่ของสำนักงานตัวแทนจำกัดเฉพาะด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่งเสริมการส่งออก/นำเข้า และอำนวยความสะดวกด้านเทคนิค/การเงิน แต่ห้ามทำการค้าทั้งโดยตรงและโดยอ้อม สำนักงานดังกล่าวไม่ต้องเสียภาษีเงินได้และไม่ต้องส่งงบบัญชี

5.2 การจดสิทธิบัตร

ผู้ประกอบการควรจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตรต่อสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาในท้องถิ่น โดยสามารถดูรายละเอียดได้จาก <http://ipindia.nic.in/> การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากการละเมิดสิทธิเกิดขึ้นได้ง่าย แม้แต่จะเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจกันก็ตาม

5.3 แนวทางการจัดตั้งร้านอาหารและภัตตาคารไทยในอินเดีย

ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยเปิดบริการในอินเดียกว่า 60 ร้าน นับว่ายังน้อยกว่าศักยภาพที่แท้จริง เนื่องด้วยร้านอาหารไทยเป็นที่นิยมสูง ขณะที่กฎระเบียบค่อนข้างมาก เป็นผลให้ร้านอาหารไทยส่วนใหญ่มีเจ้าของเป็นชาวอินเดีย และพ่อครัวก็เป็นชาวอินเดียด้วย อีกทั้งต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบอยู่ในเกณฑ์ที่สูง เช่น น้ำปลา มีราคาจำหน่ายอยู่ที่ 130 รูปีต่อขวด (ประมาณ 90 บาท) เนื่องจากภาษีนำเข้าสูง

ผู้ประกอบการที่สนใจเปิดร้านอาหารในอินเดียควรมีผู้ร่วมทุนเป็นชาวอินเดียเพื่อให้สามารถเข้าใจกฎระเบียบข้อบังคับของอินเดียที่ซับซ้อนได้ดียิ่งขึ้น สำหรับทำเลที่ตั้งควรอยู่ในบริเวณที่มีชาวต่างชาติและ ผู้มีรายได้สูงอยู่กันเป็นจำนวนมาก เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อระดับกลาง-สูงเป็นการเฉพาะสำหรับการลดต้นทุนการดำเนินการ ผู้ประกอบการควรติดต่อกับผู้นำเข้าวัตถุดิบจากไทยโดยตรง

ผู้ประกอบการที่ประสงค์จะมีพ่อครัว/แม่ครัวเพียง 1 คน ควรใช้เครื่องปรุงสำเร็จรูป ซึ่งเพียงเติมน้ำร้อนและเนื้อสัตว์ก็รับประทานได้เลย เพื่อประหยัดเวลาและผ่อนแรงพ่อครัว/แม่ครัว อีกทั้งยังช่วยให้ได้รสชาติดั้งเดิม แม้จะใช้ลูกมือชาวอินเดียช่วยก็ตาม การฝึกลูกมือท้องถิ่นให้ทำอาหารไทยทำได้ยาก เนื่องจากวิธีการปรุงอาหารอินเดียและอาหารไทยแตกต่างกันมาก นอกจากนั้น ควรตระหนักว่าชาวอินเดียมากกว่าร้อยละ 60 เป็นมังสวิรัตที่เข้มงวด จึงควรมีการแยกอุปกรณ์การทำอาหารมังสวิรัตเป็นการเฉพาะเพื่อความสบายใจของผู้บริโภค

การส่งเสริมการขายควรมีการลงโฆษณาในสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้มีรายได้สูงและชาวต่างชาติ เช่น ลงโฆษณา ในหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษหรือหนังสือท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีการบริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่และบริการส่งข้าวกล่องตามบริษัทต่างๆ โดยเฉพาะบริษัท Software และ IT ที่พนักงานมีกำลังซื้อสูง

การจัดตั้งร้านอาหารไทย ในอินเดียมีขั้นตอนและจะต้องติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- กฎระเบียบสุขอนามัย โดยทั่วไป ฝ่ายสุขอนามัย (Department of Health) ของเทศบาลแต่ละเมืองเป็นผู้กำหนดระเบียบและควบคุมเกี่ยวกับสุขอนามัยของร้านอาหาร ซึ่งอาจแตกต่างกันในรายละเอียดของแต่ละเทศบาล และมีการจัดส่งเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานสาธารณสุขสุ่มตรวจเป็นประจำ ร้านอาหารจะต้องมีใบอนุญาตสาธารณสุข (Health License) และใบอนุญาตประกอบการค้า (Trade License) ที่ออกโดยกรมสุขภาพอนามัย (Health Department) สองแห่งคือ 1) NDMC: Medical Officer of Health, NDMC, Palika Kendra, New Delhi 2) MCD: Deputy Health Officer (Zone) Trade License, New Delhi เทศบาลแต่ละแห่งกำหนดค่าธรรมเนียมขอใบอนุญาตจัดตั้งร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกัน ทั้งนี้ เทศบาลนิวเดลี เก็บค่าธรรมเนียม ประมาณ 2,500 รูปีต่อปี

- พระราชบัญญัติป้องกันการปลอมปนอาหารปี ค.ศ. 1954 ภายใต้พระราชบัญญัติ PFA กฎ PFA มาตราที่ 17 (2) แห่งพระราชบัญญัติ PFA ปี ค.ศ. 1954 และกฎที่ 12 (b) แห่งข้อกำหนด PFA ปี ค.ศ. 1955 ว่าด้วยร้านอาหารบริษัทหรือห้างร้านที่ประกอบการร้านอาหารต้องเสนอชื่อผู้อำนวยการหรือผู้จัดการหนึ่งคนเป็นผู้รับผิดชอบการประกอบการยื่นใบคำร้องที่ Director, PFA, A-20, Lawrence Road, Industrial Area, New Delhi

- การขึ้นทะเบียนเปิดร้านอาหาร (Eating House) ออกใบอนุญาต โดยกรมตำรวจ ร้านอาหารต้องขึ้นทะเบียนเปิดร้านอาหาร (Eating House)



กับกรมตำรวจ การออกใบอนุญาตหลังจากได้รับใบอนุญาตสาธารณสุขแล้ว ยื่นใบคำร้องที่ Deputy Commissioner of Police (Licensing) Police HQ, IP Estate, New Delhi และต้องแจ้ง ฝ่ายตำรวจจราจร (Traffic Department) ของตำรวจ ทำหน้าที่มาตรวจสอบสภาพการจราจรของอาคารบริเวณที่ตั้งร้าน โดยไม่ต้องจ่ายค่าธรรมเนียม

- การอนุมัติของกรมการท่องเที่ยวหรือการอนุมัติเข้าให้เปิดร้านอาหาร ร้านอาหารอาจยื่นใบคำร้องต่อกรมการท่องเที่ยว (Department of Tourism : DOT) ของรัฐบาลกลาง เพื่อขอให้รับรองและอนุมัติการประกอบการ กรมการท่องเที่ยวจะให้การอนุมัติภายหลังการตรวจสอบร้านอาหารอย่างเป็นทางการและการรับประกันมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ตามกฎหมายฯ แล้วเท่านั้น ข้อบังคับกำหนดให้ต้องมีห้องน้ำแยกระหว่างชายหญิง และต้องขอ อนุมัติจากกรมการท่องเที่ยว (Department of Tourism : DOT) ทุกสามปี ยื่นคำร้องได้ที่ Regional Director, Department of Tourism, 88 Janpath, New Delhi

- ใบอนุญาตขายสุรา Liquor License (L4) ใบอนุญาตขายสุรา อนุญาตให้ร้านอาหารอิสระที่อนุมัติโดยกรมการท่องเที่ยวขายสุราได้ตามกฎที่ 11 ของข้อกำหนดว่าด้วยการอนุญาตและการขายของมีนเมาในกรุงเดลีปี ค.ศ. 1976 ร้านอาหารต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มเติมก่อนดำเนินการ เพื่อป้องกันการฉ้อฉล ฝ่ายสรรพสามิต (Department of Excise) เป็นผู้ออกใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ อัตราค่าใบอนุญาต 450,000 รูปีต่อปี ยื่นใบคำร้องได้ที่ Commission of Excise, Block-L, Vikas Bhawan, IP Estate, New Delhi

- เมื่อได้รับใบอนุญาตข้างต้นแล้วให้ยื่นใบสมัครประกอบการกับ (Delhi Pollution Control Committee : DPCC) กฎที่กำหนดโดยรัฐบาลท้องถิ่นภายใต้พระราชบัญญัติข้างต้นต้องปฏิบัติตามโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ มลภาวะทางอากาศและน้ำ และมลภาวะทางเสียงอันเนื่องมาจากการติดตั้ง เครื่องกำเนิดกระแสไฟฟ้า ร้านอาหารต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพิ่มเติม ก่อนดำเนินการเพื่อป้องกันการฉ้อฉล สามารถยื่นใบสมัครได้ที่ Senior Environmental Engineer, Delhi Pollution Control Committee (DPCC), ISBT Building, Kashmere Gate, Delhi

- ใบอนุญาตประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับดนตรี (Music License) การแสดงกิจกรรมเกี่ยวกับดนตรี ทุกชนิดในร้านอาหารถือว่าการแสดง สาธารณะที่ใช้ประโยชน์จากลิขสิทธิ์ของผู้อื่น ดังนั้น ก่อนมีการแสดงในที่ สาธารณะ ผู้เล่นดนตรีที่บันทึกไว้ก่อนในรูปของเทปบันทึกเสียง ตลับดนตรี หรือซีดี ในร้านอาหารต้องได้รับอนุญาตก่อน จากสมาคมลิขสิทธิ์ด้าน

‘ร้านอาหารอาจยื่นใบ คำร้องต่อกรมการท่องเที่ยว (Department of Tourism : DOT) ของรัฐบาลกลาง เพื่อ ขอให้รับรองและอนุมัติการ ประกอบการกรมการท่องเที่ยว จะให้การอนุมัติภายหลังการ ตรวจสอบร้านอาหารอย่าง เป็นทางการและการรับประกัน มาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ตาม กฎหมายฯ แล้วเท่านั้น’

