

**DITP**



Department of International Trade Promotion  
Ministry of Commerce, Royal Thai Government

**โอกาสของสินค้าไทยในอินเดีย  
และเรื่องที่ต้องรู้  
เมื่อทำการค้า & ธุรกิจในตลาดอินเดีย**

**โดย นางสาวสุพัตรา แสงศรี**

**ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1**

**กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์**

**20 กันยายน 2566**

# สาธารณรัฐอินเดีย



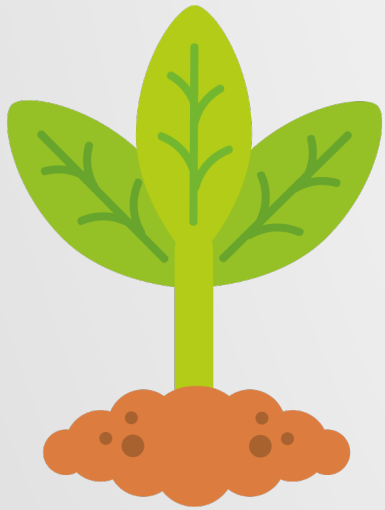
28 รัฐ และ 8 ดินแดนสหภาพ  
ครอบคลุมพื้นที่ 3.3 ล้าน ตร. กม.  
พื้นที่ชายฝั่งทะเล 7,517 กม.

ประชากร 1.4 พันล้านคน  
อันดับที่ 2 ของโลก



นรม. นเรนทร โมที เป็นผู้นำรัฐบาล ออกนโยบายเด่นในการพัฒนาประเทศ เช่น Make in India เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ  
ตั้งฐานการผลิตในอินเดีย เพิ่มการจ้างงาน | Self-reliant India  
พัฒนาห่วงโซ่อุปทานในประเทศ ลดพึ่งพาทนภายนอก | Digital India  
พัฒนาเทคโนโลยี การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ทั้งโครงสร้างพื้นฐาน  
หน่วยงานราชการ และเตรียมพร้อมประชาชนสู่สังคมแห่งข้อมูล  
ข่าวสาร ตลอดจนการปฏิรูป การบริหารราชการให้มีความโปร่งใส  
และมีประสิทธิภาพ

