

สายตรงจากอินเดีย

สรุปข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในสาธารณรัฐอินเดีย
รวบรวมโดย: สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ

Mumbai Edition



วันที่ 22-28 ธันวาคม 2014

1. Snapdeal ล้ำ เปิดตัวร้านเกษตรกรออนไลน์

เพื่อเป็นการต้อนรับวันเทศกาล Kisan Diwas (Farmers day) บริษัทค้าปลีกออนไลน์ชื่อดัง Snapdeal ประกาศเปิดตัว The Agri Store ร้านผลิตภัณฑ์การเกษตรออนไลน์ อาทิ เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และเครื่องมือทางการเกษตร และชลประทาน โดยจะมีการเปิดตัวเวอร์ชันภาษาฮินดีเร็วนี้ๆ ด้วยเพื่อให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในด้านข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ซึ่งจะทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่จะสามารถตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันของพวกเขาได้อย่างง่ายดาย และด้วยจำนวนประชากรกว่า 70% ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร การเข้าถึงร้านค้าออนไลน์ผ่านทางโทรศัพท์มือถือได้จะเป็นวิธีการที่สะดวกสบายและมีประสิทธิภาพที่สุดสำหรับเกษตรกรในการซื้อสินค้า



ทั้งนี้ The Agri Store มีเป้าหมายที่จะนำเสนอความหลากหลายของสินค้าให้มากที่สุด โดยสินค้าอีกหลายรายการจะถูกเพิ่มเข้ามาในสัปดาห์หน้าจากร้านค้าทั่วประเทศ ซึ่งจะเป็นการตอบโจทย์แก่เกษตรกรที่กำลังมองหาผลิตภัณฑ์คุณภาพด้วยบริการที่น่าเชื่อถือ

Snapdeal.com เริ่มต้นขึ้นในปี 2010 และถือเป็นหนึ่งในบริษัท e-commerce ที่เติบโตเร็วที่สุดในอินเดีย โดยยอดขายซื้อของลูกค้ากว่า 60% มาจากระบบโทรศัพท์มือถือ

ที่มา : The Hindu Business Line | 23 ธันวาคม 2014

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลใน “สายตรงจากอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้

2. Air India เปลี่ยนเครื่องบินเพื่อรองรับเทศกาลและสู้กับราคาตัวภายในประเทศที่แพงขึ้น

Air India ได้นำเครื่องบินรุ่นโบอิง 777-300 มาใช้ในเส้นทางเดลี – มุมไบ และมุมไบ – เดลี เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเทศกาล และเพื่อแข่งขันกับบัตรโดยสารเครื่องบินภายในประเทศที่กำลังพุ่งขึ้นของคู่แข่งที่เป็นสายการบินของเอกชน



นอกจากนี้ ยังได้นำเครื่องบินขนาดใหญ่ไปใช้ในเส้นทาง เดลี – ดูไบ – เดลี และกัว เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีมากขึ้นในช่วงเทศกาลคริสต์มาสและการเฉลิมฉลองในช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยจะมีการเพิ่มเที่ยวบินไปจนถึงกลางเดือนหน้า (มกราคม 2015) นับเป็นครั้งแรกในปีที่ผ่านมาที่ Air India มีการดำเนินการเพิ่มเที่ยวบินให้มากขึ้นและเปลี่ยนประเภทเครื่องบิน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้จะสามารถช่วยผู้โดยสารที่ต้องจ่ายค่าเครื่องบินที่สูงเกินไปในช่วงฤดูท่องเที่ยวอีกด้วย

ทั้งนี้ หลังจากที่สายการบิน SpiceJet ประสบปัญหา ที่นั่งสำหรับผู้โดยสารภายในประเทศอินเดียขาดแคลนซึ่งส่งผลให้ราคาบัตรโดยสารเครื่องบินภายในประเทศสูงขึ้นอย่างมากประมาณ 30-40% โดย Air India ซึ่งเป็นสายการบินของรัฐบาลหวังที่จะเข้ามารองรับช่องว่างตรงนี้ ในขณะที่เดียวกันก็มีข่าวว่ารัฐบาลกลางของอินเดียกำลังพิจารณาที่จะควบคุมราคาบัตรโดยสารเครื่องบินภายในประเทศไม่ให้สูงจนไร้ขอบเขตเพื่อประโยชน์ของผู้โดยสาร