การบันทึกเสียง คือ บริษัทจำกัดว่าด้วยการประกอบกิจกรรมด้านเสียงและภาพ สามารถยื่นคำร้องได้ที่ Phonographic Performance Ltd., C-47 Nizamuddin East, New Dehli 110013

- **สมาคมสิทธิการแสดงแห่งอินเดีย (Indian Performing Rights Society - IPPS)**

สมาคมนี้ตั้งขึ้นโดยนักเขียน นักร้องและนักแต่งเพลง ร้านอาหารต้องจ่ายเงินตามอัตราเครื่องตีมีราคาต่ำสุดที่บริการในร้านอาหาร คือ 10 รูปี (ประมาณ 7.1 บาท) คุณ 365 วัน ยื่นใบคำร้องได้ที่ The Licensing Executive, B-317 Somdutt Chambers - I, 5 Bhikaji Cama Place, New Delhi 110066 Email: iprsdelhi@snl.net

- **การติดตั้งระบบกระแสไฟฟ้าและน้ำ (To Get Electrical/ Water Connection)**

การขอใช้กระแสไฟฟ้าและน้ำต้องยื่นล่วงหน้า เพราะการใช้กระแสไฟฟ้าและน้ำต้องได้รับการอนุมัติก่อนวันเวลาเปิดดำเนินการของร้านอาหาร ระเบียบการทั้งหมดสอบถามได้จากกรมการพาณิชย์ (Commercial Department) สามารถยื่นใบคำร้องได้ที่ Commercial Engineer (Electrical), NDME, Palika Kendra Parliament Street, New Delhi ภายใต้ NDMC Zone และที่ XEN (D), Delhi Vidyut Board (of the areas), New Delhi ภายใต้ NCD Zone

- **การขออนุญาตติดตั้งเครื่องกำเนิดกระแสไฟฟ้าก่อนการติดตั้งและการดำเนินการ (Generator Set Permission before Installation and Operation)**

เพื่อจัดเตรียมแหล่งกระแสไฟฟ้าสำรองในร้านอาหาร การติดตั้งเครื่องกำเนิดไฟฟ้า (DG Set) เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ การยื่นใบคำร้องขออนุญาตติดตั้งและดำเนินการติดตั้งเครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรองกระแสไฟฟ้า จำกัดจำนวนวัตต์ที่ร้อยละ 20 ของการใช้กระแสไฟฟ้าที่ได้ประกาศอนุมัติแล้ว สามารถยื่นใบคำร้องได้ที่ Commercial Engineer (Electrical), NDMC Palika Kendra, Parliament Street, New Delhi ภายใต้ NDMC Zone และที่ Commercial Officer-I, Sub-Station Building, IP Estate, New Delhi ภายใต้ NCD Zone

- **น้ำหนักขนาดและสัดส่วนต้องได้รับการประทับตรารับรองจากกรมน้ำหนักและขนาด (The weights, Measures and scale to be stamped from weight & Measurements Department)**

ข้อบังคับร้านอาหารเกี่ยวกับการรับรองน้ำหนัก หรือขนาดจะ ไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบแห่งรัฐบาลท้องถิ่น

กฎเหล่านี้ต้องเขียนบนฉลากที่ติดไว้บนหีบห่อบรรจุอาหาร
อย่างไรก็ตาม หีบห่ออาหารที่ร้านอาหารทำขึ้น เพื่อบริการส่งไปให้ลูกค้าได้รับ
การยกเว้นจากข้อบังคับว่าด้วยการประทับตรารับรองสินค้าที่กล่าวมาข้างต้น
สามารถยื่นใบคำร้องได้ที่ Director, Legal Metrology, Government
of India, Department of Consumer Affairs, Weights & Measures
Department, Krish Bawan, New Delhi

- **ใบอนุญาตการใช้ลิฟต์ (Lift License)**

ยื่นใบคำร้องได้ที่ Electrical Inspector, Office of Commission
of Labour, 5 Shamnath Marg, New Delhi

- **กรมการดับเพลิง (Fire Department)**

ต้องได้รับใบอนุญาต No Objection Certificate : NOC จากกรม
การดับเพลิงเพื่อวางมาตรการความปลอดภัยจากการอาจเกิดเพลิงไหม้ใน
ร้านอาหาร ต้องมีทุกจุดที่อาจเกิดเพลิงไหม้ได้ ยื่นใบคำร้องได้ที่ Chief Fire
Officer, Connaught Place, New Delhi

- **พระราชบัญญัติการโฆษณาว่าด้วยป้ายเพิ่มเติม (Advertisements
Act for Additional Signboards)**

1. การค้าประกันความซื่อสัตย์ ในกรณีที่มีแคชเชียร์หรือบุคคลที่
ถือเงินสด

2. ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ

3. ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์

4. กรณธรรม์ประกันภัยเพื่อคณะทำงาน ในกรณีมีพนักงานส่งสินค้า

5. กรณธรรม์ประกันภัยในการขาดทุนและกำไร

6. การประกันภัยยานพาหนะ

- **วีซ่าอนุญาตให้ทำงาน (Employment Visa)**

บุคคลที่มีคุณสมบัติและความชำนาญ หรือเป็นอาชีพที่ได้รับการ
จ้างหรือแต่งตั้งจากบริษัท องค์กรทางเศรษฐกิจ เช่น ผู้ชำนาญการช่าง
ผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น ได้รับอนุญาตให้ถือวีซ่าชนิดนี้โดยยื่นหลักฐานเกี่ยวกับ
สัญญาจ้างชาวต่างชาติ ที่ได้รับจากบริษัทหรือองค์กรที่จ้างพร้อมกับการยื่น
ใบสมัคร

• **เอกสารที่ต้องการ (Document needed) ในการขอวีซ่า
อนุญาตให้ทำงาน มีดังนี้**

- **เอกสารต้นฉบับ** ได้แก่ หนังสือเดินทาง ใบอนุญาตที่พักอาศัย
(Person of Indian Origin) PIO Card เอกสารการเดินทาง

- **เอกสารสำเนา** ได้แก่ หน้าแรกของหนังสือเดินทางและหน้าที่
ประทับวีซ่า หนังสือเดินทางที่ระบุการอนุญาตที่พักอาศัยขยายเวลาครั้งสุดท้าย
และเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องกับการขอวีซ่าเฉพาะด้านคือ

- * หนังสือรับรองหรือบัตรประจำตัวของวีชานักเรียน
- * จดหมายบริษัท ระยะเวลาและเงื่อนไขเพื่อทำวีชานักธุรกิจหรือวีชาอนุญาตให้ทำงาน

- * หนังสือสมรสในกรณีต้องการขยายวีชาตามเงื่อนไขของการสมรสที่ออกให้กับคนอื่นได้

- * สำหรับวีชานักวิจัย ต้องได้รับการอนุมัติโครงการจาก Nodal Ministry

- ค่าธรรมเนียมในการต่อวีชาและระยะเวลาที่อนุญาต (Visa Fees and Processing Time)

- ระยะเวลาวีชาไม่เกิน 180 วัน ค่าธรรมเนียม 30 เหรียญสหรัฐฯ
- ระยะเวลาที่ขยายวีชาเกิน 180 วัน ค่าธรรมเนียม 50 เหรียญสหรัฐฯ

สถานที่ติดต่อสอบถาม

สมาคมร้านอาหารแห่งชาติอินเดีย

Room No.228, PHD House Phase-II

4/2, Sri Institutional Area, August Kranti Marg

New Delhi-110016

Telephone/Fax: 51000967, 26536053

Email : nrain@vsnl.com Website: www. nral .com

- ระเบียบการขอใบอนุญาตเปิดร้านอาหารและภัตตาคารไทย

- ผู้ประกอบการต่างชาติต้องลงทุนร่วมกับคนสัญชาติอินเดีย ในอัตราส่วนร้อยละ 49 ต่อ 51หรือลงทุนลำพังเพียงผู้เดียว โดยอนุญาตนำเงินผ่านธนาคารกลางแห่งประเทศไทย

- ยื่นขอใบอนุญาตเปิดร้านอาหารโดยนำเอกสารการจดทะเบียนตั้งเป็นนิติบุคคล

- การติดต่อหน่วยงานภาครัฐในการจัดตั้งร้านอาหารไทย
กรณินิวเดลี ประเทศไทย

การจัดตั้งร้านอาหารในกรณินิวเดลี ต้องติดต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องดังแผนภาพต่อไปนี้





• ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการร้านอาหาร ข้อมูลเฉพาะในกรุงนิวเดลี มีดังนี้

- เงินลงทุนขั้นต่ำหรืองบประมาณในการลงทุนต่อตารางเมตร ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งในแต่ละพื้นที่ด้วยประมาณ 40,000 - 50,000 รูปี มีลักษณะเช่าระยะสั้นหรือระยะยาวขึ้นกับสัญญาที่จะตกลง

- ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายการขอใบอนุญาตต่างๆ และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

- ค่าค่าขอใบอนุญาตตั้งร้าน 2,500 รูปี/ ปี
- ค่าค่าขอจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 450,000 รูปี/ ปี
- เครื่องหมายการค้า 400 - 500 เหรียญสหรัฐ/ปี
- ค่าเช่าร้าน หรือพื้นที่ขึ้นอยู่กับแต่ละพื้นที่และการเจรจา

- เงินลงทุนโดยประมาณ
 - 1) ภัตตาคารระดับดี มากกว่า 50 ล้านบาท
 - 2) ร้านอาหารระดับกลาง 10-50 ล้านบาท
 - 3) ร้านอาหารระดับเล็ก หลักแสนถึง 5 ล้านบาท
- รูปแบบร้านอาหารในแต่ละเมือง (เฉพาะกรุงนิวเดลี) ลักษณะเต็มรูปแบบ ขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 70 ตารางเมตร รูปแบบขนาดกลาง ขนาดพื้นที่ไม่เกิน 70 ตารางเมตร
- ค่าภาษี ขึ้นอยู่กับผลประกอบการ โดยอัตราภาษีจำแนกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 1) ภาษีอาหารร้อยละ 12.5
- 2) ภาษีเครื่องดื่มร้อยละ 12.5
- 3) ภาษีสุราร้อยละ 20

