



สรุปงานเสวนา

# Unlock India เปิดประตูสู่อินเดีย

วันที่ 1 เมษายน 2569

ณ ห้องบัวหลวง ชั้น 30 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ สีลม







**Unlock India**  
**เปิดประตูสู่อินเดีย**



## บทนำ

งานเสวนา “Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย” จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยธนาคารกรุงเทพ เพื่อสะท้อนบทบาทของอินเดียในฐานะหนึ่งในประเทศที่กำลังก้าวขึ้นมาเป็นกลไกสำคัญของเศรษฐกิจโลกในอนาคต ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก อินเดียกำลังได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั่วโลกมากขึ้น ทั้งจากขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ การเติบโตของชนชั้นกลาง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และศักยภาพของตลาด ผู้บริโภคที่ยังขยายตัวได้อีกมากในระยะยาว

งานเสวนาครั้งนี้จึงไม่ได้มุ่งเพียงการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอินเดียในภาพรวม แต่ยังชี้ให้เห็นถึง ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและอินเดีย ทั้งด้านการค้า การลงทุน อุตสาหกรรม และโอกาสใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในหลายภาคธุรกิจ ตั้งแต่อาหาร เกษตร สุขภาพ เทคโนโลยีดิจิทัล พลังงานสะอาด ไปจนถึงอุตสาหกรรมยานยนต์และการผลิต

ภายในงานยังมีการแลกเปลี่ยนมุมมองจากภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทยที่มีประสบการณ์ตรงในการดำเนินธุรกิจอินเดีย ซึ่งช่วยสะท้อนให้เห็นว่า แม้อินเดียจะเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง แต่ก็เป็ตลาดที่มีความซับซ้อนและมีความแตกต่างกันในแต่ละรัฐ ทั้งด้านภาษา วัฒนธรรม กฎระเบียบ และรูปแบบ การทำธุรกิจ การเข้าใจบริบทของแต่ละพื้นที่ การเลือกพันธมิตรที่เหมาะสม และการมองอินเดียในระยะยาว จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จได้

เอกสารฉบับนี้จึงรวบรวมสาระสำคัญจากงานเสวนา เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ นักลงทุน และ ผู้ที่สนใจอินเดีย ให้สามารถมองเห็นทั้งโอกาส ความเสี่ยง และบทเรียนจากประสบการณ์จริงขององค์กรไทยที่เข้าไปดำเนินธุรกิจอินเดียแล้วอย่างเป็นรูปธรรม

**ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)**





# เสวนาร่วม

## “โอกาสของไทยในอินเดีย”

### บรรยายโดย

คุณชวนาท กิ่งสัมพันธ์ เอกอัครราชทูต ณ กรุงนิวเดลี  
คุณศิริพร ตันติปัญญาเทพ กงสุลใหญ่ ณ เมืองกัลกัตตา  
คุณรชา อาธิพรรค กงสุลใหญ่ ณ เมืองเจนไน

### ดำเนินรายการโดย

ดร.กอบศักดิ์ ภูตระกูล  
กรรมการรองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

## เหตุผลที่อินเดียเป็นจุดหมายใหม่ของธุรกิจไทย

ดร.กอบศักดิ์ ภูตระกูล

กรรมการรองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

ไทยกำลังเผชิญข้อจำกัดด้านการเติบโต ทางเศรษฐกิจ โดยอัตราการเติบโตต่ำกว่า 2% ต่อเนื่องหลายปี ขณะเดียวกัน ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก สงครามการค้า และนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ทำให้ การพึ่งพาตลาดเดิมมีความเสี่ยงสูงขึ้นเรื่อย ๆ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมองหาตลาดใหม่ที่สามารถเป็น แรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระยะยาวได้ และอินเดียคือหนึ่งในตลาดที่ถูกจับตามองมากที่สุด เพราะแม้จะอยู่ ท่ามกลางภาวะสงครามการค้าโลก การส่งออกของไทยไปอินเดียยังเติบโตได้ราว 10% สะท้อนให้เห็นว่า ตลาดแห่งนี้ยังมีศักยภาพในการขยายตัวอีกมาก

อินเดียกำลังมีบทบาทมากขึ้นในฐานะ “เครื่องยนต์ใหม่” ของเศรษฐกิจไทย เพราะมีทั้งจำนวนประชากร มหาศาล ชนชั้นกลางที่ขยายตัวรวดเร็ว และกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภาพจำเดิมเกี่ยวกับอินเดีย ในฐานะประเทศยากจนหรือเต็มไปด้วยข้อจำกัดจึงเริ่มไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงอีกต่อไป เนื่องจาก อินเดียกำลังอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนผ่านครั้งใหญ่ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน เมืองใหม่ เทคโนโลยี การบริโภค และรายได้ของประชาชน ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับจีนเมื่อประมาณ 20 ปีก่อน

อินเดียจึงไม่ได้เป็นเพียงตลาดส่งออก แต่กำลังกลายเป็นตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่มีความต้องการสินค้า และบริการหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มอาหาร อาหารแปรรูป สุขภาพ ความงาม เวลเนส โรงแรม การท่องเที่ยว และบริการระดับพรีเมียม เพราะอินเดียไม่ได้มีเพียงประชากรฐานล่าง แต่ยังมีกลุ่มผู้มี รายได้สูงจำนวนมาก ซึ่งเพียงเฉพาะกลุ่มคนรายได้สูงของอินเดียก็มีจำนวนมากกว่าประชากรทั้งประเทศ ของไทยแล้ว





อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อินเดียน่าสนใจ คือการเติบโตของนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมายังประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มครอบครัว และกลุ่มที่เดินทางมาจัดงานแต่งงาน ซึ่งมักมีการใช้จ่ายในระดับสูง และพักอยู่เป็นเวลานาน ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร เวดดิ้ง อีเวนต์ และบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีโอกาสเติบโตควบคู่ไปกับการขยายตัวของตลาดอินเดีย

อย่างไรก็ตาม อินเดียไม่ใช่ตลาดที่สามารถมองแบบภาพรวมเพียงประเทศเดียวได้ เพราะแต่ละรัฐมีลักษณะเศรษฐกิจ วัฒนธรรม ภาษา พฤติกรรมผู้บริโภค และกฎระเบียบที่แตกต่างกัน

บางรัฐเหมาะกับอุตสาหกรรมการผลิต บางรัฐเหมาะกับเทคโนโลยี บางรัฐเหมาะกับการค้าปลีกหรือการเกษตร ดังนั้น การเข้าไปทำธุรกิจในอินเดียจึงต้องเลือกพื้นที่ให้เหมาะกับประเภทของธุรกิจ และต้องศึกษาเป็นรายรัฐมากกว่ามองอินเดียเป็นประเทศเดียว

ในมุมมองนี้ อินเดียจึงไม่ใช่เพียงตลาดใหม่ แต่เป็นตลาดยุทธศาสตร์ที่ไทยต้องให้ความสำคัญมากขึ้น หากต้องการกระจายความเสี่ยงจากตลาดเดิม และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในระยะยาว



ที่มา : ภาพบรรยากาศในงานเสวนา



ที่มา : ภาพบรรยากาศในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

## อินเดียในฐานะยุทธศาสตร์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก

คุณชวนาก ทั้งสัมพันธ์  
เอกอัครราชทูต ณ กรุงนิวเดลี

โลกกำลังเปลี่ยนเข้าสู่ยุคหลายขั้วอำนาจ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และความมั่นคง ส่งผลให้ห่วงโซ่อุปทานและโครงสร้างเศรษฐกิจโลกปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ประเทศที่สามารถรักษาความสัมพันธ์กับหลายฝ่ายได้อย่างสมดุลจึงมีบทบาทมากขึ้น และอินเดียเป็นหนึ่งในประเทศที่โดดเด่นที่สุด เพราะไม่ได้เป็นเพียงตลาดขนาดใหญ่ แต่กำลังก้าวขึ้นมาเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก ทั้งในฐานะตลาดผู้บริโภค ฐานการผลิต และศูนย์กลางของห่วงโซ่อุปทานใหม่

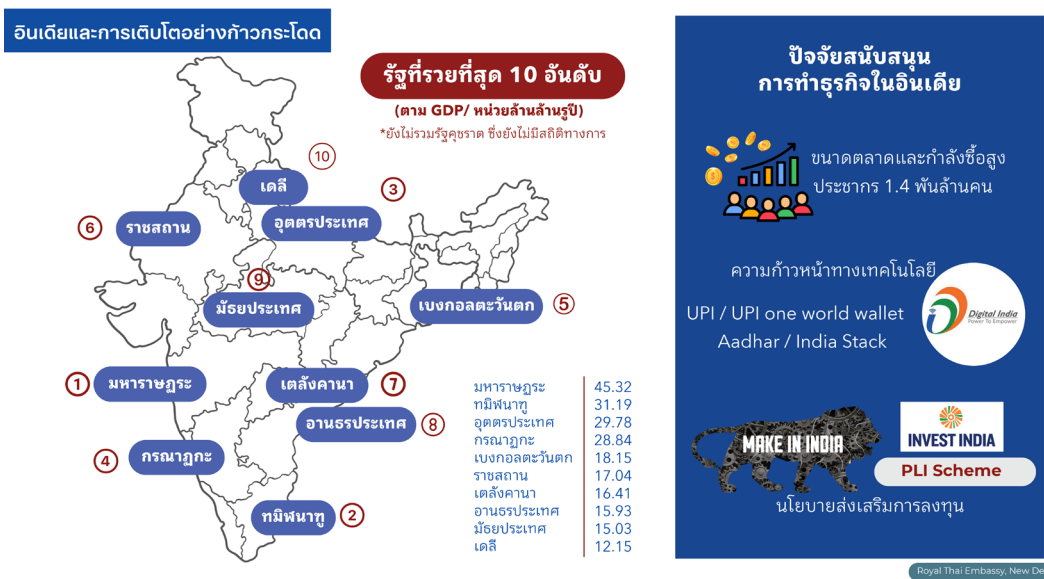
จุดแข็งสำคัญของอินเดียอยู่ที่โครงสร้างประชากรกว่า 1.4 พันล้านคน และการขยายตัวของชนชั้นกลางที่ทำให้กำลังซื้อภายในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลอย่างก้าวกระโดด ทั้งระบบ Aadhaar ซึ่งเป็น Digital ID ของประชาชน ระบบชำระเงินแบบเรียลไทม์อย่าง UPI ที่ครอบคลุมธุรกรรมถึง 83% ของทั้งประเทศ และแพลตฟอร์ม India Stack ที่ช่วยให้ประชาชนเข้าถึงบริการทางการเงินและภาครัฐได้ทั่วถึง สิ่งเหล่านี้ทำให้อินเดียกลายเป็นหนึ่งในประเทศที่ระบบฟินเทคและดิจิทัลเพย์เมนต์เติบโตเร็วที่สุดในโลก

นอกจากศักยภาพด้านตลาดและเทคโนโลยีแล้ว อินเดียยังมีนโยบายสำคัญอย่าง Make in India และ Production Linked Incentive ที่ช่วยดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และผลักดันให้อินเดียกลายเป็นฐานการผลิตใหม่ของโลก

## “อินเดียเติบโตทั้งในเมืองใหญ่ เมืองรอง และชนบท... Growth Everywhere”

โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์ ดิจิทัล และพลังงานสะอาด ขณะเดียวกัน ไทยและอินเดียก็มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น ทั้งด้านการค้า การเดินทาง และการท่องเที่ยว โดยมีเที่ยวบินตรงมากกว่า 400 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และมีนักท่องเที่ยวอินเดียเดินทางมาไทยประมาณ 2.5 ล้านคนต่อปี ไทยยังมีความตกลง FTA ไทย-อินเดีย และ FTA อาเซียน-อินเดีย ที่ช่วยเอื้อต่อการค้าและการลงทุน รวมถึงสามารถใช้สิทธิประโยชน์จาก FTA ระหว่างอินเดียกับสหภาพยุโรป เพื่อเชื่อมต่อไปยังตลาดยุโรปได้อีกด้วย

โอกาสสำคัญสำหรับธุรกิจไทยจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภค แต่ยังครอบคลุมอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป สุขภาพ เวลเนส เทคโนโลยีดิจิทัล ฟินเทค และพลังงานสะอาด ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวโน้มการเติบโตของอินเดียในระยะยาว อย่างไรก็ตาม แม้อินเดียจะเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง แต่ก็ไม่ใช่อะไรที่เข้าใจได้ง่าย เพราะแต่ละรัฐมีลักษณะเศรษฐกิจ ภาษา วัฒนธรรม และกฎระเบียบที่แตกต่างกันมาก การเข้าสู่ตลาดอินเดียจึงต้องเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมกับประเภทของธุรกิจ และควรเริ่มต้นจากการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรท้องถิ่นในแต่ละรัฐ เพื่อให้สามารถเข้าถึงตลาดและขยายธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ที่มา: เอกสารประกอบภายในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