# ภาคธุรกิจสำคัญของอินเดีย



เกษตรกรรม



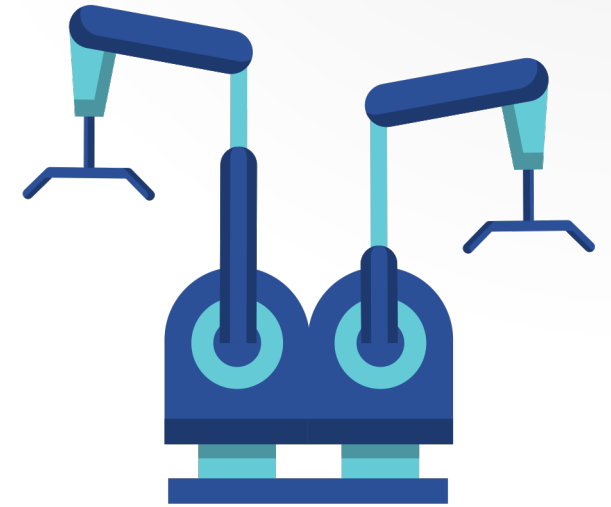
อุตสาหกรรม



บริการ

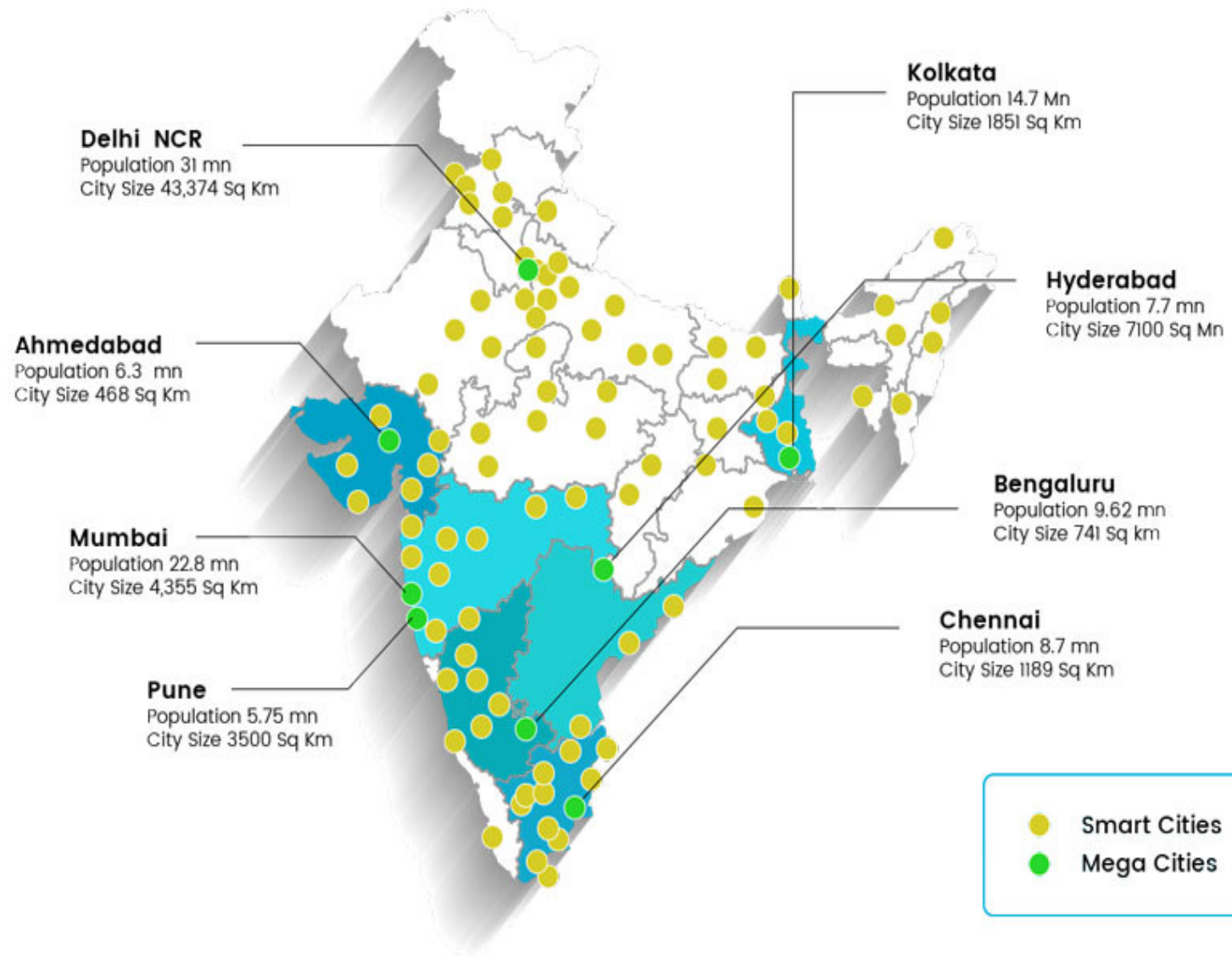


แปรรูปอาหาร



การผลิต

# เมืองหลักของอินเดีย



# เศรษฐกิจ

- S&P มองเศรษฐกิจ ‘อินเดีย’ ยังคงรั้งตำแหน่งเติบโตเร็วที่สุดในช่วง 3 ปีข้างหน้า
- S&P Global Ratings สถาปนจัดอันดับความน่าเชื่อถือชั้นนำของโลกได้คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจอินเดียจะเติบโตเฉลี่ย 6.7% ต่อเนื่องในช่วง 3 ปีข้างหน้าและคงตำแหน่งเป็นประเทศขนาดใหญ่ที่มีเศรษฐกิจเติบโตเร็วที่สุด
- หลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย ยกเว้นจีน เช่น เวียดนามและฟิลิปปินส์คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจน่าจะเติบโตในอัตรา 4.4% ในปีหน้า ส่วนเศรษฐกิจอินเดียยังคงเติบโตรวดเร็วกว่า เนื่องจากกระแสการลงทุนที่เข้มข้นและการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วของตลาดภายในประเทศ
- เศรษฐกิจอินเดียเติบโต 7.2% เมื่อปีงบประมาณ 2023 (สิ้นสุด 30 มีนาคม) โดย S&P ยังคงตัวเลขคาดการณ์อัตราการเติบโตของอินเดียตามเดิมที่คาดว่าจะเติบโต 6% ในปีงบประมาณ 2024 และเพิ่มเป็น 6.9% ในปีงบประมาณ 2025 และ 2026
- ส่วนอัตราเงินเฟ้อคาดการณ์จะลดลงเนื่องจากราคาน้ำมันดิบโลกลดต่ำลงและทำให้อุปสงค์ในการใช้จ่ายอื่นเพิ่มขึ้น โดยคาดว่าอัตราเงินเฟ้อจะอยู่ที่ 5% ในปีงบประมาณ 2024



# India - Thailand: A Special Bond



In 2022, India and Thailand celebrated the 75th anniversary of establishment of diplomatic relations



Thailand (since 1996): Look west policy  
India since 1993): Act East Policy (Formerly, Look East Policy)



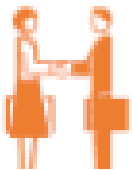
Bilateral Agreements:  
Comprehensive Economic Cooperation Agreement (CECA),  
India Thailand FTA - Early Harvest Scheme (EHS)  
ASEAN-India Trade in goods agreement



27th largest investor in India  
FDI inflows of  
\$1.2 Bn (April 2000-Mar 2023)



2,50,000+  
Indians in Thailand



Bilateral Institutional Mechanisms: Joint Commission Meeting, Foreign Office Consultations, Joint Task Force



India Myanmar Thailand (IMT):

- 1,360 km long IMT Trilateral Highway
- is a highway under construction under India's Look East policy that will connect Moreh, India with Mae Sot, Thailand via Myanmar
- proposal to extend it to Cambodia, Laos and Vietnam



30+ Thai Companies in India

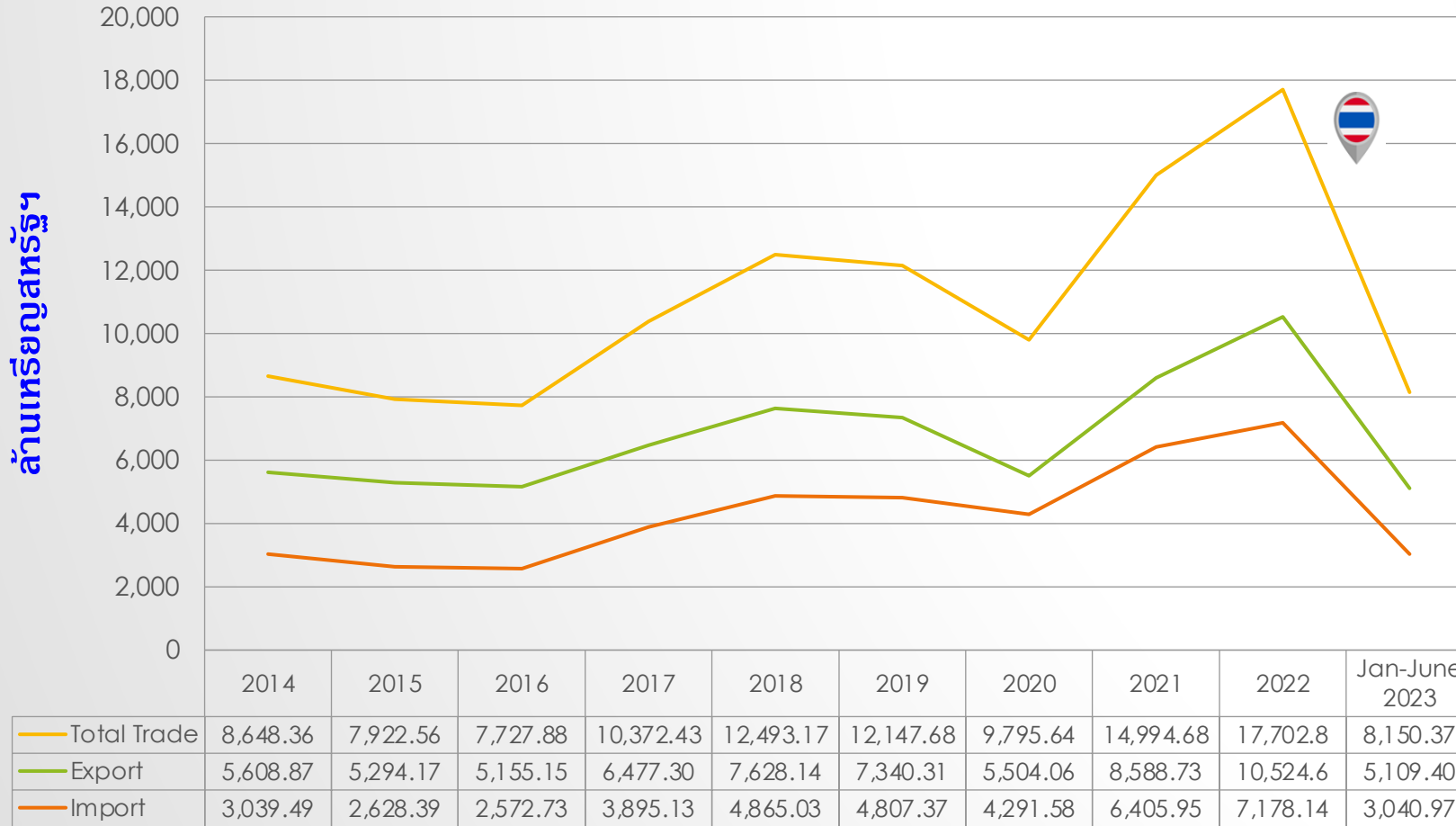
Regional and Sub-regional Cooperation:  
East Asia Summit, ASEAN Regional Forum, BIMSTEC, Mekong Ganga Cooperation (MGC) and Asia Cooperation Dialogue (ACD), IORA, ACMECS



## Opportunities: IMT

- ❑ 70% of the construction project completed as on July 2023: India's Transport Minister
- ❑ Highway once completed will give access to Southeast Asia with a construction of 1400 km long highway
- ❑ IMT will enhance trade ties and open gateways in the fields of business, health, trade, education and tourism among the nations.

# การค้าไทย-อินเดีย



ม.ค. - ก.ค. 2566 การค้าไทย - อินเดีย  
 มูลค่า 9,452.94 ล้านเหรียญสหรัฐฯ  
 (-12.93%) แบ่งเป็นส่งออก 5,963.33  
 ล้านเหรียญฯ (-7.88%) นำเข้า  
 3,489.61 ล้านเหรียญฯ (-20.38%)  
 ไทยได้ดุลการค้า 2,473.72 ล้านเหรียญ  
 สหรัฐฯ

**สินค้าส่งออก** เม็ดพลาสติก ไขมันและ  
 น้ำมันจากพืชและสัตว์ เคมีภัณฑ์ อัญมณี  
 และเครื่องประดับ เหล็ก เหล็กกล้าและ  
 ผลิตภัณฑ์  
**สินค้านำเข้า** เครื่องเพชรพลอย  
 อัญมณี เงินแท่งและทองคำ เครื่องจักรกล  
 และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ พืชและ  
 ผลิตภัณฑ์จากพืช เศษโลหะและผลิตภัณฑ์



ปี 2565 มูลค่าการค้าไทย - อินเดีย สูงเป็นประวัติการณ์ มีมูลค่า 17,702.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ(+19%)  
 และอินเดียขยับขึ้นเป็นคู่ค้าสำคัญอันดับที่ 10 ของไทย มีสัดส่วนการค้าเพิ่มเป็น 3% ของมูลค่าการค้า  
 ระหว่างประเทศของไทย โดยไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้าอย่างต่อเนื่อง

# สินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปอินเดีย ปี 2565

\*มูลค่าของ ม.ค. - ก.ค. 2566



เม็ดพลาสติก

1,162.45 Mil. USD. (+41%)  
\*689.71 Mil. USD. (-5.10%)



ไขมันจากพืชและสัตว์

1,121.98 Mil.USD. (+78%)  
\*593.03 Mil.USD. (-29.35%)



เคมีภัณฑ์

1,090.76 Mil. USD. (+13%)  
\*580.72 Mil. USD. (-19.90%)



อัญมณีและเครื่องประดับ

1,028.53 Mil. USD. (+76%)  
\*352.80 Mil. USD. (-46.32%)



เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์

472 Mil. USD. (+11%)  
\*294.14 Mil. USD. (+9.15%)



เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ

384.79 Mil.USD. (+6%)  
\*226.59 Mil. USD. (-2.85%)



ทองแดงและของทำด้วยทองแดง

374.24 Mil.USD. (+7%)  
\*201.49 Mil. USD. (+8.06%)



เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ

322.68 Mil.USD. (+4%)  
\*244.15 Mil.USD. (+49.52%)

ปี 2565 ไทยส่งออกสินค้าไปอินเดียมูลค่ารวม 10,532.91 ล้านบาทหรือร้อยละ (+46%) และสัดส่วนการส่งออกไปอินเดียเพิ่มขึ้นเป็น 3.7% ของการส่งออกทั้งหมด ส่วน ม.ค.-ก.ค. 2566 ไทยส่งออกไปอินเดีย 5,963.33.40 ล้านบาทหรือร้อยละ (-7.88%)



# สินค้านำเข้าสำคัญจากอินเดียมายังไทย ปี 2565

\*มูลค่าของ ม.ค.-ก.ค. 2566



เครื่องเพชรพลอย

1,895.33 Mil.USD. (+37%)

\*788.70 Mil.USD. (-32.86%)



เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ

1,079.49 Mil.USD. (-8%)

\*497.48 Mil.USD. (-21.56%)



เศษโลหะและผลิตภัณฑ์

580.74 Mil.USD. (+17%)

\*240.06 Mil.USD. (-39.18%)



เคมีภัณฑ์

571.43 Mil.USD. (+4%)

\*347.47 Mil.USD. (-4.69%)



พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช

402.01 Mil.USD. (+46%)

\*271.32 Mil.USD. (-3.80%)



สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง

347.50 Mil.USD. (+31%)

\*163.86 Mil.USD. (+10.09%)



ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม

271.61 Mil.USD. (-7%)

\*156.88 Mil.USD. (+0.82%)



ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์

256.47 Mil.USD. (-5%)

\*128.24 Mil.USD. (-10.52%)

ปี 2565 ไทยนำเข้าจากอินเดียมูลค่า 7,175.10 ล้านบาทหรือร้อยละ (+12%) และสัดส่วนนำเข้าจากอินเดียลดลงเป็น 2.4% ของการนำเข้าทั้งหมด  
ม.ค.-ก.ค. 2566 ไทยนำเข้าจากอินเดีย 3,489.61 ล้านบาทหรือร้อยละ (-20.38%)



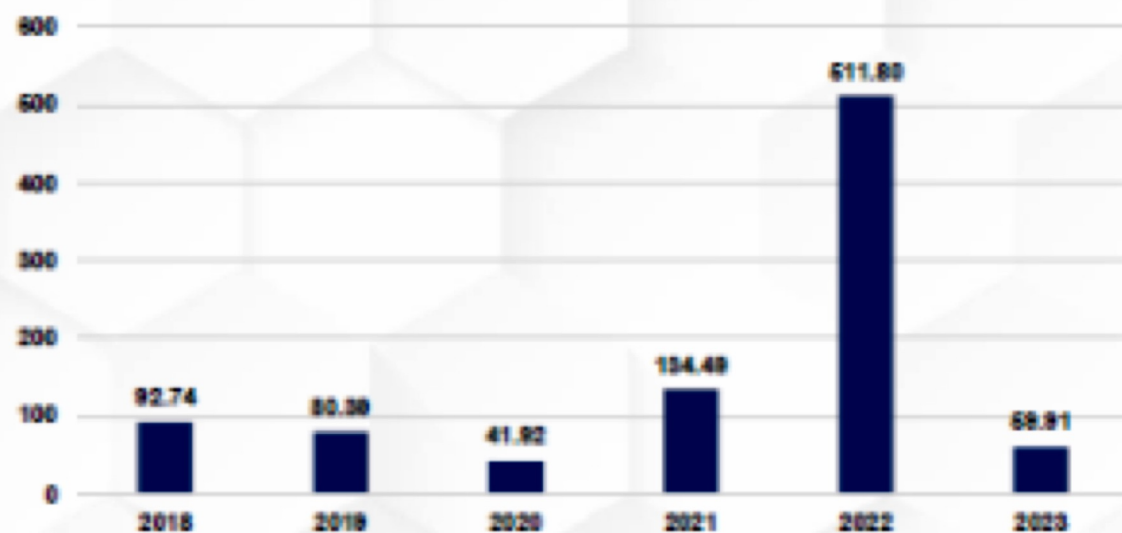
Government of India

# Trends of FDI from Thailand into India



## FDI FROM THAILAND INTO INDIA

Thailand to India (FDI inflow in USD Mn)



## Key Companies



## SECTORS



## STATES



# โอกาสและความท้าทายในอินเดีย

## โอกาส

- อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงสุดในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ 10 อันดับแรก IMF คาดการณ์เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.1 ช่วงปี 2566 - 2571
- ประชากรวัยแรงงานขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกกว่า 180 ล้านคน ช่วยเพิ่มกำลังซื้อในประเทศในระยะยาว | สัดส่วนครัวเรือนรายได้ปานกลางถึงสูงมากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด | ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านอาหารจะเพิ่มขึ้นเป็น 35% ของรายได้ | โอกาสของสินค้าและบริการเพิ่มความสะดวกสบาย เช่น ที่อยู่อาศัย คอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ และส่วนประกอบ
- ความมั่นคงทางอาหารไม่มากนัก ประกอบกับจำนวนประชากรและรายได้เพิ่มขึ้นจึงมีความต้องการอาหารเพิ่มขึ้น เป็นโอกาสของสินค้าเกษตรและอาหาร ธุรกิจอาหาร
- แม้วานโยบาย Make in India และ Self-reliant มุ่งเน้นการผลิต การจ้างงาน และกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ แต่ยังคงอยู่ในช่วงเริ่มพัฒนาประสิทธิภาพและเทคโนโลยีการผลิต เช่น อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ พลังงานทดแทน เป็นโอกาสของกลุ่มวัสดุขั้นกลางเพื่อป้อนเข้าสู่ภาคการผลิตของอินเดีย

## ความท้าทาย

- เป็นตลาดอ่อนไหวกับราคาและต้องการสินค้าคุณภาพ ส่วนราคาจำหน่ายสินค้าอาหารนำเข้าสูงกว่าผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ
- ห่วงโซ่อุปทานยาวและกระจายกระจาย ทำให้สินค้าอาหารมีอายุสั้นลง และการขนส่งใช้เวลานาน
- อัตราภาษีนำเข้าสูง และมาตรการที่มีใช้ภาษีเพิ่มมากขึ้น เช่น มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารที่เข้มงวด มาตรการฉลากผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนโรงงานผู้ผลิตอาหารในประเทศ ผู้ส่งออกที่ส่งมาอินเดีย มาตรการจำกัดด้านนำเข้า และมาตรการใบอนุญาตนำเข้า
- กฎระเบียบเปลี่ยนแปลงบ่อย ไม่แจ้งล่วงหน้า หรือแจ้ง / บังคับใช้กระชั้นชิด ทำให้ผู้ส่งออกและผู้นำเข้าปรับตัวไม่ทัน

# พฤติกรรมผู้บริโภคอินเดียโดยทั่วไป

## ผู้บริโภคอินเดีย 7 กลุ่ม

	Poor Rural	Poor Dreamers	Young and Savvy	Middle India	Connected Aspirants	Conservative Rich	Sophisticated Rich
รายได้เฉลี่ยต่อปี (\$)	2,800	5,200	5,200	6,800	6,800	40,000	40,000
อายุเฉลี่ย (ปี)	43	41	21	47	39	49	35
การศึกษาและอาชีพ	70% ต่ำกว่าม.4	70% ต่ำกว่าม.4	50% จบม.4, 20% จบป.ตรี/โท	70% ต่ำกว่าม.4	45% จบม.4, 25% จบป.ตรี/โท	65% ต่ำกว่าม.4, 30% จบม.4	40% จบม.4, 45% จบป.ตรี/โท
การเข้าถึงสมาร์ตโฟน	5%	10%	65%	10%	95%	15%	95%
คิดเป็นส่วนประชากร (จากปี 2561 ถึงปี 2573)	29% -> 9%	14% -> 11%	11% -> 15%	19% -> 21%	15% -> 19%	4% -> 8%	7% -> 17%



- ชนชั้นกลางขับเคลื่อนการบริโภค
- รายได้เพิ่มขึ้น การบริโภคเพิ่มตาม
- ใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เลือกของที่ดีขึ้น หรือของใหม่ๆ
- โครงสร้างพื้นฐานช่วยกระตุ้นการบริโภคในภาคชนบท
- กลุ่มมิลเลนเนียลและ Generation Z มีบทบาทสำคัญต่อทิศทางตลาด
- การเข้าถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลมีผลต่อการใช้จ่าย
- สินค้ามีคุณภาพช่วยให้อีคอมเมิร์ซเติบโต
- ผู้นำด้านธุรกิจ นโยบาย และประชาสังคมช่วยขับเคลื่อนอนาคตที่ยั่งยืน



## 7 เทรนด์ด้านการบริโภคของชาวอินเดีย

ที่จะยังคงอยู่ต่อไปหลัง COVID-19

ที่มา: McKinsey & Company, May 29, 2020.

- 📱 เข้าสู่ระบบดิจิทัลมากขึ้น
- 🛒 สนใจสินค้าเพื่อการผ่อนคลายและความสะดวกสบาย
- 📱 ไม่ชอบการลงทุนความเสี่ยงสูง
- 🏠 เลือกแบรนด์ราคาถูกลง
- 🏆 อำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ผู้หญิง
- 💡 เลือกที่จะเช่าหรือผ่อนมากกว่าซื้อ
- ✂️ ซื้อสินค้าขนาดใหญ่ขึ้นหรือเล็กลงขึ้นอยู่กับระดับของผู้บริโภค

# ข้อควรคำนึงในการธุรกิจกับอินเดีย

## 1. ศึกษาข้อมูลตลาดและคู่ค้า

- ปรึกษาผู้รู้เรื่องตลาดและอุตสาหกรรมของสินค้า เรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ที่เคยทำธุรกิจในอินเดีย เข้าใจกฎระเบียบและโครงสร้างภาษีนำเข้า และเครือข่ายการจัดจำหน่ายในอินเดียมีความซับซ้อน
- มองหาที่ปรึกษาด้านการตลาดในพื้นที่ เลือกกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่เป้าหมาย ความสะดวกในการขนส่งและกระจายสินค้า หาโอกาสเยี่ยมชมเยือนตลาดและเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในพื้นที่จริงเพื่อทดลองตลาด พิจารณาเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้า เช่น Top Thai Brands / Thailand Week เป็นต้น เพื่อสร้างความเข้าใจตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค สร้างความตระหนักรับรู้ของผลิตภัณฑ์และการเจาะตลาด
- ตรวจสอบการมีตัวตนของคู่ค้าและการจดทะเบียนธุรกิจให้แน่ใจก่อนทำธุรกรรม ระมัดระวังการถูกหลอกลวงต้มตุ๋น
- ระบุคู่ค้า/ผู้นำเข้า/ตัวแทนกระจายสินค้าที่มีตัวตน ไว้วางใจได้ มีเครือข่ายกว้างขวางที่อยู่ในวงการค้า
- ติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่มีผลต่อการค้า เช่น นโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และระมัดระวังการแอบอ้าง/ติดสินบน การละเมิดเครื่องหมายการค้า



# ข้อควรคำนึงในการธุรกิจกับอินเดีย

## 2. ปรับมุมมองและทัศนคติ ตระหนักถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างและแนวทางการทำธุรกิจในอินเดีย

- มองชาวอินเดียในมุมมองใหม่ ปรับทัศนคติบวก ใช้เวลาในการทำความรู้จัก
- พยายามและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้าของท่าน และหุ้นส่วนท้องถิ่น
- ยืดหยุ่นและเปิดรับความแตกต่าง ทำความเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น ช่วงเวลาเทศกาลมีผลต่อยอดขาย
- เตรียมตัวให้พร้อมก่อนเปิดเจรจาการค้ากับชาวอินเดีย ลองฝึกฝนใช้ธรรมเนียมท้องถิ่นกับคู่ค้า



# ข้อควรคำนึงในการธุรกิจกับอินเดีย

## 3. การสร้างสัมพันธภาพเป็นสิ่งจำเป็นในวัฒนธรรมของอินเดีย แม้จะต้องใช้เวลา

- เข้าหาผู้อ่านาจตัดสินใจได้ถูกคนทั้งภาครัฐและเอกชน สังคมอินเดียเคารพระดับชั้นทางสังคม ไม่ชอบเสียหน้า ควรเลี่ยงการติหรือวิจารณ์ทางลบ
- อดทนในการสร้างความสัมพันธ์และความคุ้นเคยอย่างต่อเนื่อง
- ติดตามและรักษาการติดต่อสัมพันธ์กับเครือข่ายลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

## 4. ศึกษาและหลีกเลี่ยงความเสี่ยง

- ใช้รูปแบบการชำระเงินที่มีความเสี่ยงต่ำ เมื่อตกลงจะซื้อ-ขายระหว่างกันแล้ว ผู้ส่งออกควรพิจารณารูปแบบหรือเงื่อนไขการชำระเงินและการส่งมอบสินค้าที่ปลอดภัยและมั่นใจที่จะได้รับเงิน
- หลีกเลี่ยงการติดสินบนและการทุจริต
- ระมัดระวังการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา



# ภาพงานกิจกรรม ณ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เมืองมุมไบ

งาน TOP THAI BRANDS และนิทรรศการ T MARK ณ MANPHO CONVENTION CENTER เมืองบังกาลอร์  
ระหว่างวันที่ 9-11 มิถุนายน 2566





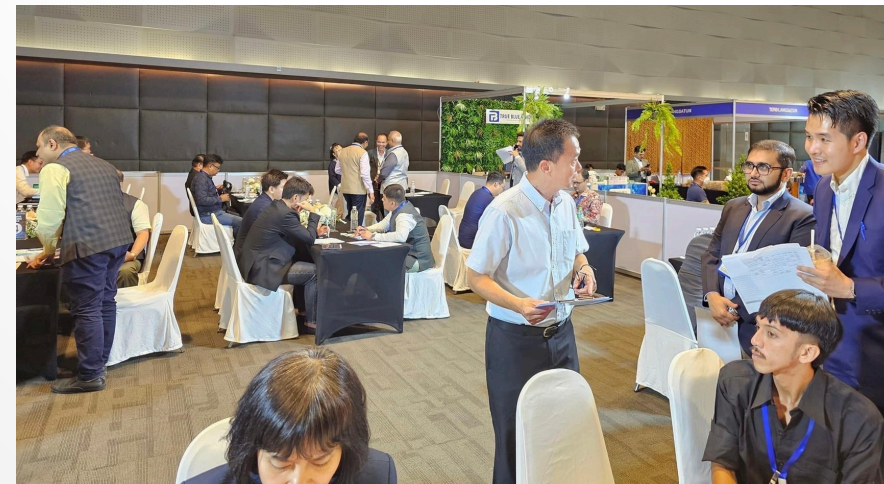
# ภาพงานกิจกรรม ณ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เมืองมุมไบ

โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยในห้าง LULU MALL เมืองบังคาลอร์ รัฐกรณาฏกะ  
ระหว่างวันที่ 13-27 มิถุนายน 2566



# ภาพงานกิจกรรม ณ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เมืองมุมไบ

โครงการผลักดันและส่งเสริมการค้าในตลาดเอเชียใต้ ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์สุราษฎร์ธานี และสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างวันที่ 24-26 สิงหาคม 2566



# ขอขอบคุณ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์



[southasiaofDITP@gmail.com](mailto:southasiaofDITP@gmail.com)



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ DITP



1 1 6 9



[www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th)