• การลงทุนเปิดร้านอาหารไทย

สัดส่วนการลงทุนชาวต่างชาติร้อยละ 49 : คนอินเดียร้อยละ 51 หรือว่าจะลงทุนโดยลำพัง ซึ่งจะต้องนำเงินผ่านธนาคารกลางแห่งประเทศไทยและธนาคารแห่งประเทศไทย

• หลักการนำเข้าพ่อครัว/แม่ครัว/การขอใบอนุญาตการทำงาน (Work Permit)

- ยื่นขอวีซ่าการทำงาน (Employment Visa) จากสถานเอกอัครราชทูตอินเดียประจำประเทศไทย
- ยื่นขอหนังสือรับรองจากสถานเอกอัครราชทูตไทยในอินเดียว่ามีภัตตาคารหรือร้านอาหารจริง พร้อมแนบสำเนาสัญญาจ้างงานของพ่อครัวหรือแม่ครัว และหลักฐานการจัดตั้งร้านอาหาร
- ยื่นขอหนังสือรับรองจากกรมแรงงานของไทย เพื่อขออนุญาตให้เดินทางไปทำงานต่างประเทศ
- เมื่อเดินทางถึงอินเดีย ให้นำหลักฐานทั้งหมดไปขอวีซ่า จากฝ่ายดูแลชาวต่างชาติ (Immigration Department) ซึ่งจะออกให้พ่อครัว/แม่ครัวนั้นอยู่และทำงานในอินเดียตามอายุของสัญญาจ้างงาน

• หลักฐาน/คุณสมบัติพ่อครัว แม่ครัว / ค่าแรงและสวัสดิการ

- คุณสมบัติพ่อครัว ไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอน
- การทำสัญญาควรให้สถานเอกอัครราชทูตหรือสถานกงสุลพิจารณา ก่อนเพื่อความถูกต้องและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย
- ค่าแรงงานแล้วแต่จะตกลงกัน ภัตตาคารที่ตั้งอยู่ในโรงแรมระดับ 5 ดาว จ้างในอัตราประมาณ 1,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อเดือนขึ้นไป แต่ถ้าเป็นร้านอาหารขนาดกลางที่ตั้งอยู่นอกโรงแรมห้าดาว อัตราค่าแรงงานประมาณ 20,000 - 30,000 รูปีต่อเดือน

- สวัสดิการ แล้วแต่จะตกลงกันในสัญญาจ้าง โดยทั่วไปผู้ว่าจ้างจะจัดที่พักให้ มีรถรับส่งระหว่างร้านอาหารและที่พัก ทั้งนี้ อาจให้ตัวเครื่องบินไป-กลับ สำหรับกลับมาเยี่ยมบ้านปีละ 1 ครั้ง

5.4 ข้อมูลและภาพตลาดการค้า (ห้างสรรพสินค้า แหล่งค้าขาย ทั้งปลีกและส่ง สภาพความเป็นอยู่ของคนเมือง/ชนบท)



Express Avenue เป็นห้างหรูใหม่ล่าสุดของเมืองเจนไน เป็นห้างระดับ hi-end เปิดใหม่เมื่อต้นปี 2011 ภายในแบ่งเป็นโซนต่างๆ เช่น โซน Lifestyle โซนเฟอร์นิเจอร์ และโซนซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น นอกจากนั้น ยังมีซินีเพล็กซ์และศูนย์อาหารอยู่ภายใน



ส.เป็นเซอร์พลาซ่า เป็นห้างสรรพสินค้าแห่งแรกในเอเชียใต้ก่อตั้งโดยชาวอังกฤษโดยนาย Charles Durant และนาย J. W. Spencer ในปี 1863 เป็นห้างเก่าแก่และเป็นที่ยอดนิยมที่สุดในเมืองเจนไน อาคารหลังเดิมถูกไฟไหม้

ในปี 1985 และได้สร้างอาคารหลังใหม่บนพื้นที่เดิม สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าสำหรับคนชั้นกลาง สินค้าทุกชนิดจำหน่าย ลักษณะการดำเนินการเป็นแบบแบ่งเป็น Unit ให้เช่า แต่ส่วนใหญ่ปัจจุบันขายพื้นที่ให้กับธุรกิจรายย่อยหมดแล้ว



ย่าน T-Nagar เป็นย่านค้าปลีกและค้าส่งเก่าแก่ของเมืองเจนไน มีสินค้าทุกชนิด รวมไปถึงผักผลไม้จำหน่ายทั้งปลีกและส่ง



สภาพความเป็นอยู่ของคนเมือง

เจนไนเป็นเมืองที่เศรษฐกิจดีติดอันดับ Top 10 ของอินเดีย และวารสาร Forbes magazine ได้จัดอันดับให้เจนไนเป็นเมืองที่เติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่งของโลก และมีเศรษฐกิจที่หลากหลายในธุรกิจหลายสาขา แรงงานส่วนใหญ่กระจายกันทำงานในภาคอุตสาหกรรม IT, ITES และ ธุรกิจบริการ เช่น บริษัท Software, BPOs, Call center, โรงงานรถยนต์ โรงงานผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โรงงานผลิตยางรถยนต์ รวมไปถึง

สถาบันการเงิน การธนาคาร และการรักษาพยาบาล ก่อให้เกิดการกระจาย รายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจัดได้ว่าคนในเมืองเจนไนมีกำลังซื้อในเกณฑ์ ที่ค่อนข้างดีของอินเดีย

สภาพความเป็นอยู่ของคนชนบท

ทมิฬนาฑูเป็นอยู่ข้าวอู่น้ำของอินเดีย มีพื้นที่ปลูกข้าวถึง 90 ล้านไร่ (ปลูกข้าวเป็นอันดับ 5 ของอินเดีย) และยังเป็นแหล่งเพาะปลูกมะม่วง มันสำปะหลัง มะพร้าวและกล้วยที่สำคัญของอินเดียอีกด้วย ประกอบกับ เมืองเจนไนและหัวเมืองหลักของอินเดียมีการเติบโตด้านอุตสาหกรรม และ IT จึงส่งผลดีรายได้เกษตรกรมีเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ โดยในปี 2010 ยอดขาย เครื่องปรับอากาศและจักรยานยนต์ในเขตชนบทเพิ่มขึ้น 100% และ 50% ตามลำดับ

5.5 เทียบวินระหว่างไทย - อินเดีย

5.5.1 สายการบินไทย มีเที่ยวบินไปกลับระหว่างกรุงเทพฯ ไปยังเมืองต่างๆ ของอินเดีย ดังนี้

1. กรุงเทพฯ - มุมไบ สัปดาห์ละ 11 เที่ยวบิน
2. กรุงเทพฯ - กรุงนิวเดลี สัปดาห์ละ 14 เที่ยวบิน
3. กรุงเทพฯ - เจนไน สัปดาห์ละ 7 เที่ยวบิน
4. กรุงเทพฯ - บังกาลอร์ สัปดาห์ละ 7 เที่ยวบิน
5. กรุงเทพฯ - กัลกัตตา สัปดาห์ละ 7 เที่ยวบิน
6. กรุงเทพฯ - ไฮเดอราบัด สัปดาห์ละ 4 เที่ยวบิน (จันทร์ พุธ ศุกร์ เสาร์)

5.5.2 บางกอกแอร์เวย์ มีเที่ยวบินไปกลับระหว่างกรุงเทพฯ-มุมไบ สัปดาห์ละ 6 เที่ยวบิน

5.5.3 สายการบินของอินเดีย อาทิ Indian Air / Jet Airways / Kingfisher มีเที่ยวบินไปกลับระหว่างกรุงเทพฯ-มุมไบ ทุกวัน

5.6 เว็บไซต์สำคัญ

เว็บไซต์	รายละเอียดเว็บไซต์
1. http://www.rbi.org.in	1. ธนาคารกลางอินเดีย
2. http://www.cbec.gov.in/customs/cst-0910/cst-main.htm	2. ภาษีศุลกากร
3. http://finance.indiamart.com/taxation/value_added_tax.html	3. คู่มือการลงทุนในอินเดีย
4. http://www.dvat.gov.in/dvatonline/	4. กรมการค้าและภาษีรัฐบาล NCT ของนิวเดลี
5. http://india.gov.in/citizen/salestax.php	5. The National Portal of India
6. http://ipindia.nic.in/	6. การจดสิทธิบัตรในอินเดีย
7. http://www.dft.go.th/	7. สินค้าที่ได้รับประโยชน์จาก FTA ไทย - อินเดีย และอาเซียน - อินเดีย
8. http://www.indiantraveldestinations.com/states-of-india/	8. การท่องเที่ยวอินเดีย

เว็บไซต์	รายละเอียดเว็บไซต์
9. http://commerce.nic.in/eidb/default.asp	9. กระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมอินเดีย
10. http://www.dgft.gov.in/	10. กรมการค้าต่างประเทศอินเดีย
11. http://shipping.nic.in/	11. กระทรวงการขนส่งทางเรือ
12. http://agricoop.nic.in/	12. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์อินเดีย
13. http://finmin.nic.in/	13. กระทรวงการคลัง
14. http://morth.nic.in/	14. Ministry of Road Transport & Highways
15. http://fcamin.nic.in/	15. กระทรวงผู้บริโภค-อาหารและการขนส่ง ภาครัฐ
16. http://www.spaandwellnessassociation.com	16. สมาคมธุรกิจสปาในอินเดีย
17. http://www.idd.kar.nic.in	17. รายละเอียดการประมูลงานของรัฐบาลอินเดีย
18. http://www.nral.com	18. สมาคมร้านอาหารแห่งชาติอินเดีย
19. http://www.paycheck.in/main/officialminimumwages	19. รายละเอียดอัตราค่าแรงของแต่ละรัฐ

6. คำถามที่พบบ่อยๆ

6.1 อัตราภาษี

6.1.1 การจัดเก็บภาษี

- อินเดียปฏิบัติการเก็บภาษีกับไทย เช่นเดียวกับประเทศอื่น รวมทั้งเก็บภาษีสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ (State tax, Local tax, and Sales tax) เช่นเดียวกับสินค้านำเข้า

1. Basic Custom Duty 5 - 35%

2. Education cess 2% (คำนวณจาก Basic Custom Duty เพื่ออุดหนุนการศึกษา)

3. Countervailing Duty (CVD) 8 - 16% (คำนวณจาก Basic Custom Duty)

4. Octroi (ภาษีผ่านรัฐ) อัตรา 1 - 1.5% จัดเก็บโดยการประเมินจากน้ำหนัก (Weight) หรือมูลค่า (Value) ของสินค้าที่นำเข้าและสินค้าในประเทศที่เท่าเทียมกัน เรียกเก็บทุกครั้งที่สินค้าข้ามพรมแดนแต่ละรัฐ จนกว่าจะถึงจุดหมาย

5. Excise tax (ภาษีสรรพสามิต) สำหรับสินค้าทั่วไปรัฐบาลกลาง เป็นผู้กำหนด ยกเว้นสินค้าแอลกอฮอล์ที่รัฐบาลท้องถิ่นเป็นผู้กำหนด ซึ่งจัดเก็บสินค้าฟุ่มเฟือย (ทั้งนำเข้าและผลิตภายในประเทศ) เช่น เครื่องดื่มนำเข้า ชนิดที่ไม่มีแอลกอฮอล์ จัดเก็บสรรพสามิตในอัตราร้อยละ 30 - 35 ชนิดที่มีแอลกอฮอล์จัดเก็บภาษีสรรพสามิตในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 100 - 150 ขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่มนั้นๆ

6.1.2 พิธีการศุลกากร

การดำเนินการด้านพิธีศุลกากร (Clearance of Goods) ผู้นำเข้าสินค้าจะต้องชำระภาษีศุลกากรภายใน 2 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับ Bill of Entry ยกเว้นวันหยุดราชการโดยการประเมินของเจ้าหน้าที่ หากล่าช้ากว่ากำหนดจะต้องชำระดอกเบี้ยเพิ่มในอัตราร้อยละ 2 ต่อปี

6.1.3 ใบอนุญาตนำเข้า

ระบบการขอใบอนุญาตนำสินค้าเข้าแม้ว่าจะเปิดการค้าเสรี แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดต่อสินค้าบางประเภท เพราะมีการห้ามนำเข้าสินค้าบริโภคทั้งหมดรวมทั้งสินค้าเกษตร ยกเว้นแต่เฉพาะในกรณีที่มีใบอนุญาตนำเข้าพิเศษ ภาพยนตร์ นั้น ผู้นำเข้าจะต้องขอใบรับรองจาก Central Board of Film Certification เพื่อรับรองโดยรัฐบาลว่าภาพยนตร์นั้นผ่านการตรวจสอบจากรัฐบาลหลังจากผู้ผลิตได้เซ็นบันทึกข้อตกลง (MOU) กับอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศแล้วยังต้องขอใบอนุญาตนำเข้าพิเศษสำหรับชิ้นส่วนรถยนต์ โดยจะต้องยื่นแผนการลงทุน กำลังผลิต วัตถุดิบภายในประเทศที่ใช้และมูลค่าของการนำเข้าและส่งออกสินค้าบางประเภทนั้นต้องซื้อขายผ่านบริษัทของรัฐ เช่น สินค้าปิโตรเลียม สินค้าเกษตร เช่น เมล็ดข้าว และ น้ำมันพืช และ ผลิตภัณฑ์ยา

นโยบายการนำเข้าของอินเดียนั้นมีรายการที่ต้องควบคุม (Negative list) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

- (1) ห้ามนำเข้า เช่น ไซมัสต์
- (2) มีข้อจำกัดแต่สามารถนำเข้าได้ถ้ามีใบอนุญาตในสินค้าบริโภค เช่น กล้อง เหล้า พืช ยาฆ่าแมลง เป็นต้น
- (3) นำเข้าได้โดยบริษัทการค้าผูกขาดของรัฐบาล เช่น สินค้าปิโตรเลียม สินค้าเกษตร แต่ต้องได้รับการอนุญาตจากคณะรัฐมนตรีในเรื่องเวลาและจำนวน

6.1.4 การจำกัดปริมาณนำเข้าสินค้า

นโยบายการนำเข้าของอินเดีย นั้น มีรายการที่มีการควบคุม (Negative List) ซึ่งแบ่งเป็น

1. ห้ามนำเข้าอย่างเด็ดขาด
2. นำเข้าได้เมื่อมีใบอนุญาต
3. นำเข้าได้โดยบริษัทการค้าของรัฐบาลเท่านั้นและต้องได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีก่อนประเทศอินเดียได้เริ่มเปิดเสรีการนำเข้าของสินค้าทุน (Capital goods) ที่ใช้แล้วแต่ยังสามารถมีอายุใช้งานอีกอย่างน้อย 5 ปี โดยไม่ต้องขอใบอนุญาต

6.1.5 การควบคุมการจัดซื้อของหน่วยงานรัฐ

การจัดซื้อของหน่วยงานรัฐในอินเดียยังไม่โปร่งใสนัก

และเลือกปฏิบัติต่อผู้ขายต่างชาติวิธีการปฏิบัตินั้นก็ไม่มีมาตรฐาน ผู้ขายท้องถิ่นจะได้เปรียบในสัญญาอีกปัญหาหนึ่งของผู้ผลิตจากต่างประเทศคือการห้ามจัดซื้ออาวุธผ่านผู้ดำเนินการแทน (Agent)

6.1.6 มาตรฐานสินค้า

อินเดียมีหน่วยงานตรวจสอบรับรองมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมและอาหารแปรรูป (Bureau of Indian Standards : BIS) โดยใช้แนวทางตามมาตรฐานสากล เช่น ISO, HACCP ทั้งสินค้าในประเทศ และสินค้านำเข้าในการนำเข้าสินค้า ผู้นำเข้าต้องยื่นขอเครื่องหมายมาตรฐาน (ISI MARK) ต่อหน่วยงานนี้ โดยสินค้าที่ต้องขอยื่นขอเครื่องหมาย มี จำนวน 109 รายการ

ภายใต้กฎหมาย Plant Quarantine Order 2004 ได้ประกาศรายชื่อสินค้า พืช ผัก ผลไม้สด ที่หน่วยงานกักกันโรคพืช (Department of Agriculture & Cooperation, Ministry of Agriculture) ซึ่งมีสาขา 29 แห่งทั่วประเทศ ตรวจสอบปล่อยได้

6.1.7 เครื่องหมายการค้า

ประเทศอินเดียห้ามบริษัทร่วมลงทุนใช้เครื่องหมายการค้าจากต่างประเทศสำหรับสินค้าที่ผลิตเพื่อใช้ในประเทศและการขออนุญาตจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในส่วนใหญ่มักได้รับการอนุมัติด้วยเหตุผลที่ว่าไม่เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศในกรณีที่มีการละเมิดเครื่องหมายการค้า เจ้าของเครื่องหมายการค้าต้องสามารถพิสูจน์ได้ว่าตนเองได้มีการใช้เครื่องหมายการค้ามานานก่อน มิฉะนั้นอาจจะโดนฟ้องกลับให้เพิกถอนการนำเข้าสินค้าทุนที่ใช้แล้วแต่ยังมีอายุการใช้งานเกิน 5 ปี ไม่ต้องขอใบอนุญาตนำเข้า สินค้านำเข้าบางอย่างได้ขายผ่านรัฐวิสาหกิจ เช่น สินค้าปิโตรเลียม สินค้าเกษตร เช่น เมล็ดข้าว น้ำมันพืช และยา ผู้ส่งออกจากต่างประเทศต้องพบกับบัญชีที่ต้องควบคุม (Negative list) ประมาณหนึ่งในสามของรายการภาษีศุลกากร และอัตราภาษีศุลกากรที่สูงส่วนสินค้าเช่น ยาฆ่าแมลง ผลไม้ ผัก อาหารสำเร็จรูป ปุ๋ย สารเคมีนั้น จะต้องมีการนำเข้าในหลายกรณี ในใบอนุญาตนำเข้าถูกใช้เป็นเครื่องมือในการห้ามนำเข้าสินค้า

6.2 รูปแบบการชำระเงินในอินเดีย

รูปแบบการชำระเงินค่าสินค้าที่ปลอดภัยที่สุดในการทำการค้ากับอินเดีย คือ การเปิด L/C ชนิดที่เพิกถอนไม่ได้ (Irrevocable Letter of Credit) ทั้งนี้ รัฐบาลอินเดียไม่อนุญาตให้ผู้นำเข้าชาวอินเดียชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดล่วงหน้า (Cash in Advance) ทั้งนี้ บริษัท “Dun & Bradstreet (D & B)” ซึ่งเป็นองค์กรจำกัดความเสี่ยงชั้นนำของโลกแนะนำว่ารูปแบบการชำระเงินที่เหมาะสมในการทำการค้ากับอินเดีย คือ การเปิด L/C โดยระยะเวลาในการให้ Credit Term แก่ผู้นำเข้าอินเดียที่เหมาะสม คือ 60-90 วัน

6.3 เส้นทางขนส่งสินค้าไทย เข้าไปเมืองสำคัญต่างๆ

6.3.1 เมืองมุมไบ

เมืองมุมไบมีช่องทางนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศที่สำคัญ คือ ทางอากาศ ได้แก่ Air Cargo Complex บริเวณท่าอากาศยาน Chhatrapati Shivaji International Airport และทางน้ำ ได้แก่ ท่าเรือ Mumbai Port และท่าเรือ Jawaharlal Nehru Port โดยสินค้าอุปโภคบริโภคที่นำเข้าจากต่างประเทศส่วนใหญ่จะจำหน่ายในเมืองมุมไบและบางส่วนถูกส่งต่อไปจำหน่ายยังเมืองใหญ่ที่อยู่ใกล้เคียง อาทิ เมืองปูเน่ (ใช้เวลาเดินทางโดยรถยนต์ประมาณ 4 ชั่วโมง) เมืองนาสิก (ใช้เวลาเดินทางโดยรถยนต์ประมาณ 4 ชั่วโมง) เมืองสุราต รัฐคุชราต (ใช้เวลาเดินทางโดยรถยนต์ประมาณ 6 ชั่วโมง) รัฐกัว (ใช้เวลาเดินทางโดยรถยนต์ประมาณ 16 ชั่วโมง) เป็นต้น ทั้งนี้ เมืองมุมไบถือเป็นศูนย์กลางการจำหน่ายสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศโดยผู้ประกอบการในเมืองใหญ่อื่นๆ จะเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าจากผู้นำเข้าผู้แทนจำหน่ายที่เมืองมุมไบ

6.3.2 เมืองเจนไน

- 1) เจนไน-มุมไบ โดยทางหลวงหมายเลข 4 ระยะทาง 1,235 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 20 ชั่วโมง
- 2) เจนไน-โกลกัตตาโดยทางหลวงหมายเลข 5 ระยะทาง 1,662 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 30 ชั่วโมง
- 3) เจนไน-ไฮเดอราบด์ โดยทางหลวงหมายเลข 36 ระยะทาง 626 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 10 ชั่วโมง
- 4) เจนไน-บังกาลอร์ โดยทางหลวงหมายเลข 4 ระยะทาง 350 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 6 ชั่วโมง

ท่าขนถ่าย โกดังสินค้า ส่วนใหญ่อยู่บริเวณท่าเรือเจนไน เนื่องจากท่าเรือเจนไนเป็นท่าเรือใหญ่เป็นอันดับ 2 ของอินเดีย และสามารถกระจายสินค้าไปทั่วประเทศได้รวดเร็วโดยผ่านทางหลวง 4 เหลี่ยมเศรษฐกิจ (Golden Quadrilateral) : ซึ่งเชื่อมหัวเมืองหลัก เจนไน โกลกัตตา นิวเดลี มุมไบ และบังกาลอร์เข้าด้วยกัน



6.4 หน่วยการนับเงินของอินเดีย

หน่วยการนับเงินของอินเดียคือ “รูปี (Rupee)” และในกรณีที่เป็น การนับจำนวนมากๆ เช่น หลักล้าน ชาวอินเดียจะใช้หน่วยนับว่า “ครอร์ (Crore)” หรือหลักพันล้าน จะใช้หน่วยนับว่า “ลากค์ (Lakh)” และมีการใช้ วรรคตอนที่ต่างจากประเทศอื่นๆ ตัวอย่างเช่น

วิธีพูดของคนไทย	วิธีเขียน	วิธีพูดของชาวอินเดีย	วิธีพูดของชาวตะวันตก
1 แสนรูปี	1,00,000	One Lakh	One hundred thousand Rupees
1 ล้านรูปี	10,00,000	Ten Lakhs	One million Rupees
10 ล้านรูปี	1,00,00,000	One Crores	Ten million Rupees
100 ล้านรูปี	10,00,00,000	Ten Crores	One hundred million Rupees
1 พันล้านรูปี	100,00,00,000	One hundred Crores	One billion

6.5 เกร็ดอื่นๆ ที่ผู้ส่งออกควรทราบ

- การทักทาย - กล่าวสวัสดิ์ด้วยคำว่า “นมัสเต” พร้อมทั้งยกมือไหว้ การทักทายแบบนี้ใช้ได้ทั่วไปทางอินเดียตอนเหนือ เช่น รัฐอุตตรประเทศ ราชาสถาน ปันจาบ และพิหาร แต่หากเป็นตอนใต้ไม่นิยมการยกมือไหว้ แต่ใช้ ธรรมเนียมแบบอังกฤษคือการจับมือ (Check hand) และคำทักทายจะต่างกัน ไปตามภาษาแต่ละท้องถิ่นในแต่ละรัฐ เช่น ในรัฐทมิฬนาฑูจะทักทายด้วยคำว่า “วานักกัม” สำหรับในกลุ่มชาวมุสลิมจะทักทายว่า “ซาลาม มุอลายกุม”

- ผู้ชายจะไม่จับมือทักทายกับผู้หญิง เว้นแต่ผู้หญิงจะยื่นมือให้ สัมผัสก่อน แต่ก็จับแค่ครึ่งมือ คือสัมผัสเฉพาะส่วนที่เป็นนิ้วเท่านั้น อังมือจะไม่ สัมผัสกัน

- คนอินเดียไม่นิยมปฏิเสธโดยตรง แต่จะพูดว่า “จะพยายาม” (I will try) ซึ่งหมายถึง “No” ดังนั้น หากเจรจาธุรกิจกับอินเดียแล้วได้ยินคำนี้ แสดงว่า ไม่ตกลงแน่นอน

- การพยักหน้าของไทยใช้ผงกหัว “ด้านหน้า” แต่อินเดียจะผงกหัวไป “ซ้าย-ขวา” (มองดูคล้ายกับการส่ายหน้า ต้องสังเกตให้ดี) แต่มีความหมาย เหมือนกันคือ “Yes”

- การเปิบอาหารด้วยมือถือเป็นเรื่องปกติในวัฒนธรรมอินเดีย ดังนั้น ไม่ควรแสดงอาการตกใจหรือตื่นเต้นเมื่อพบกับเหตุการณ์ดังกล่าว แต่ก็สามารถ ขอซ้อนได้ถ้าไม่ถนัดที่จะเปิบ

- คนอินเดียโดยเฉลี่ยร้อยละ 50 เป็นมังสวิรัต หรือประมาณกว่า 600 ล้านคน แต่ในตอนเหนือ เช่น รัฐอุตตรประเทศ ราชาสถาน ปันจาบ และพิหาร มีมากถึงร้อยละ 70 ร้านอาหารไทยแบบมังสวิรัต หรือผลิตภัณฑ์ อาหารแบบมังสวิรัตมีอยู่ทางที่สดใสมากในตลาดนี้ คนอินเดียนิยมอาหารไทย

‘คนอินเดียไม่นิยมปฏิเสธโดย ตรง แต่จะพูดว่า “จะพยายาม” (I will try) ซึ่งหมายถึง “No” ดังนั้น หากเจรจาธุรกิจกับอินเดีย แล้วได้ยินคำนี้ แสดงว่าไม่ตกลงแน่นอน’

งานแต่งงานจะต้องมีอาหารไทย อยู่ด้วยเพื่อเซตหน้าชูตาเจ้าภาพ เครื่องแกงอินเดียคล้ายของไทยและใส่กะทิด้วย แต่รสชาติอ่อนกว่าไทยมาก คนอินเดียหลายคนเคร่งเรื่องความบริสุทธิ์ของอาหารมังสวิรัตมาก หลายร้านถึงกับขึ้นป้ายว่า “Pure Vegetarian Food” ซึ่งแม่ครัวไทยถนัดเรื่องนี้อยู่แล้ว ดังนั้นจึงไม่ควรลืมนิยามคำว่า “Pure Vegetarian Food” ไว้บนฉลากเช่นกัน



- สาเหตุที่คนอินเดียรับประทานมังสวิรัต สันนิษฐานว่าเป็นอิทธิพลของศาสนาพุทธสายมหายานช่วงท้ายๆ ในอินเดียซึ่งรุ่งเรืองมาก ทำให้ศาสนาพราหมณ์ที่แข่งกันดึงคนเข้าวัดกับศาสนาพุทธมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล ได้รับเอาธรรมเนียมนี้ไปปฏิบัติเพื่ออวดเคร่ง (เริ่มในสมัยหัวหน้าพราหมณ์ที่ชื่อสังฆราชจารย์) พร้อมกับรับเอาคำสอนและแนวปฏิบัติหลายๆอย่างไปใช้ด้วย เช่น เริ่มมีนักบวชเหมือนชาวพุทธ มีธรรมเนียมโกนหัวบวช 1 วันเหมือนชาวพุทธ ไม่ฆ่าและกินเนื้อสัตว์ใหญ่เพราะถือเป็นบาป (ทั้งที่เดิมนิยมการบูชายัน) และการกินเจเหมือนชาวพุทธ เป็นต้น



- หากเห็นขามเล็กๆ ใส่ในน้ำและมะนาวผ่านบางๆ วางอยู่บนโต๊ะอาหาร ห้ามดื่มเด็ดขาด เพราะเขาเอาไว้ล้างมือ

- คนไทยที่ไม่ชอบรับประทานอาหารอินเดีย หากมาอินเดียใหม่ๆ ควรเลือกรับประทาน Biryani “บิรียานี่” หรือข้าวหมกไก่เป็นหลัก จะทำให้ชีวิตในอินเดียมีรสชาติขึ้นเยอะ แม้ว่าข้าวหมกไก่ไทยจะอร่อยกว่าก็ตาม

- คนอินเดียมีวัฒนธรรมการกินที่เรียกว่า “Dabba” (ดัมบา) หมายถึงปิ่นโต การนำปิ่นโตอาหารกลางวันไปรับประทานที่ทำงานเป็นเรื่องปกติตั้งแต่ระดับนักเรียน คนงาน พนักงานบริษัท ไปถึงระดับ นายกรัฐมนตรี ดังนั้นหากจะเชิญใครไปรับประทานอาหารกลางวัน ต้องนัดล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์ เพื่อที่ว่าเขาจะได้ไม่ต้องนำปิ่นโตไปจากบ้านในวันนั้น วัฒนธรรมดัมบาของอินเดียนี้แข็งแกร่งมาก แม้แต่นักการทูตอินเดียในต่างประเทศก็ยังพกปิ่นโตไปทำงานด้วย

- ในเมืองมุมไบมีธุรกิจที่เรียกว่า “Dabbawala” (ดัมบาวาลา) หมายถึงนักขนปิ่นโต เป็นธุรกิจที่ทำเงินมหาศาล โดยแต่ละวันจะมีการขนส่งปิ่นโตถึงสองแสนหน่วย และมีการเติบโตของธุรกิจถึงร้อยละ 15 ต่อปี ทุกเช้าจะมีพนักงานของดัมบาวาลาไปรวบรวมอาหารปิ่นโตจากแม่บ้านของสมาชิกทุกบ้าน แล้วขนขึ้นชาเล้ง ถีบไปที่สถานีรถไฟ ส่งต่อให้พนักงานที่รอรับอยู่บนรถไฟ ก่อนเดินทางไปส่งให้กับสมาชิกถึงโต๊ะทำงานก่อนเที่ยงของทุกวัน เป็นสิ่งที่น่ามหัศจรรย์มากที่ว่า ไม่เคยมีการส่งผิดที่เลยแม้แต่ครั้งเดียว ตลอดร้อยกว่าปีที่ดำเนินธุรกิจมา ธุรกิจนี้มีเว็บไซต์ของตัวเองด้วย คือ <http://www.mydabbawala.com/> ธุรกิจนี้ยังให้บริการผูกปิ่นโตด้วย คือบริษัททำอาหารปิ่นโตให้เองเลย ไม่ต้องไปรับที่บ้าน ดังนั้นร้านอาหารไทยในอินเดีย น่าจะลองศึกษาวิธีการบริหาร dabbawala จากเว็บไซต์ดังกล่าว

- คนอินเดียรับประทานอาหารเย็นดึกมาก ประมาณ 3-4 ทุ่ม ดังนั้นหากได้รับเชิญไป Dinner ที่บ้านของเพื่อนชาวอินเดีย ก็ควรรับประทานรองท้องไปก่อน ส่วนจะมีของติดไม้ติดมือไปก็ไม่ผิดกติกา อาจเป็นไวน์สักขวด หรือขนมไทยๆ ที่แม่บ้านคุณทำเอง ก็จะได้รับ การชื่นชมจากเจ้าภาพเป็นอย่างยิ่ง

- งานเลี้ยงแต่งงานไม่มีการให้ “เงินช่วย” กับเจ้าภาพ แต่นิยมเป็นของขวัญมากกว่า โดยแขกแต่ละคนจะขึ้นไปมอบให้กับมือเจ้าสาวเองบนเวทีเลยที่เดียว



ขณะเดียวกันวงมโหรีก็จะบรรเลงเพลงตลอดทั้งงาน สำหรับค่าใช้จ่ายในการแต่งงานจึงตกเป็นหน้าที่ของฝ่ายเจ้าสาวเป็นหลัก ดังนั้นหากใครมีลูกสาวจะต้องเตรียมตัวเก็บเงินไว้ตั้งแต่วันที่ลูกสาวเกิดเลยทีเดียว ซึ่งเจ้าสาวส่วนใหญ่จะแต่งงานก่อนวัย 20

- รูปติดบัตรใครว่าไม่สำคัญ หากคุณเดินทางไปอินเดียไม่ว่าไปเที่ยวหรือไปทำงาน ควรถ่ายรูปสำหรับติดบัตรไปสักสองโหลเป็นอย่างน้อย เพราะต้องใช้บ่อยมาก ตัวอย่างเช่น ทำใบขับขี่ต้องใช้รูป 6 ใบเป็นอย่างน้อย

- ชาวซิกข์ใช้ขนาสกุลซึ่งหมด ทั้งที่อาจไม่ใช่ญาติกันก็ได้ แต่ผู้หญิงชาวซิกข์ จะมีคำเรียก “คอร์” ต่อท้ายชื่อตัวเสมอ

- อยู่ย่นใกล้กับชาวอินเดียเกินไป (ไม่ต่ำกว่า 1 ช่วงแขน) มิฉะนั้นจะถือเป็นการรุกร้าเขตส่วนตัว

- คนอินเดียส่วนใหญ่ไม่ดื่มเหล้าในที่สาธารณะ ดื่มเฉพาะในบ้าน คนอินเดียไม่นิยมสวมรองเท้าในบ้าน เช่นเดียวกับคนไทย

- คนอินเดียไม่ฆ่าวัว และไม่ทำร้ายวัว จึงเห็นวัวเดินเต็มถนนไปหมดทั้งในเมืองและในชนบท หากเห็นวัวยืนขวางถนนห้ามบีบแตรไล่ให้ขยับเข้า

- การวิ่งถือเป็นกิจวัตรที่ไม่งามมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล ดังนั้นเราจะไม่เห็นใครวิ่งจ็อกกิ้งในตอนเช้า นอกจากเดินเร็วๆ ออกกำลังเท่านั้น ยกเว้นตำรวจจะวิ่งออกกำลังกันตอนเช้าเป็นหมู่เท่านั้น อุปกรณ์กีฬาเกี่ยวกับการวิ่งไม่น่าจะมีลู่วิ่งในตลาดนี้

- ชุดบิกินีหาซื้อยากมากในอินเดีย การใส่สายเดี่ยวก็ถือว่าโป้และอุจาดตาแก่ชาวภารตะส่วนใหญ่แถมอาจถูกรุมประชาทัณฑ์

- การนั่งสามล้อเป็นเรื่องที่ควรหลีกเลี่ยงสำหรับคนต่างชาติ เพราะส่วนใหญ่พูดอังกฤษไม่ได้ นอกจากนั้น ยังอาจมีการขอขึ้นราคาหลายเท่าตัว ขอแนะนำให้ใช้รถเช่าของโรงแรมหรือของสนามบิน

- จงพยายามเจรจาธุรกิจกับผู้บริหารระดับสูงสุดเท่าที่จะทำได้ตั้งแต่ตอนแรก แต่วันต่อๆ มาค่อยตามเรื่องกับผู้บริหารระดับรองลงมา

- ยกย่อง ชมเชย ขึ้นชมเสมอกับวัฒนธรรม ธรรมเนียม ประเพณี และอาหารอันเก่าแก่กว่า 5,000 ปี ของอินเดียห้ามวิจารณ์เด็ดขาด

- นักท่องเที่ยวควรระวังที่สถานีรถไฟ หากคุณถามใครสักคนเกี่ยวกับข้อมูลเรื่องเวลาออกของเที่ยวรถไฟ และอื่นๆ ให้ถามกับพนักงานการรถไฟ



ในเครื่องแบบเท่านั้น หากคุณไปถามคนอื่น คุณจะเห็นของนักต้มตุ๋นค่อนข้างแน่นอน

- ในแหล่งท่องเที่ยว ถ้าคุณบอกสามล้อไปส่งที่โรงแรมที่คุณจองไว้แล้ว เขาจะบอกว่าโรงแรมแจ้งไปแล้ว พร้อมทั้งจะยื่นคีย์ให้คุณไปพักที่โรงแรมที่เขาแนะนำให้ลงจากรถทันทีแล้วหาคันใหม่

- การทำนัดหมายกับนักธุรกิจอินเดียต้องทำใจ เนื่องจากอาจมาสาย 1-2 ชั่วโมง หรือไม่มาเลย แต่คุณไม่ควรไปสายถ้าเขานัดให้คุณไปพบ

- การถือเป็นวัฒนธรรมที่ยอมรับได้ในอินเดีย เป็นธรรมดาที่จะพบเห็นพ่อค้าเดินตื้อขายของให้คุณ ทำนองเดียวกัน คุณก็มีสิทธิตื้อเขาเช่นกัน ในการเจรจาธุรกิจ อย่าพึ่งหวั่นเสียหากคู่เจรจาของคุณบอกว่า “ทำไม่ได้” คุณควรขอร้องเขาแล้ว ขอร้องเขามากขึ้น พร้อมรอยยิ้มเจรจาไปเรื่อยๆ ถามว่าควรปรับปรุงข้อตกลงอย่างไร ขอคำแนะนำ ความเห็นของเขา หลีกเลี่ยงข้อจำกัดใช้ทำที่เป็นมิตร เน้นให้ตระหนักถึงความสัมพันธ์ระยะยาวและให้เห็นประโยชน์ของการทำธุรกิจของคุณกับของเขาต่อเศรษฐกิจและประเทศชาติ

- การเจรจาธุรกิจเป็นการ Give & Take สำหรับอินเดีย คุณอย่ารีบเปิดไฟเร็วนัก แต่ควรค่อยๆ เปิดทีละ 5%-10% เช่น หากคุณจะให้ใครเป็นตัวแทนจำหน่ายในอินเดีย เริ่มต้นอย่างไปให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่ผู้เดียวในอินเดียเลยในตอนแรก ควรเสนอไปว่าให้เป็นตัวแทนในมณฑลหนึ่งก่อน และให้ลองส่งของไปในปริมาณน้อยๆ ในช่วงแรก ในปีต่อมาอาจขยับเป็น 2 มณฑล และเพิ่มปริมาณการส่งของไปอีกสักนิด เพื่อศึกษาความสามารถและความน่าเชื่อถือก่อน แต่หากคุณเปิดไฟ 100% แต่ที่แรก คุณแก้ไขอะไรไม่ได้แล้ว จะหาตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ ก็ไม่ได้เพราะคุณถูกเขาผูกมัดเต็มตัวเสียแล้ว และทำให้คุณเสียตลาดไปอย่างน่าเสียดาย

6.6 เทศกาลหรือประเพณีที่สำคัญของอินเดีย

เทศกาลหรือประเพณี

การเฉลิมฉลองของชาวอินเดียมีจำนวนมากและส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับศาสนาต่างๆ โดยเฉพาะศาสนาฮินดู ซึ่งในแต่ละเทศกาลมักมีระยะเวลาของการเฉลิมฉลองมากกว่า 1 วัน และชาวอินเดียนิยมซื้อของขวัญเพื่อมอบให้แก่กัน เทศกาลของชาวอินเดียที่สำคัญๆ ได้แก่



วันสำคัญ ^{1/}	เทศกาล / ประเพณี
1 มกราคม	วันปีใหม่สากล
26 มกราคม	วันชาติ (Republic Day) เป็นวันที่ประเทศอินเดียประกาศใช้รัฐธรรมนูญ โดยทหารทั้ง 3 เหล่าทัพจัดเดินขบวนพาเหรดเพื่อเป็นการเฉลิมฉลอง
กุมภาพันธ์/มีนาคม ^{2/}	พืชมหาศิวราตรี (Mahashivratri) เป็นวันสำคัญของศาสนาฮินดูเพื่อแสดงการสักการะบูชาพระศิวะ
มีนาคม ^{2/}	เทศกาล Holi หรือเทศกาลแห่งสีสัน เป็นเทศกาลเริ่มต้นของฤดูใบไม้ผลิและเทศกาลแห่งความรัก
มีนาคม ^{2/}	Milad-Un-Nabi เป็นวันประสูติของศาสดามุฮัมมัด
มีนาคม / เมษายน ^{2/}	Mahavir Jayanthi วันประสูติของศาสดามหาเวียร์ ยายันติ (บุตรพระพุทธเจ้า)
10 เมษายน	Good Friday เป็นเทศกาลของชาวคริสต์ เพื่อรำลึกถึงการเสียสละของพระเยซู
13 เมษายน	วันอีสเตอร์ เป็นเทศกาลของชาวคริสต์ เพื่อเฉลิมฉลองการฟื้นพระชนม์ของพระเยซู
เมษายน ^{2/}	Guru Nanak's Birthday วันเกิดพระศาสดาคุรุนานัก ถือเป็นวันสำคัญทางศาสนาที่สำคัญที่สุดของชาวซิกข์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเข้าวัดเพื่อฟังธรรมะและให้ทาน
เมษายน / พฤษภาคม ^{2/}	วิสาขบูชา คือ วันประสูติของพระพุทธเจ้า
สิงหาคม / กันยายน ^{2/}	Janmashtami เป็นวันประสูติของพระกฤษณะ
15 สิงหาคม	วันเอกราช (Independence Day) หรือวันสิ้นสุดการปกครองจากสหราชอาณาจักร
สิงหาคม-กันยายน ^{2/}	เทศกาล Ganesh Chaturthi เป็นเทศกาลบูชาพระพิฆเนศ ซึ่งชาวอินเดียมีการเฉลิมฉลองอย่างยิ่งใหญ่ประมาณ 10 วัน และมีการจัดสร้างเทวรูปพระพิฆเนศขนาดต่างๆ เพื่อเข้าพิธีบูชาและแห่ไปรอบเมือง
กันยายน ^{2/}	วันอิดิลฟิตรี (Aidilfitri) หรือวันอีด (Eid) เป็นวันเฉลิมฉลองการสิ้นสุดการถือศีลอดในเดือนรอมดอนของชาวมุสลิม
กันยายน / ตุลาคม ^{2/}	Dussehra (Vijaya Dashami) เทศกาลบวงสรวงพระแม่อุมาเทวี ซึ่งมีการเฉลิมฉลองพระแม่ทั้ง 9 ปางใน 9 คืน เทศกาลนี้ถือเป็นการเริ่มต้นฤดูเกี่ยวข้าวด้วย
2 ตุลาคม	วันเกิดของมหาตมะ คานธี ซึ่งเป็นผู้เรียกร้องเอกราชให้กับชาวอินเดีย
ตุลาคม	ในวันนี้ทั้งประเทศจะไม่มีการจำหน่ายและดื่มสุราเพื่อเป็นการให้เกียรติแก่ท่าน
ตุลาคม / พฤศจิกายน ^{2/}	เทศกาลดิwali (Diwali) หรือ ดิปาวาลี (Deepavali) เป็นเทศกาลแห่งไฟ/แสงสว่าง ชาวอินเดียจะมีการประดับไฟบ้านเรือนอย่างสว่างไสว มีการจุดประทัดดอกไม้ไฟและพลุจำนวนมาก เทศกาลนี้เปรียบเสมือนกับวันขึ้นปีใหม่ ซึ่งชาวอินเดียถือว่าเป็นวันที่เริ่มต้นสิ่งใหม่ๆ โดยจะมอบของขวัญ หรือส่งการ์ดอวยพรให้แก่กัน เพื่อความเจริญก้าวหน้า และหลังวัน Diwali 1 วัน จะมีพิธีรับขวัญพี่ชาย (Bhai Duj) ซึ่งน้องสาวจะเจิมหน้าผากให้พี่ชายเพื่อให้มีความสุข อายุยืน มีความเจริญก้าวหน้า ฝ่ายพี่ชายก็จะมอบของขวัญและสัญญาว่าจะปกป้องน้องสาวเป็นการตอบแทน

วันสำคัญ ^{1/}	เทศกาล / ประเพณี
พฤษภาคม/ธันวาคม ^{2/}	วันตรุษอีดิลอัฎฮา (Aidil-Adha) วันเฉลิมฉลองของชาวมุสลิม โดยการเชือดสัตว์เพื่อพลีทาน และร่วมละหมาดอีดิ
ธันวาคม ^{2/}	วันปีใหม่ของอิสลาม (Muharram) ซึ่งชาวมุสลิมบางส่วนจะถือศีลอด และงดการทะเลาะวิวาท
25 ธันวาคม	วันคริสต์มาส วันประสูติของพระเยซู

หมายเหตุ: 1/ วันหยุดราชการอาจแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ

2/ วันที่อาจมีการเปลี่ยนแปลง ขึ้นอยู่กับการนับตามจันทรคติ

ข้อมูลจากมูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (มูลนิธิ สวค.)

7. หน่วยงานติดต่อสำคัญ

7.1 สถานเอกอัครราชทูตไทย/สถานกงสุลไทย

1. Royal Thai Embassy

56-N, Nyaya Marg, Chanakyapuri New Delhi-110021

Tel. : (91-11) 2611-8103, 2611-8104, 26115678

Fax. : (91-11) 2687-2029, 26883235

E-mail : thaidel@mfa.go.th

Homepage : <http://www.thaiemb.org.in>

2. Royal Thai Consulate-General, Chennai

21/22 Arunachalam Road, Kotturpuram, Chennai 600085

Tel. : (91-44) 4230-0730, 4230-0740, 4230-0760, 4230-0780

Fax. : (91-44) 4202-0900

E-mail : thaicnn@mfa.go.th

3. Royal Thai Consulate-General, Mumbai

First Floor, Dalamal House Jamnalal

Bajai Marg, Nariman Point Mumbai 400-021

Tel. : (91-22) 2282-3535

Fax. : (91-22) 2281-0808

E-mail : thaimub@mfa.go.th

Website : <http://www.thaiembassy.org/mumbai>

4. Royal Thai Consulate-General, Kolkata

18B, Mandeville Gardens, Ballygunge, Kolkata 700-019

Tel. : (91-33) 2 4403229, 2 4407836, 2 4409723

Fax. : (91-33) 2 4406251

E-mail : thaiccu@mfa.go.th, thaiccu@airtelmail.in

Website : www.thaiconsulatekolkata.org.in

7.2 สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ

1. สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ

Office : Thai Trade Center Mumbai

Name : Miss Jiraporn Tulyanond

Position : Executive Director

Address : 11/A Tanna House Annexe, Nathalal Parekh Marg,
Colaba, 400039

City/state : Mumbai

Country : India

Tel : +91-222 284 6771

Fax : +91-222 284 6859

Email : thaitcmumbai@depthai.go.th,
thaitrademumbai@gmail.com

2. สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี

Office : Thai Trade Center New Delhi

Name : Mr. Jain Liamminful

Position : Director

Address : 7, Munirka Marg, Vasant Vihar, 110057

City/state : New Delhi

Country : India

Tel : +9111 4326 8888

Fax : +9111 4601 0405

Email : thaitcnewdelhi@depthai.go.th,
thaitcnewdelhi@gmail.com, ,
katnewdelhi@gmail.com,
katchiangmai@hotmail.com

3. สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเจนไน

Office : Thai Trade Center Chennai

Name : Mr. Paisan Maraprygsavan

Position : Director

Address : Commercial Section Royal Thai Consulate
No. 21/22 Arunachalam Road, Kotturpuram, 600085

City/state : Chennai

Country : India
Tel : +9144 4230 0790, 2447 0505
Fax : +9144 4202 0900, 2447 1617
Email : thaitcchennai@gmail.com,
thaitcchennai@depthai.go.th
hotline : B2B on3-line : paisanmara@gmail.com

7.3 บริษัทการบินไทย

1. THAI AIRWAYS OFFICES IN INDIA - MUMBAI

Mittal Tower, "A" Wing, Ground Floor, 2A,
Nariman Point, Mumbai - 400 021

Tel. : +91 22 66 373777
Fax : +91 22 66 373788
Email : bomaa@thaiairways.co.in

2. THAI AIRWAYS OFFICES IN INDIA - CHENNAI

ITC Park Sheraton Hotel Towers
1st Floor, Lloyds Room, 132 TTK Road, Chennai-600018 India

Tel : +044-42063311
Fax : +044-42063344
Email : maahatg@yahoo.com

3. THAI AIRWAYS OFFICES IN INDIA - NEW DELHI

The American Plaza, Hotel
Intercontinental - ErosNehru
Place, New Delhi 110 019

Tel. : +91 11 41 497777
Fax : +91 11 41 497788

4. THAI AIRWAYS OFFICES IN INDIA - BANGALORE

Level 14, Concorde Towers,
U.B.City, 1 Vital Mallya Rd., Bengaluru 560 001

Tel. : +91 80 40 300396 to 7
Fax : +91 80 40 300577

5. THAI AIRWAYS OFFICES IN INDIA - HYDERABAD

1st Floor, Alcazar Plaza & Towers, 6-3-249/6 Road,
Banjara Hills, Hyderabad 500 034

Tel : +91 40 23 333030
Fax : +91 40 23 333003

6. THAI AIRWAYS OFFICES IN INDIA – KOLKATA

Crescent Towers, 8th Floor, 229 A.J.C. Bose Road, Kolkata 700 020

Tel. : +91 33 22 838865 / 8

Fax : +91 33 39 827197

7.4 ธนาคารกรุงไทย

Krung Thai Bank PCL,

62 Maker Chamber VI, 6th Floor,

Nariman Point, Mumbai 400 021

Mumbai Branch

Business Line Banking Services

7.5 รายชื่อห้างสรรพสินค้า/ไฮเปอร์มาร์เก็ต

1. Atria Shopping Mall

Royal Garden

Dr. Annie Besant Road Worli

Mumbai - 400018

Phone : 2491-0701

E-mail : admin@atriamumbai.com

website : <http://www.atriamumbai.com>

ATRIA, The Millennium Mall is a shopper's destination, situated next to Nehru Planetarium in the heart of Mumbai City on Dr. Annie Beasant Road, Worli.