## อินเดียตะวันออก: พื้นที่โอกาสใหม่ที่กำลังเติบโต

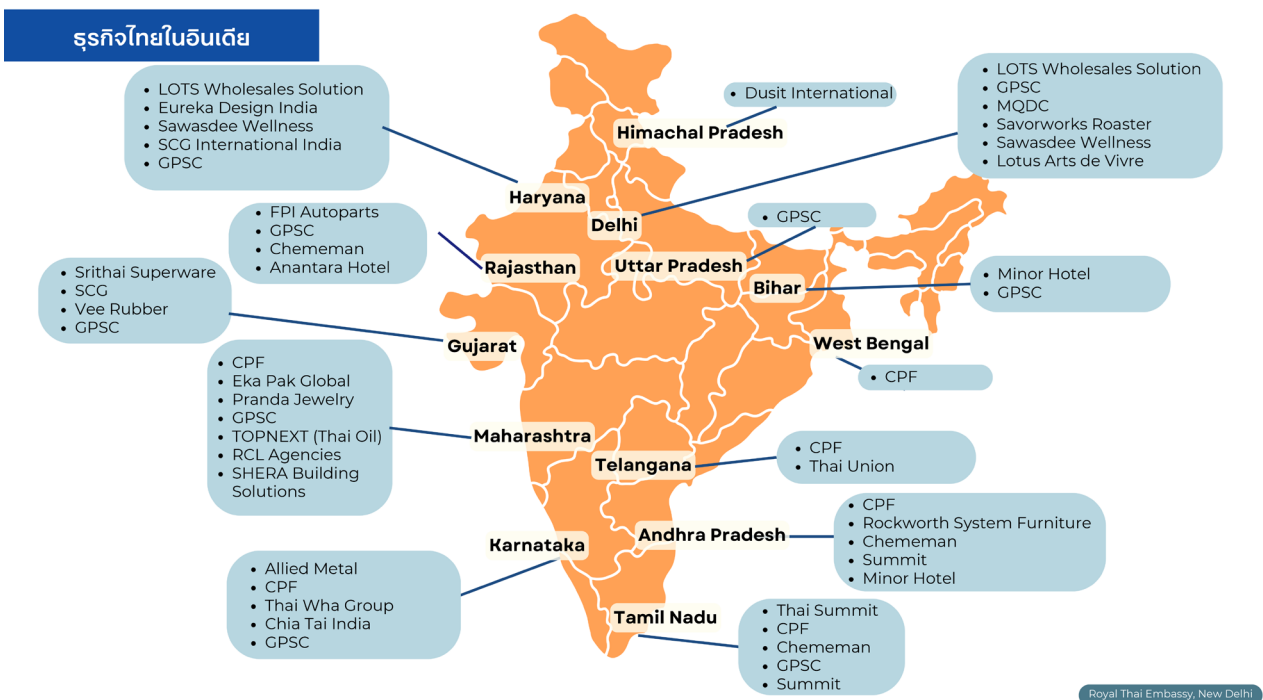
คุณศิริพร ตันติปัญญาเทพ  
กงสุลใหญ่ ณ เมืองกัลกัตตา

อินเดียกำลังก้าวขึ้นเป็นหนึ่งในผู้เล่นสำคัญของเศรษฐกิจโลก หลังจากเคยถูกมองว่าเป็นประเทศที่มีข้อจำกัดด้านโครงสร้างและการพัฒนา โดยเปรียบว่าอินเดียเคยเป็น “หนุมานที่ถูกฤาษีสาปให้ลืมนพลัง” แต่ปัจจุบันกำลังฟื้นศักยภาพของตนเอง และมีแนวโน้มก้าวขึ้นเป็นเศรษฐกิจใหญ่อันดับ 3 ของโลก ในอนาคต ด้วยขนาดเศรษฐกิจที่เติบโตสูง ฐานประชากรจำนวนมาก และสัดส่วนคนวัยหนุ่มสาวที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ ขณะเดียวกัน เศรษฐกิจอินเดียยังพึ่งพาอุปสงค์ภายในประเทศเป็นหลัก ซึ่งคิดเป็นประมาณ 61.5% ของ GDP ทำให้มีความยืดหยุ่นต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลกมากกว่าหลายประเทศ

การเติบโตของอินเดียไม่ได้เกิดขึ้นเพียงในเมืองใหญ่ แต่เป็นผลจากการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างอย่างต่อเนื่อง ทั้งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ เช่น ถนน ท่าเรือ สนามบิน และระบบโลจิสติกส์ ควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ทั้งระบบ Digital ID ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ช่วยให้ตลาด E-commerce ของอินเดียเติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่งของโลก



ที่มา : ภาพบรรยากาศในงานเสวนา



ที่มา: เอกสารประกอบการภายในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

# “อินเดียไม่ได้เป็นเพียงที่ตั้ง Startup แต่เป็นโรงงานผลิต Startup และ Unicorn มากเป็นอันดับ 3 ของโลก”

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงในพื้นที่ชนบท นอกจากนี้อินเดียยังกลายเป็นแหล่งกำเนิดของสตาร์ทอัพและยูนิคอร์นจำนวนมาก ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

การเติบโตดังกล่าวเริ่มกระจายออกจากเมืองหลักไปสู่เมืองรองและพื้นที่ชนบทมากขึ้น โดยเฉพาะภูมิภาคตะวันออกของอินเดีย ซึ่งเคยถูกมองว่าล้าหลัง แต่ปัจจุบันกลับกลายเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง รัฐอย่าง พินหาร เบงกอลตะวันตก โอทิสซา ฌาร์ขัณฑ์ และ ฉัตตีสครห์ มีประชากรรวมกันมากกว่า 350 ล้านคน และมีชนชั้นกลางราว 70 ล้านคนที่กำลังเติบโต หลายรัฐมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ที่ 7–13% ต่อปี และบางช่วงอาจสูงถึง 20% สะท้อนถึงพลังทางเศรษฐกิจที่กำลังก่อตัวขึ้นในพื้นที่ที่ยังมีการแข่งขันต่ำ อีกปัจจัยสำคัญคือการเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของอินเดียตะวันออก โดยเฉพาะ ท่าเรือ Tajpur และ ท่าเรือ Paradip ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้า หากสามารถเชื่อมโยงเส้นทางเดินเรือระหว่างอินเดียฝั่งตะวันออกกับ ท่าเรือระนอง ได้ จะช่วยลดระยะเวลาเดินทางเหลือเพียง 3–5 วัน ลดต้นทุนโลจิสติกส์ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับธุรกิจไทย โอกาสในอินเดียตะวันออกไม่ได้กระจายเท่ากันทุกอุตสาหกรรม แต่จะโดดเด่นในสาขาที่ไทยมีความเชี่ยวชาญ เช่น การแปรรูปอาหาร ระบบห้องเย็น และคลังสินค้า โลจิสติกส์ พลังงานสะอาด และการท่องเที่ยว เนื่องจากอินเดียมีผลผลิตทางการเกษตรจำนวนมาก แต่ยังขาดเทคโนโลยีที่ช่วยยืดอายุสินค้า รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานด้านการจัดเก็บและขนส่งที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นช่องว่างสำคัญที่ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าไปต่อยอดได้ โดยแนวทางที่เหมาะสมคือเริ่มจากโครงการขนาดเล็ก เรียนรู้ตลาดให้เร็ว และค่อยขยายธุรกิจเมื่อมีความเข้าใจและสร้างฐานที่มั่นคงได้แล้ว

## อินเดียใต้: ศูนย์กลางการผลิตและเทคโนโลยี

คุณธนา อารีพรรค กงสุลใหญ่ ณ เมืองเจนไน

อินเดียใต้กำลังก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจด้านการผลิต เทคโนโลยี และนวัตกรรมของประเทศ โดยหลายรัฐในภูมิภาคนี้มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจมากกว่า 10% ต่อปี และมีบทบาทสำคัญทั้งด้านอุตสาหกรรม การส่งออก และเทคโนโลยีขั้นสูง ทำให้อินเดียใต้กลายเป็นเครื่องจักรสำคัญของเศรษฐกิจอินเดียในปัจจุบัน

เจนไน ในรัฐทมิฬนาฑู เป็นศูนย์กลางสำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์ระดับโลก และได้รับการขนานนามว่าเป็น “Detroit of Asia” เนื่องจากเป็นฐานการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนขนาดใหญ่ของหลายบริษัทชั้นนำ ส่งผลให้เกิดระบบนิเวศด้านการผลิตที่ครบวงจร ทั้งอุตสาหกรรมชิ้นส่วน โลจิสติกส์ และซัพพลายเชนที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังเป็นพื้นที่สำคัญของการเปลี่ยนผ่านไปสู่อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในอินเดีย

ด้านเทคโนโลยี บังกาลอร์ ในรัฐกรณาฏกะ ได้รับการขนานนามว่าเป็น “Silicon Valley of India” เพราะเป็นที่ตั้งของบริษัทเทคโนโลยีระดับโลก เช่น Google และ Amazon รวมถึงธุรกิจดาต้าเซ็นเตอร์จำนวนมาก เมืองนี้ยังมีบทบาทสำคัญด้านเทคโนโลยีอวกาศ การพัฒนาซอฟต์แวร์ และสตาร์ทอัพ ทำให้เป็นพื้นที่ที่ดึงดูดทั้งนักลงทุนและแรงงานทักษะสูงจากทั่วโลก



ที่มา : ภาพบรรยากาศในงานเสวนา

อีกพื้นที่สำคัญคือ ไฮเดอราบัด ในรัฐเตลังคานา ซึ่งเป็นศูนย์กลางการผลิตยาและเวชภัณฑ์ระดับโลก มีความสามารถในการผลิตยาที่มีมาตรฐานสากลในต้นทุนที่ต่ำกว่ายาตะวันตกอย่างมาก รวมถึงการผลิตวัคซีนจำนวนมากเพื่อส่งออกไปทั่วโลก นอกจากนี้ ไฮเดอราบัดยังเป็นที่ตั้งของ T-Hub ซึ่งเป็นศูนย์รวมของบริษัทสตาร์ทอัพและเทคโนโลยีใหม่จำนวนมาก ทำให้เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงด้านนวัตกรรมและธุรกิจสุขภาพในอนาคต

นอกจากนี้ อนุรัฐประเทศ ยังมีบทบาทสำคัญด้านโลจิสติกส์และการค้า โดยมีวิสาหกิจขนาดใหญ่ เป็นที่ตั้งของท่าเรือน้ำลึกขนาดใหญ่ ซึ่งช่วยสนับสนุนการส่งออกและการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่ รวมถึงมี Sri City ซึ่งเป็นนิคมอุตสาหกรรมที่มีบริษัทไทยเข้าไปลงทุนแล้วจำนวนหนึ่ง ขณะที่ เกรละ แม้จะเป็นที่รู้จักด้านการท่องเที่ยว แต่ก็มีการพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและ IT Park อย่างต่อเนื่อง โดยมีบริษัทข้ามชาติเข้าไปลงทุนจำนวนมาก

อีกประเด็นสำคัญของการทำธุรกิจในอินเดียคือ การมี Local Partner ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญของการเข้าสู่ตลาด เนื่องจากโครงสร้างธุรกิจอินเดียจำนวนมากยังมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว และให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และเครือข่ายทางธุรกิจในท้องถิ่น การมีพันธมิตรที่เข้าใจตลาด กฎระเบียบ และวัฒนธรรม

## “เจนไน เป็น Detroit of Asia ฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญ ของอินเดียใต้”

การทำธุรกิจในแต่ละรัฐ จะช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จได้มากขึ้น นักลงทุนไทยสามารถใช้เครือข่ายของ BOI สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ และ หอการค้าไทย-อินเดีย เพื่อค้นหา Local Partner และทำ Business Matching ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพรวมของอินเดียใต้จึงสะท้อนถึงเศรษฐกิจที่กำลังเปลี่ยนผ่านสู่ความทันสมัย มีทั้งอุตสาหกรรมการผลิตเทคโนโลยี และนวัตกรรมควบคู่กัน พร้อมทั้งมีแรงงานจำนวนมากและต้นทุนที่แข่งขันได้ ทำให้เป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีศักยภาพสูงสำหรับการลงทุนและความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนาคต โดยเฉพาะในบริบทของไทยที่สามารถต่อยอดความร่วมมือทั้งด้านอุตสาหกรรมเทคโนโลยี และสาธารณสุขได้อย่างมีนัยสำคัญ

Incentive for Investment		
States	Minimum Wage (Monthly - INR)	Key subsidies & Incentives
Tamil Nadu	14,000 - 16,000	100% Stamp duty exemption, SGST Reimbursement & 5 year electricity tax exemption
Karnataka	15,000 - 16,200	100% Stamp duty exemption, SGST Reimbursement & power traiff concession
Telangana	13,500 - 14,000	100% Stamp duty exemption, SGST refund (5 years), electricity subsidy
Andhra Pradesh	12,000 - 15,000	100% Stamp duty exemption, 100% SGST Reimbursement (5-7 years) & electricity subsidy
Kerala	14,300 - 21,000	100% SGST refund on Machinery (5 years), 10% Capital subsidy, 5 years power duty exemption
Pudicherry	12,000 - 14,000	35-40% Capital Investment subsidy, SGST refund

ที่มา: เอกสารประกอบภายในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

## บทสรุป: อินเดียวันนี้ คือโอกาสที่ยังเปิดอยู่

แม้อินเดียจะเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง แต่ความท้าทายสำคัญไม่ได้อยู่ที่การระงับอินเดีย แต่อยู่ที่การเข้าใจอินเดีย เพราะลักษณะการทำธุรกิจของอินเดียมีความแตกต่างจากไทย ในหลายด้าน ทั้งวัฒนธรรม วิธีการเจรจา และกฎระเบียบในแต่ละพื้นที่

หนึ่งในความท้าทายสำคัญคือวัฒนธรรมการเจรจา นักธุรกิจอินเดียมักมีทักษะการต่อรองสูง และอาจมีการต่อราคาในช่วงท้ายของดีล หรือใช้การร้องเรียนเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการเพิ่มอำนาจต่อรอง ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรเตรียมตัวรับมือด้วยความยืดหยุ่น และไม่ควรถือความพุดติกรรมดังกล่าวในเชิงลบ เพราะถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการทำธุรกิจ ขณะเดียวกัน การสื่อสารที่ไม่ระมัดระวังอาจถูกตีความว่าเป็นการดูถูกหรือไม่ให้เกียรติได้ง่าย ผู้ประกอบการจึงควรรักษาทัศนคติเชิงบวก และให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจตั้งแต่เริ่มต้น เพราะความสัมพันธ์ส่วนบุคคลยังมีบทบาทอย่างมากในโลกธุรกิจของอินเดีย

แม้อินเดียจะพัฒนาอย่างรวดเร็ว แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในบางด้าน ทั้งระบบโลจิสติกส์ที่ยังไม่สมบูรณ์ในบางพื้นที่ ทักษะแรงงานที่ยังไม่พร้อม และกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงบ่อย รวมถึงมีความแตกต่างกันในแต่ละรัฐ อย่างไรก็ตาม อินเดียมีข้อได้เปรียบสำคัญคือการใช้ภาษาอังกฤษอย่างแพร่หลาย ซึ่งช่วยให้การสื่อสาร การทำสัญญา และการจัดการข้อพิพาทเป็นไปได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ที่มา: เอกสารประกอบภายในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

## “การไปลงทุนในอินเดียไม่ได้ Go Big on One Day แต่ต้อง Start Small-Scale Smart-Dominate Selectivity ต้องเรียนรู้วิถีอินเดียให้เร็ว สร้างฐาน ลดต้นทุน และค่อยๆ ขยายฐานไปยังรัฐอื่น”

