

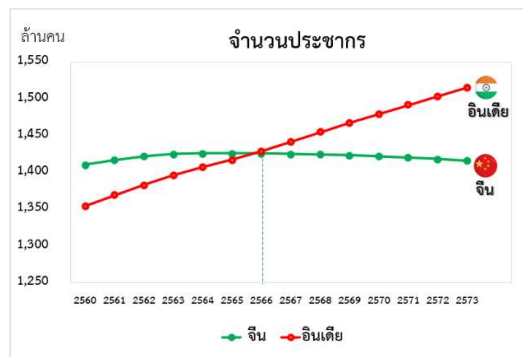
## India ไม่ไปไม่ได้แล้ว

เมื่อกล่าวถึงประเทศที่เป็นดาวจรัสแสงท่ามกลางสถานการณ์ตลาดโลกที่เผชิญกับวิกฤตเข้ามาเป็นระลอก ตั้งแต่ COVID-19 ต่อเนื่องด้วยวิกฤตความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับยูเครน และวิกฤตเศรษฐกิจที่กำลังก่อตัวขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก จากปัญหาเงินเฟ้อในปัจจุบันที่สูงทำลายสถิติในรอบหลายสิบปี คงหนีไม่พ้นประเทศอินเดียซึ่งสามารถใช้จังหวะวิกฤตสร้างโอกาสก้าวเข้ามามีบทบาทเทียบเคียงกับประเทศมหาอำนาจได้อย่างรวดเร็ว และกลายเป็นตลาดส่งออกที่โดดเด่นน่าจับตามองมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

### ทำไมอินเดียจึงเป็นตลาดส่งออกที่ไม่ควรมองข้าม

#### ▶ คาดอินเดียจะมีจำนวนประชากรแซงจีน

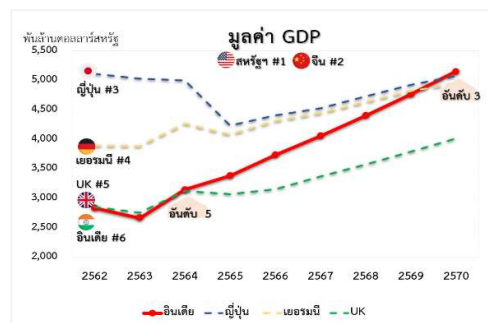
อินเดียและจีนเป็นเพียง 2 ประเทศที่มีประชากรมากกว่า 1 พันล้านคน ซึ่งองค์การสหประชาชาติ (United Nations : UN) คาดว่า ในปี 2566 อินเดียจะมีจำนวนประชากรแซงหน้าจีน โดยอินเดียจะมีประชากร 1,428 ล้านคน สูงกว่าจีนซึ่งอยู่ที่ 1,425 ล้านคน และประชากรอินเดียยังมีทิศทางเพิ่มขึ้นต่อเนื่องไปอีกอย่างน้อย 30 ปี ที่สำคัญ 2 ใน 3 ของประชากรอินเดีย หรือราว 900 ล้านคนยังอยู่ในวัยแรงงาน ทำให้อินเดียเป็นตลาดที่หลายประเทศให้ความสนใจในแง่การเป็นตลาดส่งออกขนาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยคนหนุ่มสาวที่พร้อมออกมาจับจ่ายใช้สอย



ที่มา : World Population Prospects 2022

#### ▶ เศรษฐกิจอินเดียโตแรงเตรียมขึ้นแท่น Top 3

อินเดียสามารถพลิกฟื้นเศรษฐกิจซึ่งได้รับผลกระทบอย่างมากจาก COVID-19 ให้กลับมามีเติบโตในระดับสูงถึงเฉลี่ยเกือบ 8% ต่อปี ช่วงปี 2564-2565 และขยับขึ้นมาเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลกแทนที่สหราชอาณาจักร (United Kingdom : UK) ล่าสุดจากประมาณการของ IMF ณ เดือนเมษายน 2566 พบว่าเศรษฐกิจของอินเดียจะยังเติบโตต่อเนื่อง และมีโอกาสจะแซงหน้าเยอรมนีและญี่ปุ่นขึ้นเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ อันดับ 3 ของโลกรองจากสหรัฐฯ และจีนได้ในปี 2570