2. CR 2 Shopping Mall

Nariman Point Mumbai - 400021

CR2 Shopping Mall at Nariman Point houses the INOX 5-screen multiplex and boasts of eight floors of parking in the city's prime business district. It has lots of premium watch showrooms and a few boutiques selling all kinds of merchandise. Apart from a well designed food court on the first floor, it has a couple of speciality restaurants.

3. Galleria Shopping Mall

Hiranandani Garden Powai

Mumbai - 400076

4. Grand Hyatt Plaza

Off Western Express Highway

Santacruz (E) Mumbai - 400055

Phone : 6676-1234

Grand Hyatt Plaza offers a truly international experience. With two levels of shopping in air-conditioned comfort, the plaza offers the city's shoppers the best of international and local brands. Over 700 dedicated underground parking spaces are available

5. High Street Phoenix

462 Senapati Bapat Marg

Lower Parel Mumbai - 400013

Phone : 2494-3486 / 2494-9891

E-mail : info@highstreetphoenix.com

website : <http://www.highstreetphoenix.com>

South Mumbai's most exciting place to be at. If there's one place that captures the spirit of Mumbai, it has to be High Street Phoenix. It's a shopper's paradise. It's a gaming zone. It's an eating junction and now it house the PVR 7-screen multiplex.

6. Hypercity Mall

Next to Inorbit Mall Malad Link Road

Malad (W) Mumbai - 400064

Phone : 4007-8400

E-mail : customerservice@hypercityindia.com

website: <http://www.hypercityindia.com>

Hypercity provides a truly international shopping experience, where customers can shop in comfort in a large, modern, and exciting environment.

7. Infinity Shopping Mall

Andheri (W) Mumbai

8. Inorbit Shopping Mall

Mindspace New Link Rd.

Malad (W) Mumbai - 400064

Phone: 5677-7999

E-mail : info@inorbitmalls.com

website : <http://www.inorbitmalls.com>

9. Nirmal Lifestyles

Lal Bahadur Shastri Marg

Mulund (W) Mumbai - 400080

Phone : 6797-3180 / 2590-5122

10. Orchid City Centre

265 Bellasis Road Mumbai Central

Mumbai - 400008

Phone : 6610-4300

11. R-Mall

Lal Bahadur Shastri Marg

Mulund (W) Mumbai - 400080

Phone : 6755-4143 / 6755-4144

website : <http://www.rmall.org/>

R Mall is the landmark and pride of Mulund. It hosts world class shopping and entertainment brands, food courts and a Four screen Multiplex - R Adlabs. The Mall has a huge 6 level parking facility which can accommodate more than 800 cars

12. The Oberoi Mall

Oberoi Garden City Off Western Express Highway

Goregaon (E) Mumbai - 400063

Phone : 4079-8200

The Oberoi Mall is set amidst a mammoth and picturesque development area on the Western Express Highway.

13. Express Avenue

No: 2, Club House Road,

Mount Road,

Chennai - 600 002, India

7.6 รายชื่อร้านอาหารไทย Delhi, Kolkata, Gurgaon & Mumbai

Bangkok * 1

Cariappa Marg, Gate No. 2, Sainik Farm

New Delhi - 110 062

Tel : 91 11 2955 5696

Mob : 98998 71111 / 98998 73333

Bamboo Shoots

F 2 & 3, Sector 18

Noida

Tel : 91 120 2591243

Bangkok * 9

Mega City Mall, M G Road

Gurgaon

Mob : 91 99100 11220

China White

CS 210, 2nd Floor, Mehrauli Gurgaon Road

Gurgaon

Tel : 91 124 4016066

Chilli Season

18, Main Market, Lodi Colony

New Delhi - 110 003

Tel : 91 11 2461 8358, 2464 3362

Ego Thai

53, Community Centre, New Friends Colony

New Delhi

Tel : 91 11 2633 1181, 2633 1182

Pan Asian

Marriott Welcome Hotel

District Centre, Saket, New Delhi - 110 017

Tel : 9 111 4266 1122

Red Coral

426, Mehrauli Gurgaon Road

New Delhi

Tel : 9 11 2650 1050, 2650 1060

Ros Thai

Sahara Mall, Level II, M G Road

Gurgaon

Tel : 91 124 4048072

Suribachi

Café Rendezvous

H 540 Malviya Nagar, Road, New Delhi

Tel : 91 11 2668 2222, 2668 7777

Scorpion Moon

D 1 / B, Green Park

New Delhi – 110 016

Tel : 91 1 2686 1164, 2685 1996

The Spice Route

The Imperial Hotel

Janpath, New Delhi

Tel : 91 11 2334 1234, 2334 5678

The Tarot Nest

428/8, Main Mehrauli Gurgaon Road, Ghitorni

New Delhi

Tel : 91 11 2650 1516

Turquoise Cottage from the Orient

81/3, Adchini, Shri Aurbindo Marg

New Delhi

Tel : 91 11 2685 3896, 2696 3234

Chopsticks

Restaurant Complex, Asiad Village,

Siri Fort Road, New Delhi

Tel : 91 11 2649 2348, 2649 3945

Thai Wok

1091/1, Ambawatta Complex, Mehrauli

New Delhi

Tel : 2664 4289, 2921 1448

Wok in the Clouds

J 2/13 Dev Dutt Market, Rajouri Garden

Main Najafgarh Road, New Delhi

Tel : 91 11 2592 2097

Trip to Beijing

A-13, 1st Floor, Vishal Enclave, Rajouri Garden

New Delhi

Tel : 91 11 2546 2266

Bercos

R 2 DDA Building, Janak Place, Janakpuri

District Centre, Delhi

Tel : 91 11 4373 1111

Chungwa Restaurant

M 34, Greater Kailash II Market

New Delhi

Tel : 91 11 2921 3477

Below '8' Restaurant

C-1, Tower, 'C' Building No. 8,

DLF Cyber City Phase II, Gurgaon

Tel : 91 124 3062288

Soi 46

46, Defence Colony

New Delhi - 110 024

Tel : 91 11 4656 4941

Waldorf Restaurant

Maulana Abul Kalam Azad Sarani,

Kolkata, 700054

Tel: 91-33-22271131

Big Boss

54-C, Matheswartala Road, Kolkata, 700046

Tel : 91-33-23282405 ,+91-33-23290077

KKs Fusion

89C, Maulana Abul Kalam Azad Sarani,

Kolkata, 700054

Tel : 91-33-23203444

Baan Thai

The Oberoi Grand, No 15, Jawaharlal Nehru Road, Kolkata, 700013

Tel : 91-33-22492323

Thai Tonight

Circular Road, Kolkata, 700019

Tel : 91-33-24542036

Arhan Thai

No 31, Bentinck Street, Esplande, Kolkata, 700069

Tel : 91-9831242436

ZEN Restaurant

Park Hotel, 17, Park Street, Park Street,

Kolkata, 700016

Tel : 033 - 22499000

Dynasty

C/o Lyton Hotel, Suddar Street,

Kolkata, 700016

Tel : 91-33-22491875

Thai Pavilion

ตั้งอยู่ที่โรงแรม Taj President Mumbai

ao cufte Parade, Nariman Point 4000005 India

Koh

ตั้งอยู่ที่โรงแรม Inter Continental (Marine Drive)

135 Marine Drive, Mumbai

Tamnak Thai

274, Vs Marg, Park, Dadar West, Mumbai

Tel : 24474949

*หมายเหตุ : - อาหารไทยไม่เป็นที่นิยมมากนักทางภาคเหนือของอินเดีย จึงไม่ค่อยมีอาหารไทยแบบ 100% แต่จะมีการนำไปประยุกต์ ถึงแม้จะมีบริการอาหารไทยในภัตตาคารฯแต่ก็มีอาหารชาติอื่นๆบริการอยู่ด้วย

- จากการสำรวจของ Hindustan Times เมื่อเร็วๆ นี้เกี่ยวกับความนิยมบริโภคอาหารต่างชาติของชาวอินเดีย พบว่าอันดับ 1 เป็นอาหารจีน อันดับ 2 เป็นอาหารญี่ปุ่น และอันดับ 3 เป็นอาหารอิตาลี ส่วนอาหารไทยเคยเป็นที่นิยมเมื่อประมาณ 10 ปีที่แล้วและความนิยมได้เสื่อมถอยลงในปัจจุบัน เนื่องจากชาวอินเดียไม่ค่อยนิยมอาหารที่มีรสเผ็ด

8. ข้อมูลอ้างอิง

1. ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ เมืองมัมไบ
2. ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ เมืองเจนไน
3. ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ กรุงนิวเดลี
4. ข้อมูลจาก World Trade Atlas
5. ข้อมูลจากกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง
6. ข้อมูลจากธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Exim Bank)
7. ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
8. มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (มูลนิธิ สวค.)

9. ข้อมูลจากเว็บไซต์ ได้แก่

9.1 www.dfat.gov.au/

9.2 www.thaifta.com

9.3 www.cia.gov

9.4 www.mfa.go.th

9.5 <http://www.paycheck.in/main/officialminimumwages>





44/100 ถนนนนทบุรี1 ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทร. (662)507 7999 โทรสาร. (662)507 7722, (662)547 5657-8
เว็บไซต์: <http://www.dep.thai.go.th>