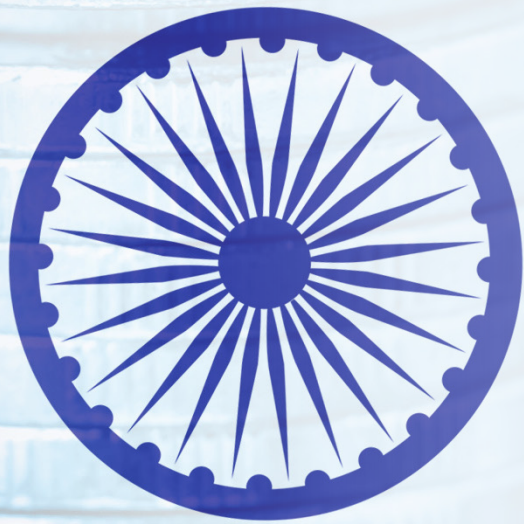
การเลือกจุดเริ่มต้นที่เหมาะสมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสความสำเร็จของธุรกิจ โดยมุ่งไปเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นด้านการลงทุน การเงิน และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เพราะเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของประเทศ ขณะที่เงินไม่เหมาะกับธุรกิจด้านการผลิตยานยนต์ และอุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นฐานการผลิตสำคัญของอินเดีย ส่วนพินหารเป็นพื้นที่ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว เหมาะสำหรับผู้ที่มองหาโอกาสระยะยาวในภาคเกษตร โครงสร้างพื้นฐาน และตลาดใหม่ที่ยังมีการแข่งขันต่ำ

อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ตลาดอินเดียไม่สามารถเร่งรัดได้ เพราะอินเดียไม่ใช่ประเทศเดียวในความหมายของการทำธุรกิจ แต่เป็นตลาดหลากหลายที่แต่ละรัฐมีลักษณะเศรษฐกิจ โอกาส ภาษา วัฒนธรรม และระดับการพัฒนาที่แตกต่างกันอย่างมาก ผู้ประกอบการไทยจึงควรใช้เวลาเรียนรู้เชิงลึก ลงพื้นที่จริงหลายครั้ง และใช้เวลาอย่างน้อย 10-15 วันต่อการสำรวจแต่ละพื้นที่ เพื่อให้เข้าใจบริบทของตลาดอย่างแท้จริง

ท้ายที่สุด อินเดียในปัจจุบันมักถูกเปรียบว่าคล้ายจีนเมื่อ 20 ปีก่อน กล่าวคือ เป็นตลาดขนาดใหญ่ที่ยังเปิดกว้าง และมีช่องว่างให้ผู้เล่นรายใหม่เข้าไปสร้างโอกาสทางธุรกิจได้อีกมาก ข้อได้เปรียบสำคัญของไทยคือความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเฉพาะทาง ความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ และความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่ช่วยลดอุปสรรคในการทำธุรกิจร่วมกัน ความสำเร็จในตลาดอินเดียจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การเข้าไปก่อนใครเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ การเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง การมีพันธมิตรท้องถิ่นที่แข็งแกร่งและความสามารถในการปรับตัวให้สอดคล้องกับความหลากหลายของแต่ละพื้นที่ได้อย่างแท้จริง



214



# เสวนาร่วม

## Unlock India:

### เปิดประตูสู่อินเดีย

การเสวนาในหัวข้อนี้จัดขึ้นเพื่อถ่ายทอดประสบการณ์จริงของผู้ประกอบการไทยที่เข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศอินเดียในหลากหลายอุตสาหกรรม ครอบคลุมทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคเกษตรอุตสาหกรรม มุ่งสะท้อนถึงโอกาส ความท้าทาย และบทเรียนจากการดำเนินธุรกิจจริงในบริบทของประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจและความหลากหลายสูง โดยได้รับเกียรติจากวิทยากร 3 ท่าน ได้แก่

คุณเอกสิทธิ์ สกุลเรืองศรี  
ที่ปรึกษาอาวุโส Thai Summit Group

คุณอภิจิต ดัตต้า  
Former Managing Director of SCG International  
and Director of SAMEA

คุณศิริพงษ์ ณ พงษา  
รองประธานกรรมการธุรกิจสัตว์น้ำ ประเทศอินเดีย  
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)

**ดำเนินรายการโดย**  
คุณธราบดี ชั่งอติชัยวิทย์  
SVP ผู้จัดการทั่วไปประเทศเวียดนาม  
และผู้จัดการสาขาโฮจิมินห์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)



## 5. Two - Wheeler Sales 2015 to 2025

2-Wheeler Sales in India

Year	Hero	Honda	TVS	Bajaj	Suzuki	RE	IYM	Total
2015	6.7	5.5	3.1	2.4	1.0	-	-	18.7
2016	7.0	5.7	3.2	2.5	1.0	-	-	19.4
2017	7.4	6.0	3.4	2.6	1.1	-	-	20.5
2018	8.0	6.5	3.6	2.8	1.2	1.1	0.8	23.2
2019	7.5	6.3	3.4	2.7	1.1	1.0	0.8	22.8
2020	6.0	5.0	2.8	2.2	0.9	0.9	0.8	19.6
2021	5.5	4.5	2.6	2.0	0.8	0.8	0.8	18.0
2022	5.9	4.9	2.9	2.3	0.9	0.9	0.8	18.6
2023	6.7	5.2	3.2	2.5	1.0	1.0	0.8	20.4
2024	7.0	5.5	3.4	2.6	1.1	1.1	0.8	21.5
2025	7.4	5.9	3.6	2.8	1.2	1.2	0.9	23.0
<b>Total</b>	<b>11.02</b>	<b>7.55</b>	<b>4.4</b>	<b>3.4</b>	<b>11.02</b>	<b>7.55</b>	<b>6.50</b>	

All right



ที่มา : ภาพบรรยากาศในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

## Thai Summit Group อินเดียคือฐานการผลิตระยะยาว ของอุตสาหกรรม ยานยนต์

Thai Summit Group ดำเนินธุรกิจชิ้นส่วน ยานยนต์ในอินเดีย ครอบคลุมทั้งชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์และรถยนต์ รวมถึงชิ้นส่วนเหล็ก ชิ้นส่วนพลาสติก และสายไฟ โดยนอกจากอินเดียแล้ว บริษัทยังมีการลงทุนในหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย และประเทศในอเมริกาใต้ สะท้อนว่าการเลือกอินเดียเป็นฐานการลงทุนไม่ได้เกิดจากการมองเห็นโอกาสระยะสั้น แต่เป็นผลจากการเปรียบเทียบศักยภาพกับหลายประเทศที่บริษัทมีประสบการณ์ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว

การตัดสินใจลงทุนในอินเดียเริ่มจากการศึกษาปัจจัยพื้นฐานของประเทศในระยะยาว ทั้งอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ขยายตัวต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2015 รายได้ต่อหัวที่เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โครงสร้างประชากรที่มีทั้งวัยแรงงานและคนรุ่นใหม่จำนวนมาก รวมถึงระดับหนี้ครัวเรือนที่ยังไม่สูงมากนัก ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนถึงกำลังซื้อและศักยภาพของตลาดในอนาคต ทำให้บริษัทจึงมองเห็นโอกาสในการเข้าไปลงทุนในอินเดีย

ในเชิงอุตสาหกรรม อินเดียมีตลาดยานยนต์ขนาดใหญ่มาก โดยเฉพาะรถจักรยานยนต์ที่มียอดการผลิตระดับหลายสิบล้าน

คันต่อปี และมีผู้ผลิตรายใหญ่จำนวนมาก เช่น Hero, Honda, TVS, Suzuki, Bajaj และ Yamaha ขณะที่ตลาดรถยนต์ 4 ล้อก็ขยายตัวจากประมาณ 2 ล้านคันเมื่อสิบปีก่อน เป็นมากกว่า 4 ล้านคันในปัจจุบัน ส่งผลให้อินเดียกลายเป็นหนึ่งในตลาดยานยนต์ที่ใหญ่ที่สุดของโลก

ฐานการผลิตของบริษัทตั้งอยู่ที่เมืองเจนไน ซึ่งเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมยานยนต์ของอินเดียและได้รับการขนานนามว่าเป็น “Detroit of Asia” การเข้าไปดำเนินธุรกิจในช่วงแรกใช้รูปแบบการร่วมทุนกับพันธมิตรท้องถิ่น เพื่อช่วยให้บริษัทเข้าใจสภาพแวดล้อม กฎระเบียบ และวัฒนธรรมการทำธุรกิจในพื้นที่ได้ดีขึ้น พร้อมทั้งลดความเสี่ยงในระยะเริ่มต้น

อินเดียยังมีความได้เปรียบด้านต้นทุนเมื่อเทียบกับไทย ทั้งค่าแรงและวัตถุดิบบางประเภท เช่น เหล็กที่สามารถจัดหาได้ภายในประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ เครื่องมือสำหรับชิ้นส่วนทั่วไปยังสามารถผลิตภายในอินเดียได้ ซึ่งช่วยลดต้นทุนได้ประมาณ 30% โดยชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยยังคงใช้เครื่องมือจากประเทศไทย เพื่อลดความเสี่ยงด้านคุณภาพอย่างไรก็ตาม

# “คนอินเดียส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุประมาณ 20-40 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยที่มีศักยภาพในการเติบโตต่อไป และจะเป็นกลุ่ม Generation ใหม่ที่เป็นกำลังซื้อของประเทศ”



ที่มา : ภาพบรรยากาศในงานเสวนา

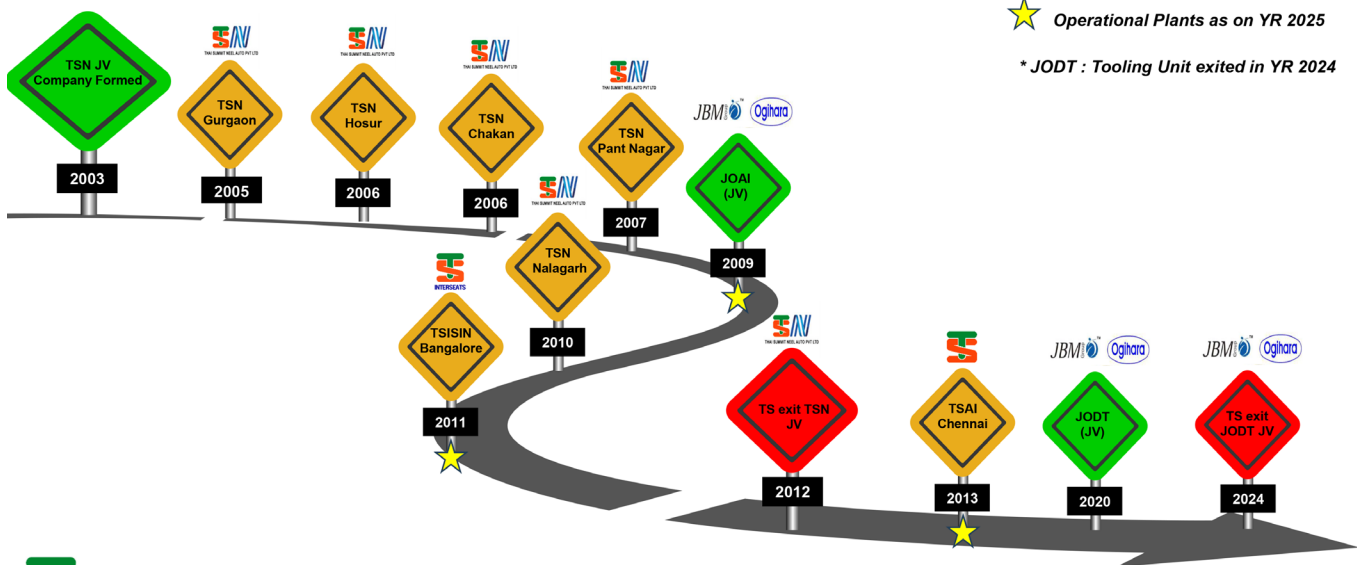
การดำเนินธุรกิจอินเดียยังมีความท้าทาย โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นที่พบปัญหาประสิทธิภาพแรงงาน คุณภาพการผลิต และอัตราของเสีย บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะแรงงานอย่างเป็นระบบ ทั้งการจัดหลักสูตรฝึกอบรม การประเมินผลการทำงาน และการสร้างสวัสดิการพื้นฐาน เพื่อสร้างความผูกพันและเสถียรภาพด้านแรงงานในระยะยาว

แม้ธุรกิจจะเริ่มสร้างกำไรได้ภายในประมาณ 4-5 ปี แต่หากพิจารณาถึงการคืนทุนและการเข้าสู่ภาวะดำเนินงานที่

มั่นคงจริง ระยะเวลาที่ใช้จะอยู่ที่ประมาณ 9 ปี ประสบการณ์ของ Thai Summit จึงสะท้อนว่า การลงทุนในอินเดียต้องอาศัยมุมมองระยะยาว ความอดทน และความสามารถในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

## 1. Thai Summit Group in India

### 1.1 TSG Milestones in India



ที่มา : เอกสารประกอบภายในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

## SCG International โอกาสของอินเดียที่เป็นมากกว่าตลาดส่งออก

อินเดียเป็นตลาดที่ SCG International มองในระยะยาว เพราะไม่ได้มีเพียงขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ แต่ยังมีศักยภาพจากการขยายตัวของชนชั้นกลาง การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการสนับสนุนจากภาครัฐ อินเดียจึงไม่ได้เป็นเพียงตลาดสำหรับการส่งออกสินค้า แต่กำลังก้าวขึ้นเป็นฐานการผลิตสำคัญของภูมิภาค

SCG เริ่มต้นด้วยการดำเนินธุรกิจเทรดดิ้งในอินเดีย ครอบคลุมทั้งสินค้าของเครื่องและสินค้านอกเครื่องที่ส่งเข้าสู่ตลาด อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจเทรดดิ้งเพียงอย่างเดียวมีข้อจำกัดต่อการขยายขนาด ทำให้บริษัทเริ่มพิจารณาสร้างฐานการผลิตในอินเดียเมื่อประมาณ 6 ปีก่อน เพื่อใช้เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการเติบโตในอนาคต

จุดเด่นสำคัญของอินเดียอยู่ที่ขนาดประเทศและจำนวนประชากร อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูง โครงสร้างประชากรที่มีอายุเฉลี่ยเพียง 29 ปี รวมถึงเสถียรภาพทางการเมืองภายใต้ระบอบประชาธิปไตย อีกปัจจัยสำคัญคือรัฐบาลอินเดียมีวิสัยทัศน์การพัฒนาระยะยาวไปจนถึงปี 2047 ซึ่งเป็นวาระครบรอบ 100 ปีของการได้รับเอกราช โดยตั้งเป้าหมายเพิ่มขนาด GDP จากประมาณ 4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 30 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปีดังกล่าว หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณ 7.5% ต่อปี



## “อินเดียมีวิสัยทัศน์ระยะยาว ที่ชัดเจน ภายใต้ Amrit Kaal Vision 2047 ที่ตั้งเป้าให้ ประเทศก้าวสู่การเป็น ประเทศพัฒนาแล้ว”

การลงทุนด้านถนน ท่าเรือ สนามบิน รถไฟ นิคมอุตสาหกรรม และเมืองใหม่จำนวนมาก เป็นอีกเหตุผลสำคัญที่ทำให้บริษัทให้ความสนใจ เพราะช่วยเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจวัสดุก่อสร้าง บรรจุภัณฑ์ โลจิสติกส์ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมือง

SCG เลือกตั้งโรงงานในรัฐคุชราต ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐานพร้อมเอื้อต่อการทำธุรกิจ และอยู่ติดชายฝั่งทะเล จึงเหมาะทั้งสำหรับการส่งออกและการกระจายสินค้าเข้าสู่พื้นที่ภายในประเทศ ผลิตภัณฑ์หลักที่นำไปผลิตคือผนังมวลเบาสำเร็จรูป ซึ่งยังไม่แพร่หลายในตลาดอินเดีย เพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนในการก่อสร้าง รวมถึงลดการพึ่งพาแรงงานเมื่อเทียบกับการก่อสร้างแบบดั้งเดิม

**ZMARTBUILD WALL**  
BY NXTBLOC

**Land**  
**600,000 SQFT.**  
at Kapadvanj

### Project Background

- Joint Venture: BigBloc Construction Ltd (Gujarat) × SCG International (SCG Group)
- Strategic Milestone: SCG Group's first investment in India
- Plant Location: Kapadvanj, Gujarat
- Capacity: 300,000 m<sup>3</sup> per annum – AAC Blocks & AAC Panels

### MACHINE INSTALLATION



Mixing Station



Boiler Station



Raw Material Go Down



Mold Assembly



Silo & Tank



Autoclave



Ball Mill

ที่มา: เอกสารประกอบภายในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

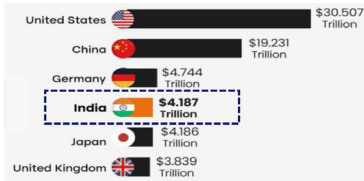
## A Destination for Growth and Opportunity

## Why India?



### World's Fastest-Growing Economy

- 2025 India is the **4<sup>th</sup> largest economy** in the world.
- **4<sup>th</sup> largest GDP** (\$4.2 Tn) with 6.6% GDP growth



### Amrit Kaal Vision 2047

Embracing Growth, Empowering Generations



Amrit Kaal is the 25-year vision period from 2022 (India's 75th year of independence)

### India Creating Infrastructure for Tomorrow

Transforming Infrastructure: A Journey of Economic Progress and Ambition



Source: Invest India

ที่มา: เอกสารประกอบภายในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

ต้นทุนการผลิตในอินเดียต่ำกว่าการผลิตในไทยอย่างชัดเจน ทั้งในด้านแรงงานและวัตถุดิบ ส่งผลให้การขยายจากธุรกิจเทรดดิ้งไปสู่การตั้งโรงงานมีความเหมาะสมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม กระบวนการจัดตั้งโรงงานก็มีความท้าทาย โดยเฉพาะการจัดหาที่ดิน ซึ่งต้องใช้เวลาในการรวบรวมแปลงที่ดิน การดำเนินการด้านเอกสาร และการคำนึงถึงปัจจัยด้านความเชื่อท้องถิ่น เช่น Vastu ทำให้กระบวนการทั้งหมดใช้เวลานานประมาณ 1 ปี

การดำเนินธุรกิจในประเทศไทยใช้รูปแบบการร่วมทุนกับพันธมิตรท้องถิ่น โดยพันธมิตรเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่และรับบทบาทหลักในการบริหารงานประจำวัน ขณะที่บริษัทจากต่างประเทศดูแลด้านการเงินและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการคัดเลือกพันธมิตร บริษัทให้ความสำคัญกับความสอดคล้องด้านวัฒนธรรมองค์กร ค่านิยม และศักยภาพในการทำงานร่วมกัน มากกว่าปัจจัยทางการเงินเพียงอย่างเดียว เนื่องจากธุรกิจอินเดียจำนวนมากยังเป็นธุรกิจครอบครัว ทำให้ความไว้วางใจและความสัมพันธ์ส่วนบุคคลมีความสำคัญอย่างมาก

ขณะเดียวกัน บริษัทก็ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงด้านเครดิตและการชำระหนี้ โดยในธุรกิจการผลิตจะกำหนดให้รับชำระหนี้ก่อนส่งมอบสินค้า ส่วนธุรกิจเทรดดิ้งจะใช้เครื่องมือทางการเงินผ่านธนาคาร เช่น Letter of Credit (L/C) ควบคู่กับการคัดเลือกคู่ค้าอย่างรอบคอบ



ที่มา : ภาพบรรยากาศในงานเสวนา

ภาพรวมของ SCG สะท้อนว่า การเข้าไปลงทุนในอินเดียไม่ได้เกิดจากการมองเห็นต้นทุนที่ต่ำกว่าไทยเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากความเชื่อมั่นต่อศักยภาพของประเทศในระยะยาว ทั้งขนาดตลาด การเติบโตของเศรษฐกิจ และการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ขณะเดียวกัน ความสำเร็จของธุรกิจยังขึ้นอยู่กับทางเลือกพันธมิตรที่เหมาะสม การเข้าใจบริบทท้องถิ่น และการบริหารความเสี่ยงอย่างรอบคอบในทุกขั้นตอน

## CPF

### การสร้างธุรกิจเกษตร

### และอาหารไปพร้อมกับการพัฒนาตลาดอินเดีย

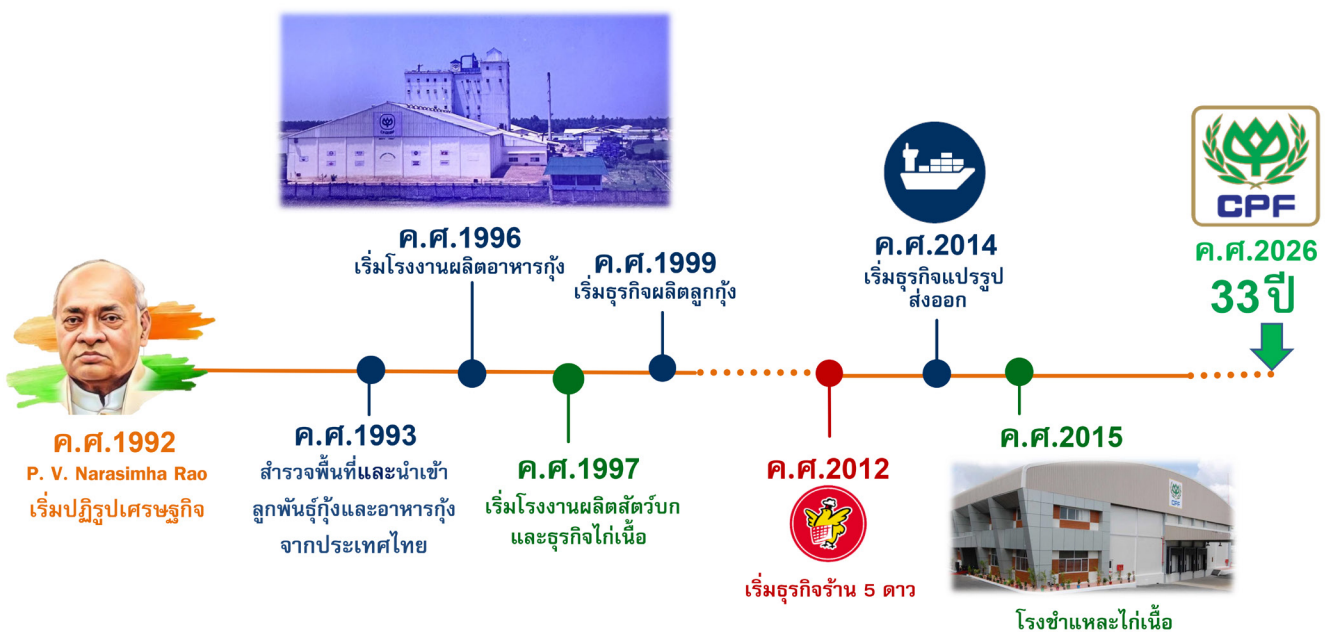
CPF เข้าไปลงทุนในอินเดียตั้งแต่ปี 1992 หรือมีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจในประเทศรวมกว่า 33 ปี โดยการเข้าไปในช่วงแรกไม่ได้เกิดจากการมองหาโอกาสทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่เกิดขึ้นในบริบทที่อินเดียกำลังเผชิญปัญหาเศรษฐกิจและเริ่มกระบวนการปฏิรูปประเทศ ซึ่งเป็นช่วงที่มีการหารือกันในระดับรัฐบาลต่อรัฐบาลว่าไทยจะสามารถเข้าไปช่วยเหลือหรือสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับอินเดียได้อย่างไร ก่อนที่บริษัทจะส่งทีมเข้าไปสำรวจตลาดและมองหาโอกาสทางธุรกิจที่เหมาะสม

อินเดียเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงจากขนาดเศรษฐกิจ การเติบโตของรายได้ และการขยายตัวของชนชั้นกลาง ซึ่งเอื้อต่อการเติบโตของการบริโภคในระยะยาว โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค อาหาร และสินค้าเกษตร บริษัทให้ความสำคัญกับการศึกษาปัจจัยพื้นฐานของประเทศ ก่อนตัดสินใจลงทุน ทั้งอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ขยายตัวต่อเนื่อง รายได้ต่อหัวที่เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในหลายเมืองสำคัญของอินเดีย



ที่มา : ภาพบรรยากาศในงานเสวนา

## จุดเริ่มต้นของ CPF ในอินเดีย



ที่มา : เอกสารประกอบภายในงานเสวนา Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย

อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อินเดียมีความน่าสนใจคือรัฐบาลมีวิสัยทัศน์การพัฒนาระยะยาวที่ชัดเจนไปจนถึงปี 2047 ซึ่งเป็นวาระครบรอบ 100 ปีของการได้รับเอกราชจากอังกฤษ โดยตั้งเป้าหมายเพิ่มขนาด GDP จากประมาณ 4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปัจจุบัน เป็น 30 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2047 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณ 7.5% ต่อปี วิสัยทัศน์ดังกล่าวทำให้นักลงทุนมองว่าอินเดียไม่ได้เติบโตเพียงในระยะสั้น แต่กำลังอยู่ในเส้นทางของการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอีกหลายสิบปีข้างหน้า

ในเชิงอุตสาหกรรม อินเดียยังมีตลาดขนาดใหญ่ทั้งในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค อาหาร และเกษตร รวมถึงมีชนชั้นกลางที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยสร้างโอกาสให้ธุรกิจอาหารและสินค้าเพื่อการบริโภคสามารถเติบโตได้ในระยะยาว สำหรับ CPF โอกาสสำคัญในช่วงแรกของการเข้าไปลงทุนอยู่ที่ภาคเกษตรและธุรกิจสัตว์น้ำ โดยบริษัทประเมินว่าอินเดียมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลยาวมากกว่า 7,000 กิโลเมตร และมีทรัพยากรด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจำนวนมาก จึงมองเห็นศักยภาพในการต่อยอดธุรกิจในระยะยาว

ในช่วงเริ่มต้น บริษัทมุ่งสร้างอุปสงค์ในตลาดผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเลี้ยงสัตว์และการนำเทคโนโลยีมาใช้ เมื่อความต้องการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จึงตัดสินใจตั้งโรงงานผลิตภายในประเทศ และสามารถเพิ่มกำลังการผลิตจนเดินเครื่องเต็มศักยภาพได้ภายในเวลาไม่ถึง 2 ปี ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานผลิตอาหารสัตว์หลายแห่ง มีกำลังการผลิตรวมในระดับหลายแสนตันต่อปี

การดำเนินธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมจำเป็นต้องทำงานใกล้ชิดกับเกษตรกรและชุมชนในพื้นที่ บริษัทจึงให้

## “หลักคิด 3 ประโยชน์ในการทำธุรกิจ คือ ประโยชน์ต่อประเทศ ต่อประชาชน และองค์กร”

ความสำคัญกับการเป็นที่ปรึกษา ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเลี้ยงสัตว์ การตรวจสอบคุณภาพน้ำ และการแก้ไขปัญหาหน้างาน เพื่อช่วยให้เกษตรกรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นให้เติบโตขึ้นสู่ตำแหน่งผู้นำ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อินเดียได้รับความสนใจจากนักลงทุนไทยคือเรื่องต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทยอย่างชัดเจน ทั้งค่าแรง วัตถุดิบ และต้นทุนการดำเนินงานในหลายด้าน อย่างไรก็ตาม ความได้เปรียบด้านต้นทุนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอสำหรับการทำธุรกิจในอินเดีย เพราะสิ่งสำคัญที่สุดคือการมีพันธมิตรท้องถิ่นที่แข็งแกร่งและเข้าใจตลาดในพื้นที่อย่างแท้จริง เพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวเข้ากับกฎระเบียบ พฤติกรรมผู้บริโภค และบริบทที่แตกต่างกันในแต่ละรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพรวมของ CPF สะท้อนว่า ความสำเร็จในอินเดียไม่ได้เกิดจากการเข้าไปลงทุนเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการสร้างตลาด ถ่ายทอดองค์ความรู้ พัฒนาคอนกท้องถิ่น และเติบโตไปพร้อมกับชุมชนในพื้นที่ จนสามารถสร้างธุรกิจที่แข็งแกร่งและขยายตัวอย่างต่อเนื่องในระยะยาว



### โอกาสและอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดอินเดีย

สิ่งที่น่าสนใจคืออินเดียมีประชากรกว่า 1.4 พันล้านคน

โอกาสในอนาคตและธุรกิจที่น่าสนใจ :

- ธุรกิจอาหารแปรรูป
- ธุรกิจอาหารไทย

อุปสรรค

- ความหลากหลายของวัฒนธรรมการบริโภคสูงมากในแต่ละพื้นที่
- มาตรฐานการขออนุญาต Food Safety
- ระบบขนส่ง Supply Chain

สำรวจและปรับตัวให้เข้ากับอินเดีย ไม่ใช่เอาโมเดลไทยไปวางตรง ๆ