ที่มา : IMF, April 2023

จากตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่และยังมีแนวโน้มใหญ่ขึ้นต่อเนื่อง ประกอบกับเศรษฐกิจที่มีทิศทางเติบโต ซึ่งส่งผลให้รายได้ผู้บริโภคในอินเดียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดย IMF ประเมินว่ารายได้ต่อหัวจะเพิ่มขึ้นจาก 2,601 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2566 เป็น 3,466 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2570 หรือเพิ่มขึ้นราว 35% ในอีก 5 ปีข้างหน้า สะท้อนถึงกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นมาก จึงไม่น่าแปลกใจที่อินเดียจะเป็นตลาดเนื้อหอมที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

## โอกาสของผู้ประกอบการไทยในตลาดอินเดีย

ที่ผ่านมาอินเดียอาจไม่ใช่ตลาดเป้าหมายหลักของผู้ส่งออกไทย สะท้อนได้จากสัดส่วนต่อการส่งออกของไทยไปอินเดียยังอยู่เพียงราว 2-4% ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดของไทย แต่ขณะนี้นับว่าเป็นจังหวะที่ดีของผู้ส่งออกไทยในการขยายตลาดส่งออกไปอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ เติบโตสูง และผู้บริโภคกำลังซื้อเพิ่มขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยงจากตลาดหลักที่เศรษฐกิจชะลอตัว โดยสินค้าที่คาดว่าจะมีโอกาสเติบโตดี ได้แก่



**สินค้าอุปโภคบริโภค** ซึ่งไทยมีสินค้าหลายรายการที่มีศักยภาพในการส่งออกไปอินเดีย เช่น น้ำมันพืช เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ อัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงอาหาร โดยเฉพาะอาหารมังสวิรัติ เนื่องจากอินเดียเป็นประเทศที่มีผู้รับประทานมังสวิรัติมากที่สุดในโลก โดยกว่า 1 ใน 3 ของประชากรอินเดียรับประทานมังสวิรัติ



**สินค้าขั้นกลาง** เช่น เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ และชิ้นส่วนรถยนต์ เพื่อนำไปใช้ในภาคการผลิตในประเทศ จากการศึกษาอินเดียจะก้าวเป็นโรงงานแห่งใหม่ของโลก (New Factory of the World) ตามนโยบาย Make in India ทำให้มีความต้องการวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลางเพิ่มขึ้นอีกมาก ทั้งนี้ อินเดียเป็นฐานการผลิตของบริษัทยักษ์ใหญ่หลายแห่งอย่าง Apple, Xiaomi, Honda และ Hyundai อีกทั้งอินเดียยังมีการผลิตสินค้าจำนวนมากภายใต้แบรนด์ของตนเอง อาทิ อุตสาหกรรมรถยนต์มีแบรนด์อย่าง Tata Motor และ BAJAJ หรือมือถือก็มีแบรนด์อย่าง Lava และ Micromax ส่งผลให้ปัจจุบันอินเดียเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่อันดับ 4 ของโลก และผู้ผลิต Smartphone รายใหญ่อันดับ 2 ของโลก

สำหรับการรุกตลาดอินเดียนั้น เนื่องจากอินเดียเป็นตลาดที่มีความหลากหลายของวัฒนธรรม ภูมิประเทศ เชื้อชาติ และระดับรายได้ ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคหลากหลายตามไปด้วย ผู้ประกอบการจึงควรทำความเข้าใจรูปแบบธุรกรรม การบริโภคของผู้บริโภคอินเดียก่อนจะนำไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์เพื่อเจาะตลาดอินเดียต่อไป

Icon made by Flat Icons, eucalypt, digihal, rijajulislam and Freepik from www.flaticon.com

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด