

สรุปข้อมูลนโยบายส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรของอินเดีย

๑. เป้าหมาย อินเดียตั้งเป้าหมายผลักดันให้ประเทศมีรายได้จากการส่งออกสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้น ๒ เท่า หรือประมาณ ๖ หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี ๒๕๖๕ และจะพัฒนาไปถึง ๑ แสนล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี ๒๕๖๘ ทั้งนี้ แม้ยังไม่มีการเปิดเผยรายละเอียดแผนการดำเนินการอย่างชัดเจน แต่มีสื่อหลายฉบับรายงานว่า รัฐบาลอินเดียจะใช้งบประมาณถึง ๑๔,๐๐๐ ล้านรูปี หรือประมาณ ๑๙๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อดำเนินนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๒. แนวทางการดำเนินนโยบายส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตร รัฐบาลอินเดียมุ่งเน้น ให้ความสำคัญ ๕ ภารกิจ ได้แก่

(๑) การสร้าง “Brand India” ให้เป็นที่นิยมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความนิยมสินค้าอินเดียในตลาดโลก โดยให้รัฐบาลท้องถิ่นนำเสนอสินค้าที่มีศักยภาพและโดดเด่น อาทิ มีความเก่าแก่ดั้งเดิม หรือมีความเป็นพื้นเมือง

(๒) การยกระดับมาตรฐานสุขอนามัยสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพพร้อมส่งออกและสามารถแข่งขันในตลาดโลก

(๓) ส่งเสริมให้ภาคเอกชนมีบทบาทในการผลิต แปรรูป และพัฒนาสถานที่เก็บรักษาสินค้า โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าที่เน่าเสียง่าย

(๔) มุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ขนส่งสินค้า

(๕) เพิ่มความหลากหลายของสินค้าเกษตรสำหรับส่งออกและทำให้สินค้าเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chain) ให้เร็วที่สุด

๓. ข้อสังเกต

๓.๑ ที่ผ่านมา รัฐบาลอินเดียได้มุ่งเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรภายในประเทศ โดยพึ่งพาการบริโภคจากตลาดภายในประเทศเท่านั้น และเน้นการปกป้องตลาดสินค้าเกษตรด้วยการบิดเบือนกลไกตลาดผ่านระเบียบต่าง ๆ อาทิ การประกันราคาขั้นต่ำให้สินค้าเกษตรที่สำคัญ การตั้งกฎระเบียบการส่งออกสินค้าเกษตรอินเดียอย่างสลับซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงบ่อย ซึ่งกลไกดังกล่าวทำให้สินค้าเกษตรของอินเดียไม่สามารถแข่งขันในตลาดโลก และทำให้ภาคเอกชนขาดความเชื่อมั่นในการลงทุนในธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตร ดังนั้น การประกาศเจตนารมณ์ที่ชัดเจนของอินเดียในครั้งนี้ จึงนับเป็นนโยบายที่มุ่งผลักดันการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกสินค้าเกษตรไปสู่ตลาดโลก โดยมีเจตนาที่จะผ่อนปรนกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ขัดต่อกลไกตลาด และให้คำมั่นว่าจะส่งเสริมการส่งออกด้วยนโยบายที่ยั่งยืนและเหมาะสม

๓.๒ สังเกตได้ว่า ตลอดปี ๒๕๖๑ ที่ผ่านมา รัฐบาลอินเดียได้ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการเกษตรอย่างต่อเนื่อง โดยจัดสรรงบประมาณจำนวนมากเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มผลผลิตต่อพื้นที่ สร้างศูนย์การผลิต แปรรูป จัดเก็บ และจำหน่ายสินค้าเกษตรแบบครบวงจร สร้าง Cold Chain ขึ้นกว่า ๒๘๐ แห่งทั่วประเทศ โดยมีการลงทุนจากต่างชาติในสาขาการแปรรูปอาหารเพิ่มขึ้นจาก ๕๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี ๒๕๕๗ เป็น ๑ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ รวมทั้งยังมีการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับอาหารและผลิตผลทางการเกษตรหลายครั้งในอินเดียเพื่อแนะนำสินค้าอินเดียให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

๔. โอกาสและผลกระทบ

๔.๑ การปรับบทบาทของอินเดียในครั้งนี้เป็นโอกาสให้แก่ธุรกิจไทยที่สนใจลงทุนด้านธุรกิจการผลิต ขนส่ง และแปรรูปอาหารในอินเดียเพื่อจำหน่ายในอินเดียหรือเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ เพราะรัฐบาลอินเดียมีนโยบายต้อนรับการลงทุนจากต่างชาติในการส่งออกสินค้าเกษตร

๔.๒ อินเดียอาจไม่ใช่ประเทศเป้าหมายที่ต้นกในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าประเภทผักผลไม้เกรตตรองของไทย เนื่องจากอินเดียกำลังก้าวขึ้นเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรด้วยตนเอง และอาจกลายเป็นคู่แข่งของไทยในตลาดโลกในด้านนี้ด้วยซ้ำ ฝ่ายไทยจึงควรปรับยุทธศาสตร์ให้อินเดียเป็นเป้าหมายในการส่งออกสินค้าการเกษตรคุณภาพสูง ซึ่งเป็นที่ต้องการในกลุ่มผู้บริโภคชั้นสูงชาวอินเดีย และยังคงเป็นสินค้าที่หาได้ยากในอินเดียอยู่

๔.๓ การปรับบทบาทของอินเดียที่มุ่งเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญ อาจส่งผลกระทบต่อไทยในระยะยาว และอินเดียอาจกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอนาคต และมีศักยภาพเป็นผู้ส่งออกสินค้าเกษตรรายใหญ่ของโลกเทียบเท่าจีนได้ อย่างไรก็ตาม คาดว่าพัฒนาการของอินเดียจะยังไม่เกิดขึ้นแบบก้าวกระโดด และไม่ใช่ประเด็นที่ไทยต้องตื่นตระหนกในระยะนี้ เพราะที่ผ่านมการนำนโยบายของรัฐบาลอินเดียเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตรไปปฏิบัติจริงก็ยังคงมีปัญหา ส่งผลให้เกษตรกรชาวอินเดียยังประท้วงรัฐบาลบ้างเป็นครั้งคราว แต่ฝ่ายไทยก็ควรติดตามอย่างใกล้ชิดต่อไปโดยไม่ละเลย เนื่องจากนโยบายดังกล่าวเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลอินเดียมาได้ระยะหนึ่งแล้วและน่าจะดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง

กองสนเทศเศรษฐกิจ
กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
กระทรวงการต่างประเทศ