ที่มา : The Hindu Business | 24 ธันวาคม 2014

3. Toshiba เล็งหาที่ตั้งโรงงานผลิตชิปในต่างประเทศ

ความต้องการชิปที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้ Toshiba ตัดสินใจที่จะสร้างโรงงานผลิตชิปหน่วยความจำเพิ่ม โดยพิจารณาหาที่ตั้งในต่างประเทศในปีหน้า ทั้งนี้ ภายหลังจากที่บริษัทฯ เปิดโรงงานผลิตชิป Flash Memory “NAND” ใน Yok Kaichi ตะวันตกของญี่ปุ่นได้ไม่ถึง 4 เดือน ปรากฏว่าความต้องการได้เพิ่มขึ้นกว่ากำลังการผลิตของบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ ต้องการที่จะขยายกำลังการผลิตออกไปอีก โดย NAND เป็นชิปที่ถูกใช้ในสมาร์ทโฟนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ



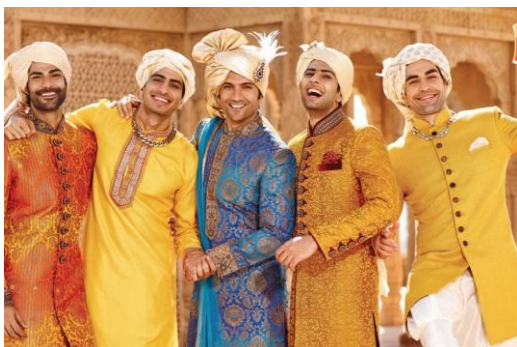
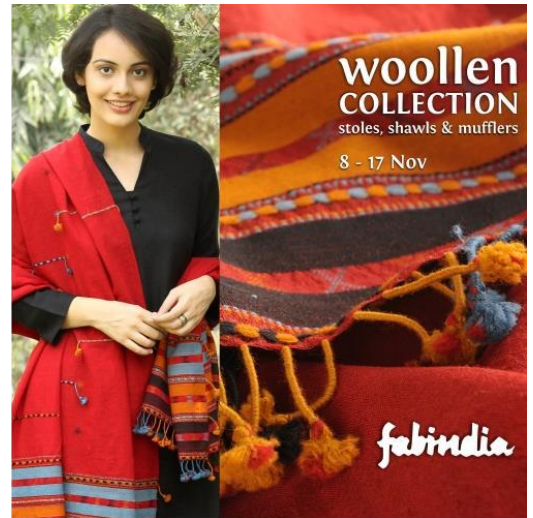
ทั้งนี้ Toshiba มุ่งมั่นที่จะเริ่มการผลิตที่โรงงานแห่งใหม่ประมาณปี 2017 แต่ผู้บริหารของ Toshiba ยังไม่ได้ระบุว่าจะเป็นที่ประเทศใด

ที่มา: The Hindu Business Line | 24 ธันวาคม 2557

4. Fabindia และ Manyavar เป็นบริษัทค้าปลีกเสื้อผ้าพื้นเมืองของอินเดียที่ทำกำไรสูงสุด

Fabindia และ Manyavar ได้กลายเป็นบริษัทค้าปลีกเสื้อผ้าพื้นเมืองของอินเดียที่ทำกำไรได้สูงสุด ด้วยนโยบายหลีกเลี่ยงการให้ส่วนลด การตั้งร้านอยู่ในย่านที่ค่าเช่าไม่แพง และผลิตสินค้าเอง โดยวางตลาดแข่งขันแบรนด์นานาชาติที่ขายแบบตัดราคา ทั้งนี้ บริษัท Fabindia Overseas ทำกำไรได้ถึง 540 ล้านบาท ณ วันสิ้นปีงบประมาณ คือ วันที่ 31 มีนาคม 2014

ส่วนบริษัท Vedant Fashions จากกอลกัตตา ซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าพื้นเมือง Manyavar ก็สามารถทำกำไรได้ 490 ล้านบาทเท่ากับ Levi's India ซึ่งทำกำไรได้ 490 ล้านบาทเหมือนกัน ทั้งนี้ เป็นครั้งแรกของ Levi's India ที่สามารถทำกำไรได้นับแต่เข้าตลาดอินเดียมาตั้งแต่ปี 1994 และเป็นแบรนด์เสื้อผ้าต่างชาติเพียงแบรนด์เดียวที่สามารถทำกำไรได้ในระดับเดียวกับแบรนด์ท้องถิ่น ส่วนแบรนด์ระดับนานาชาติอื่นๆไม่มีแบรนด์ใดเลยที่จะสามารถทำกำไรได้ใกล้เคียงกับแบรนด์ท้องถิ่นของอินเดีย ไม่ว่าจะเป็น Zara, Benetton หรือ Marks & Spencer



Sunil Chainani ผู้อำนวยการอาวุโสของ Fabindia ได้เปิดเผยว่าบริษัทฯ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดเพื่อตัดราคา แต่เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกำไรและกระแสเงินสดมากกว่า โดย Fabindia เป็นแบรนด์เสื้อผ้าที่ใหญ่ที่สุดในประเทศอินเดีย ด้วยยอดขาย 6,040 ล้านบาท ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ 2013-14 Fabindia ได้เปิดสาขาใหม่อีก 17 สาขา รวมเป็น 175 สาขา ส่วน Manyavar มีการเปิดสาขาใหม่เฉลี่ยเกือบ 2 ร้านต่อสัปดาห์ ทำให้ขณะนี้มียอดรวม 360 สาขาและมียอดการขายได้ 3,730 ล้านบาทต่อปี

ปัจจุบัน Fabindia ได้ออกเสื้อผ้าแนวใหม่เป็นแนวตะวันตกใช้ชื่อแบรนด์ว่า Fabels ในขณะที่ Manyavar ก็เพิ่มเสื้อผ้าแนวลูกผสมระหว่างอินเดียกับตะวันตกเข้าไปในสายผลิตภัณฑ์ด้วย ทั้งนี้ เสื้อผ้าพื้นเมืองของอินเดียส่วนใหญ่จะจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ยังไม่เป็นระบบ โดยตลาดเสื้อผ้าพื้นเมืองนี้คาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวประมาณ 8.4% ในช่วงทศวรรษหน้าจากมูลค่าตลาด 616,790 ล้านบาทในปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันนี้ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำของอินเดียอย่าง Shoppers Stop, Lifestyle และ Westside ต่างก็เพิ่มสินค้าเสื้อผ้าพื้นเมืองในห้างมากขึ้นโดยใช้ Private Label

ที่มา : The Times of India | 26 ธันวาคม 2557

5. Honda ทำสถิติยอดขายรถปี 2014



Honda ทำสถิติยอดขายรถยนต์โตเพิ่ม 62% ในปี 2014 ด้วยจำนวนยอดขายรถยนต์ 1.8 แสนคัน จาก 1.11 แสนคันในปี 2013 ซึ่งเป็นผลมาจากการออกรุ่นใหม่ 2 รุ่นคือ City (รถขนาดกลาง) และ Mobilio (รถ MPV) ทั้งนี้ ปี 2014 ถือเป็นปีแห่งความสำเร็จของ Honda หลังจากที่มีการขยายอย่างต่อเนื่องมาสามปีแล้ว

ในช่วงเดือนมกราคม-พฤศจิกายน 2014 Honda สามารถจำหน่ายรถยนต์ได้จำนวน 1.65 แสนคัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าซึ่งมียอดจำหน่าย 1.02 แสนคัน 61.8% และตลอดปี 2014 ถือว่าเป็นการสร้างสถิติใหม่ด้วยยอดขาย 1.8 แสนคัน ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งคือ Honda ได้ขยายตัวแทนจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมาด้วยจำนวนตัวแทนจำหน่าย 200 รายทั่วประเทศ ณ เดือนพฤศจิกายน 2014 และมีแผนที่จะขยายอีก 100 รายภายในสิ้นปีงบประมาณหน้า

ที่มา : The Hindu Business | 26 ธันวาคม 2014

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลใน “สายตรงจากอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้

6. RBI เร่งแก้ไขระบบการจ่ายเงินแบบออนไลน์หลังกรณีของบริษัทแท็กซี่ Uber

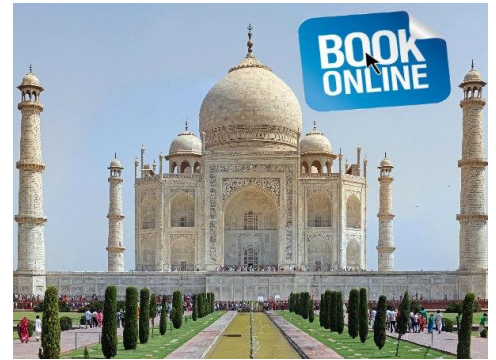
ขณะนี้ ธนาคารกลางอินเดีย (Reserve Bank Of India : RBI) กำลังดำเนินการกำหนดกรอบทางกฎหมายเพื่อให้ทันต่อเทคโนโลยี E-commerce ที่ล้ำหน้า ทั้งนี้ เพื่อป้องกันมิให้ผู้ใดสามารถละเมิดกฎระเบียบได้ โดยนาย Rajan Raghuram ผู้ว่าการธนาคารกลางอินเดียเปิดเผยว่า RBI มีความยินดีที่จะหาทางแก้ไขปัญหา ซึ่งก่อนหน้านี้บริษัทแท็กซี่ท้องถิ่นพากันออกมาเรียกร้องเรียนว่า บริษัทแท็กซี่ Uber มีกระบวนการชำระเงินโดยตรง โดยใช้ข้อมูลจากบัตรเครดิตของลูกค้า ซึ่งไม่ได้เป็นไปตามการตรวจสอบสองชั้นตอนสำหรับการทำธุรกรรม E-commerce ทั้งหมด โดยในเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา RBI มีคำสั่งว่าการทำธุรกรรมในประเทศทั้งหมดด้วยบัตรเครดิตต้องทำตามขั้นตอนการยืนยันแบบสองชั้นตอน และภายหลังที่คำสั่งของ RBI ถูกประกาศออกไป บริษัทแท็กซี่ Uber ก็ได้เปลี่ยนวิธีการชำระเงินมาเป็นวิธีที่ถูกต้องเหมือนผู้ประกอบการรายอื่นแล้ว



ที่มา : The Hindu Business | 27 ธันวาคม 2014

7. นักท่องเที่ยวสามารถจองตั๋วเที่ยวทัชมาฮาลได้แล้ว

นักท่องเที่ยวสามารถจองตั๋วเที่ยวทัชมาฮาล และสุสาน Humayun แบบออนไลน์ได้แล้ว ซึ่งการออกตั๋วแบบออนไลน์นี้ ดำเนินการโดยกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวอินเดีย ด้วยความร่วมมือจาก ASI (Archaeological Survey of India) และ ICRTC (Indian Railway Catering and Tourism Corporation) เพื่อการบูรณะต่อไป



บัตรเข้าชมทัชมาฮาลมี 3 ประเภทคือ ประเภทที่1 สำหรับคนอินเดียคนละ 20 รูปี ประเภทที่2 สำหรับคนในกลุ่มประเทศสมาคมความร่วมมือแห่งภูมิภาคเอเชียใต้ (SAARC) คนละ 510 รูปี ส่วนประเภทสุดท้ายสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ คนละ 750 รูปี

ในส่วนของอัตราค่าเข้าชมสุสาน Humayun คนในประเทศอินเดียและ SAARC เข้าชมฟรี ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นๆ คนละ 250 รูปี และเด็กที่อายุต่ำกว่า15 ปีสามารถเข้าชมได้ฟรีทั้งสองแห่ง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถเลือกเวลาเข้าชมได้อีกด้วย

ที่มา : Business Today | 27 ธันวาคม 2557

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลใน “สายตรงจากอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้

8. Tata Motors เปิดตัวรถบัสปรับอากาศรุ่นใหม่

บริษัท Tata Motors ผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ที่สุดในประเทศอินเดีย เปิดตัวรถบัสปรับอากาศรุ่นใหม่พร้อมระบบ เกียร์อัตโนมัติ เมื่อวันที่ 26 ธันวาคมที่ผ่านมา ที่เมืองอาห์เมดาบาดในรัฐคุชราต

ทั้งนี้ Tata Motors จะผลิตรถบัสปรับอากาศดังกล่าวจำนวน 3,200 คันตามแผนการพัฒนาเมือง (Jawaharlal Nehru National Urban Renewal Mission: JNNURMX ระยะที่สอง ซึ่งรถรุ่นนี้จะช่วยลดความแออัดของถนนได้ แต่วิ่งด้วยความเร็วเพิ่มขึ้นและเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้โดยสาร

รถบัสปรับอากาศพร้อมระบบเกียร์อัตโนมัติของ Tata Motors เหมาะสมที่สุดที่จะนำไปใช้สำหรับระบบรถโดยสารด่วนพิเศษ (BRTS: Bus Rapid Transit System) ซึ่งมีให้บริการอยู่แล้วที่เมืองอาห์เมดาบาด

ทั้งนี้ รายได้ของ Tata Motors อยู่ที่ 2,328,340 ล้านบาทในปีงบประมาณ 2013-2014

ที่มา : Business Today | 27 ธันวาคม 2557



9. ราคาทองคำพุ่งเพราะผู้ผลิตเครื่องประดับซื้อทองคำมากขึ้น

ราคาทองคำปรับตัวสูงขึ้น 100 รูปีต่อ 10 กรัม เป็น 27,100 รูปีต่อสิบกกรัมที่ตลาดทองคำกรุงนิวเดลีเมื่อวันเสาร์ที่ผ่านมา อันเป็นผลมาจากผู้ผลิตเครื่องประดับทองคำซื้อทองคำเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับเทศกาลงานแต่งงานในช่วงนี้

สำหรับเงิน ราคาปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันที่ 300 รูปีต่อกิโลกรัมเป็น 37,300 รูปีต่อกิโลกรัม ซึ่งก็เป็นผลมาจากการซื้อเงินเพิ่มขึ้นของผู้ผลิตเครื่องประดับเพื่อรองรับเทศกาลงานแต่งงานเช่นกัน



ส่วนทองคำที่นิวยอร์กมีราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 เป็น 1,195.30 เหรียญสหรัฐฯ ต่อออนซ์ เพิ่มขึ้นมากที่สุดตั้งแต่วันที่ 9 ธันวาคมที่ผ่านมา ในขณะที่ราคาเงินปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 เป็น 16.14 เหรียญสหรัฐฯ ต่อออนซ์

สำหรับที่กรุงนิวเดลี ทองคำบริสุทธิ์ 99.9% และ 99.5% ราคาปรับตัวเพิ่มขึ้น 100 รูปีต่อ 10 กรัม เป็น 27,100 รูปี และ 26,900 รูปีต่อ 10 กรัม ตามลำดับ

ที่มา : Business Today | 27 ธันวาคม 2557

10. CEO ไมโครซอฟต์ดอตคอมพบโมตี ยินดีสนับสนุน Make In India

นาย Satya Nadella ตำแหน่ง CEO ชาวอินเดียของบริษัทซอฟต์แวร์ชื่อดังระดับโลกไมโครซอฟต์ มีความต้องการที่จะทำให้คนอินเดียทุกคนได้ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุด และได้ให้คำมั่นต่อรัฐบาลอินเดียที่จะสนับสนุนแคมเปญ Digital India และ Make In India ของรัฐบาล ทั้งยังเปิดเผยอีกด้วยว่าในการพบกันทุกครั้งระหว่างเขากับโมตีและคณะรัฐมนตรีของอินเดีย เน้นอนว่าเรื่องของแคมเปญ Digital India และ Make In India จะเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรกเสมอสำหรับไมโครซอฟต์ที่ต้องการสนับสนุนประเทศอินเดีย โดยไมโครซอฟต์ได้รับการร้องขอให้พิจารณาการผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินเดีย และอินเดียยังขอสนับสนุนความรู้ด้านดิจิทัลอีกด้วย



โดยไมโครซอฟต์มีความกระตือรือร้นที่จะทำงานร่วมกับรัฐบาลอินเดียในการจัดหาระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านเทคโนโลยี Wi-Fi อีกทั้งรัฐบาลอินเดียเองก็มีความสนใจเทคโนโลยี White Space ของไมโครซอฟต์ที่สามารถเพิ่มความเร็วของ Wi-Fi ได้มากถึง 16 Mbps ต่อวินาทีอีกด้วย

ที่มา : Hindustan Times | 28 ธันวาคม 2014

จัดทำโดย	วิรดา คูหาวันต์	นักศึกษาฝึกงาน
	ชนิกา สุธรรมสภา	นักศึกษาฝึกงาน

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลใน “สายตรงจากอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมুমไบ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้