

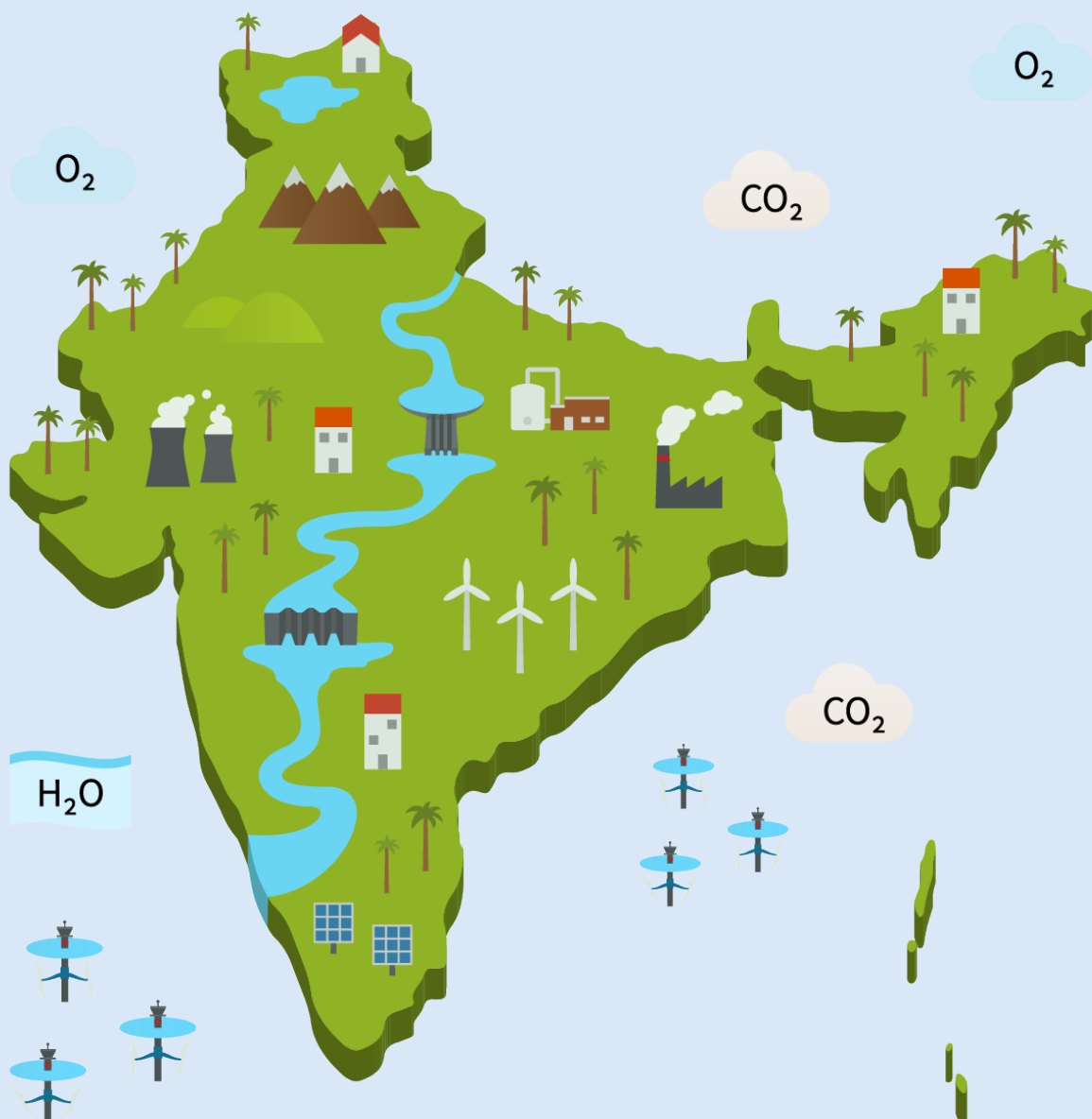
สรุปการประชุม

# Thailand-India Business Gateway

เปิดประตูธุรกิจไทยสู่ตลาดอินเดีย ผ่าน T-Hub และเครือข่ายพันธมิตร

วันที่ 11 มิถุนายน 2569

ณ ห้องโกมุก ชั้น 29 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ สีลม





จากซ้ายไปขวา: **คุณธนภัท แสงอรุณ** ผู้อำนวยการฝ่ายเอเชียใต้ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, **คุณสหพล วรรณสุธี** ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ, **คุณพรพรรณ ภูเพ็ญใจ** กงสุล ณ เมืองเจนไน, **คุณรชา อารีพรรค** กงสุลใหญ่ ณ เมืองเจนไน, **คุณไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์** รองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ, **คุณ Setu Sharma**, Manager – International Programs, T-Hub และ **คุณพลพัฒน์ นภาวรานนท์** ผู้อำนวยการกองพัฒนาผู้ประกอบการไทย



จากซ้ายไปขวา: **คุณสหพล วรรณสุธี** ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ, **คุณรชา อารีพรรค** กงสุลใหญ่ ณ เมืองเจนไน, **คุณไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์** รองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ, **คุณ Setu Sharma**, Manager – International Programs, T-Hub

# Thailand-India Business Gateway

## เปิดประตูธุรกิจไทยสู่ตลาดอินเดีย ผ่าน T-Hub และเครือข่ายพันธมิตร

ธนาคารกรุงเทพเดินทางต่อยอดบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้สามารถแสวงหาโอกาสการเติบโตในตลาดอินเดียอย่างต่อเนื่อง จากกิจกรรมส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับอินเดียที่ผ่านมา ทั้งงานเสวนา “เป้าหมายถัดไป: อินเดีย” ในปี 2024 และงาน “Unlock India: เปิดประตูสู่อินเดีย” เมื่อเดือนเมษายน 2026 สู่การจัดการประชุมหารือในรูปแบบ Roundtable Discussion ร่วมกับคณะผู้บริหารของ T-Hub เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2026 นำโดย **คุณไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์** รองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ และ **คุณสหพล วรรณสุทธิ์** ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ พร้อมด้วย **คุณธรา อาริพรรค กงสุลใหญ่** ณ เมืองเจนไน **คุณพรพรรณ ภูเพียงใจ** กงสุล ณ เมืองเจนไน **คุณธนภัท แสงอรุณ** ผู้อำนวยการฝ่ายเอเชียใต้ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ **คุณพลพัฒน์ นกาวรานนท์** ผู้อำนวยการกองพัฒนาผู้ประกอบการไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และ **คุณ Setu Sharma**, Manager-International Programs, T-Hub

การประชุมครั้งนี้จัดขึ้นต่อเนื่องจากกิจกรรม “Unlock India” ที่จัดขึ้นก่อนหน้านี้ โดยมุ่งเน้นการเจาะลึกโอกาสทางธุรกิจในเมืองไฮเดอราบาด รัฐเตลังคานา ผ่านการนำเสนอของ T-Hub ซึ่งเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ตลอดจนการแลกเปลี่ยนมุมมองจากหน่วยงานภาครัฐไทยที่มีบทบาทสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศ ทั้งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (Department of International Trade Promotion: DITP) และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Thailand Board of Investment: BOI) รวมถึงลูกค้าของธนาคารที่สนใจขยายธุรกิจเข้าร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูลและมุมมองเกี่ยวกับโอกาสทางการค้า การลงทุน และแนวทางการสร้างเครือข่ายกับพันธมิตรของอินเดีย

สาระสำคัญจากการประชุมสะท้อนให้เห็นว่า การเข้าสู่ตลาด

อินเดียไม่ได้อาศัยเพียงเงินทุนหรือความพร้อมของสินค้าเท่านั้น แต่ต้องอาศัยความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับตลาด กฎระเบียบ วัฒนธรรมการดำเนินธุรกิจ และเครือข่ายพันธมิตรที่เหมาะสม โดยเฉพาะในประเทศที่มีขนาดใหญ่มีความหลากหลายสูง และมีลักษณะเฉพาะในแต่ละรัฐ ความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และการเลือกพันธมิตรที่ถูกต้องจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างโอกาสทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

T-Hub เป็นหนึ่งในศูนย์กลางด้านนวัตกรรมและสตาร์ทอัพที่สำคัญของอินเดีย ทำหน้าที่เชื่อมโยงสตาร์ทอัพบริษัทเทคโนโลยี นักลงทุนภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษาเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม สำหรับผู้ประกอบการไทย การเข้าถึงเครือข่ายดังกล่าวสามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการศึกษาตลาด ค้นหาพันธมิตรทางธุรกิจ และต่อยอดการขยายธุรกิจในอินเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การประชุมหารือครั้งนี้จึงเป็นอีกก้าวสำคัญของธนาคารกรุงเทพในการต่อยอดการเชื่อมโยงไทย-อินเดีย จากการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด สู่การสร้างเครือข่ายและโอกาสทางธุรกิจที่เป็นรูปธรรม โดยธนาคารพร้อมสนับสนุนผู้ประกอบการไทยผ่านองค์ความรู้ โซลูชันทางการเงิน การบริหารความเสี่ยง และเครือข่ายทางธุรกิจในภูมิภาค เพื่อช่วยให้ธุรกิจไทยสามารถก้าวสู่ตลาดอินเดียได้อย่างมั่นใจและเติบโตได้ในระยะยาว

### 1. ทำไมอินเดียจึงเป็นโอกาสสำคัญของธุรกิจไทยในวันนี้

หากย้อนกลับไปในเมื่อ 10-20 ปีก่อน เมื่อพูดถึงการขยายธุรกิจไปต่างประเทศ ผู้ประกอบการไทยจำนวนมากมักนึกถึงจีน ญี่ปุ่น หรือประเทศในอาเซียนเป็นลำดับแรก ขณะที่อินเดียมักถูกมองว่าเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่อยู่ไกล เต็มไปด้วยความ





คุณธนา อารีพรรค กงสุลใหญ่ ณ เมืองเจนไน

ซับซ้อน และไม่ใช้จุดหมายแรกของการลงทุนแต่ในวันนี้ภาพดังกล่าวกำลังเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

อินเดียไม่ได้เป็นเพียงประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลก หากกำลังก้าวขึ้นมาเป็นหนึ่งในศูนย์กลางเศรษฐกิจ การผลิต และการลงทุนที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ภายใต้วิสัยทัศน์ India@2047 ที่มุ่งยกระดับประเทศสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้วภายในปีครบรอบ 100 ปีแห่งการได้รับเอกราช

สิ่งที่น่าสนใจคือ นักลงทุนทั่วโลกไม่ได้มองอินเดียเป็นเพียง “ตลาดผู้บริโภค” อีกต่อไป แต่กำลังมองอินเดียเป็น “ฐานการผลิต” และ “พันธมิตรในห่วงโซ่อุปทานโลก” มากขึ้นเรื่อย ๆ

ในอดีต หลายบริษัทใช้จีนเป็นศูนย์กลางการผลิตหลักของโลก แต่เมื่อปัจจัยด้านต้นทุน ภูมิรัฐศาสตร์ และการกระจายความเสี่ยงเริ่มมีบทบาทมากขึ้น บริษัทจำนวนมากไม่น้อยจึงเริ่มมองหาทางเลือกใหม่ และอินเดียกำลังเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับความนิยมจากแนวโน้มดังกล่าว

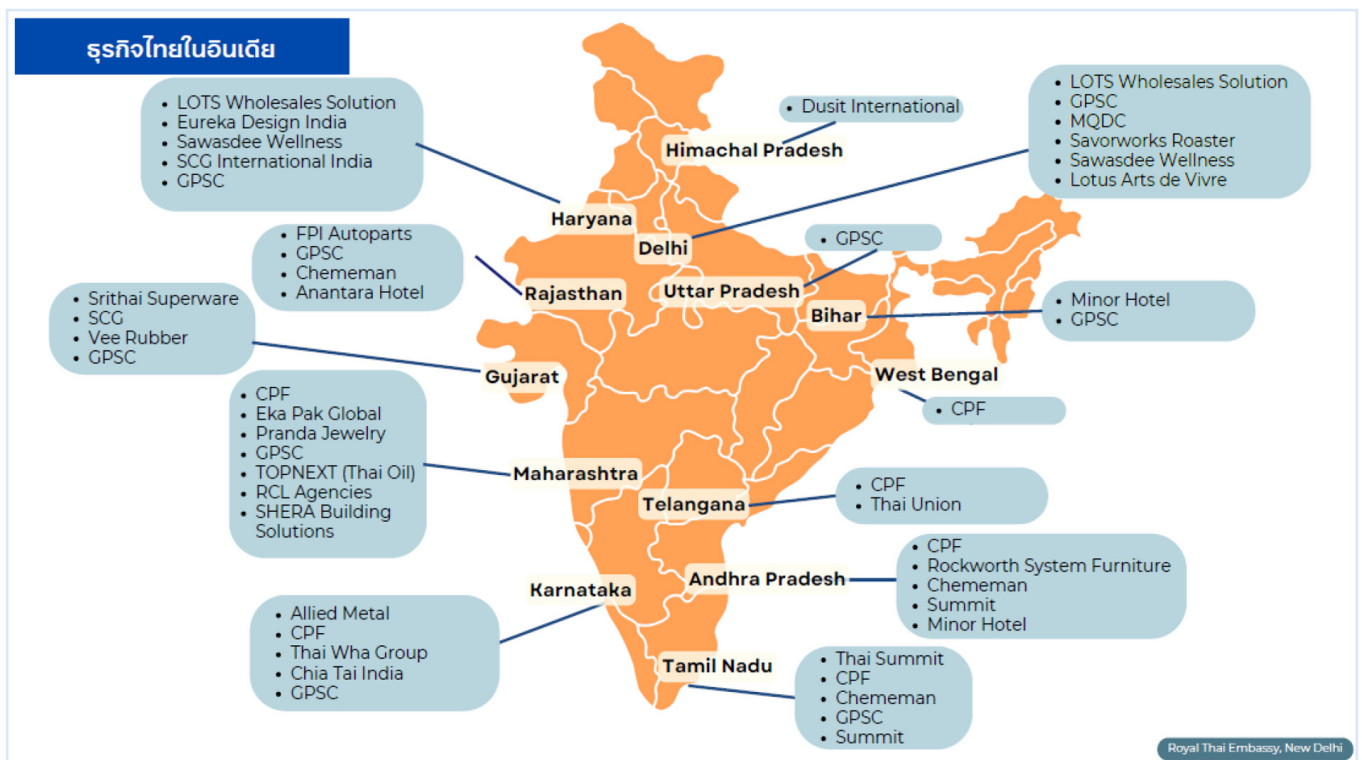
สำหรับประเทศไทย ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้อินเดียมีความสำคัญมากกว่าการเป็นตลาดส่งออกอีกแห่งหนึ่งอินเดียสามารถเป็นได้ทั้งตลาดปลายทาง ฐานการผลิต แหล่งจัดหาวัตถุดิบ และพันธมิตรทางธุรกิจในอนาคตแห่งอนาคต ขณะเดียวกันยังเป็นประตูเชื่อมสู่ตะวันออกกลาง ยุโรป และภูมิภาคอื่น ๆ ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูง

โอกาสความร่วมมือระหว่างไทยและอินเดียจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการค้าและการผลิตแบบดั้งเดิม แต่กำลังขยายไปสู่อุตสาหกรรมใหม่ที่มีศักยภาพเติบโตสูงมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะกลุ่มเทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ (AI) FinTech สุขภาพดิจิทัล เทคโนโลยีการแพทย์ อาหารและเกษตรมูลค่าสูง ตลอดจน Wellness และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นสาขาที่ทั้งไทยและอินเดียมีจุดแข็งที่สามารถต่อยอดความร่วมมือกันได้

ในขณะเดียวกัน อินเดียยังเป็นหนึ่งในแหล่งบุคลากรด้านเทคโนโลยี วิศวกรรม และงานวิจัยที่ใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีบริษัทเทคโนโลยีระดับโลกจำนวนมากใช้ประเทศแห่งนี้เป็นฐานสำหรับการพัฒนาซอฟต์แวร์ งานวิจัยและพัฒนา (R&D) และบริการดิจิทัล ความได้เปรียบด้านทรัพยากรมนุษย์ดังกล่าวทำให้ความร่วมมือระหว่างไทยและอินเดียสามารถขยายไปไกลกว่าการซื้อขายสินค้า ครอบคลุมถึงการร่วมพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรม การลงทุน และการพัฒนาธุรกิจรูปแบบใหม่ร่วมกันในอนาคต

อย่างไรก็ตาม อินเดียไม่ใช่ตลาดที่สามารถมองได้ด้วยภาพรวมเพียงภาพเดียว แม้จะเป็นประเทศเดียวกัน แต่ละรัฐมีโครงสร้างเศรษฐกิจ จุดแข็งทางอุตสาหกรรม ภาษา และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน การเข้าใจความแตกต่างเหล่านี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการมองหาโอกาสทางธุรกิจในอินเดีย





## II. อินเดียใต้: เครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจใหม่ของอินเดีย

### ทำไมอินเดียใต้จึงเป็นจุดหมายสำคัญสำหรับธุรกิจไทย

เมื่อกล่าวถึงการขยายธุรกิจเข้าสู่อินเดีย หลายคนมักมองประเทศนี้เป็นตลาดเดียวขนาดใหญ่ที่มีประชากรกว่า 1.4 พันล้านคน แต่ในความเป็นจริง อินเดียมีลักษณะคล้าย “ทวีป” มากกว่าประเทศเดียว แต่ละรัฐมีภาษา วัฒนธรรม กฎระเบียบ และโครงสร้างเศรษฐกิจที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

การทำธุรกิจในอินเดียจึงไม่ใช่เพียงการเลือกประเทศ แต่เป็นการเลือก “รัฐ” และ “เมือง” ที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง

อินเดียใต้ถือเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีศักยภาพสูงที่สุดเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ผสานจุดแข็งด้านการผลิต เทคโนโลยี นวัตกรรม และทรัพยากรบุคคลไว้ในระบบนิเวศเดียวกัน ครอบคลุมรัฐสำคัญ ได้แก่ ทมิฬนาฑู กุณาฏกะ เตลังคานา อานธรประเทศ และเกรละ โดยภูมิภาคแห่งนี้เป็นที่ตั้งฐานการผลิตยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมสมัยใหม่ ขณะเดียวกันก็เป็น

ศูนย์กลางของซอฟต์แวร์ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) บริการดิจิทัล และนวัตกรรม ทำให้อินเดียใต้มีบทบาทสำคัญมากขึ้นทั้งในห่วงโซ่อุปทานโลกและเศรษฐกิจดิจิทัลของอินเดีย

หนึ่งในเหตุผลที่หลายหน่วยงานไทยให้ความสำคัญกับอินเดียใต้ คือภูมิภาคนี้มีความเชื่อมโยงกับประเทศไทยทั้งด้านการค้า การลงทุน และการเดินทางมากกว่าหลายพื้นที่ของอินเดีย อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์จำนวนมาก ตั้งแต่ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีดิจิทัล ไปจนถึงอุตสาหกรรมยาและสุขภาพ ทำให้เป็นจุดเริ่มต้นที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการไทยจำนวนมาก

### เจนไน: ศูนย์กลางการผลิตของอินเดีย

เจนไน เมืองหลวงของรัฐทมิฬนาฑู เป็นหนึ่งในฐานการผลิตที่สำคัญที่สุดของอินเดีย และได้รับการขนานนามว่าเป็น “Detroit of Asia” จากความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ซึ่งมีผู้ผลิตรถยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนรายใหญ่จากทั่วโลกเข้ามาตั้งฐานการผลิตในพื้นที่

นอกเหนือจากยานยนต์แล้ว เจนไอยังเป็นศูนย์กลางของ





อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องจักร และการผลิตขั้นสูง ประกอบกับโครงสร้างพื้นฐานด้านท่าเรือ การขนส่ง และเครือข่ายผู้ผลิตที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เจนไทม์บทบาทสำคัญในห่วงโซ่อุปทานของประเทศ และเป็นหนึ่งในจุดเชื่อมต่อสำคัญระหว่างภาคการผลิตของอินเดียกับตลาดโลก

สำหรับธุรกิจไทยที่เกี่ยวข้องกับการผลิต วัตถุดิบ ชิ้นส่วน อุตสาหกรรม หรือสินค้า B2B เจนไทม์จึงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ทั้งในฐานะตลาดปลายทาง แหล่งพันธมิตรทางธุรกิจ และจุดเชื่อมต่อสู่ห่วงโซ่อุปทานของอินเดียในระยะยาว

### **บังคาลอร์: เมืองหลวงแห่งเทคโนโลยีของอินเดีย**

หากเจนไทม์เป็นศูนย์กลางการผลิต บังคาลอร์ในรัฐกรณาฏกะ ก็คือศูนย์กลางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศ โดยเมืองนี้ได้รับฉายาว่า “Silicon Valley of India” และเป็นที่ตั้งของบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำ ศูนย์วิจัยและพัฒนา นักลงทุน และ Startup จำนวนมาก โดยเฉพาะในสาขา AI ซอฟต์แวร์ FinTech และเทคโนโลยีดิจิทัล

จุดแข็งสำคัญของบังคาลอร์ไม่ได้อยู่เพียงจำนวนบริษัท เทคโนโลยี แต่คือการเป็นแหล่งรวมของบุคลากรทักษะสูง ทั้งวิศวกร นักพัฒนาซอฟต์แวร์ นักวิจัย และผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยี ทำให้เมืองแห่งนี้กลายเป็นศูนย์กลางสำคัญของการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของอินเดีย นอกจากนี้ การรวมตัวของมหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย บริษัทเทคโนโลยี และนักลงทุนในพื้นที่เดียวกัน ยังช่วยให้เกิดระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การวิจัยและพัฒนา (R&D) และการต่อยอดธุรกิจนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

สำหรับธุรกิจไทยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล ซอฟต์แวร์ AI หรือการพัฒนาอุตสาหกรรม บังคาลอร์จึงเป็นจุดเชื่อมต่อสำคัญในการเข้าถึงบุคลากร เทคโนโลยี และเครือข่ายธุรกิจของเศรษฐกิจดิจิทัลอินเดีย

### **ไฮเดอราบาด: ดาวรุ่งแห่งนวัตกรรมของอินเดีย**

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เมืองที่ได้รับความนิยมมากที่สุดแห่งหนึ่งคือ ไฮเดอราบาด เมืองหลวงของรัฐเตลังคานา ซึ่งเดิมทีเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์ของอินเดีย และมีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่อุปทานยาสามัญและวัคซีนของโลก แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้ขยายบทบาทสู่การเป็นศูนย์กลางด้าน

เทคโนโลยี นวัตกรรม และผู้ประกอบการรุ่นใหม่อย่างรวดเร็ว ปัจจัยสำคัญมาจากการลงทุนอย่างต่อเนื่องในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาบุคลากร และการสร้างระบบนิเวศ นวัตกรรม ส่งผลให้บริษัทเทคโนโลยี นักลงทุน และ Startup จำนวนมากเลือกใช้พื้นที่แห่งนี้เป็นฐานในการดำเนินธุรกิจ ขณะเดียวกันยังเป็นที่ตั้งของ T-Hub ซึ่งเป็นหนึ่งในศูนย์กลาง นวัตกรรมและผู้ประกอบการที่ใหญ่ที่สุดของอินเดีย นอกจากนี้ ยังมีข้อได้เปรียบจากต้นทุนการดำเนินธุรกิจที่แข่งขันได้ โครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย และการวางผังเมืองที่รองรับการเติบโตในระยะยาว ทำให้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี สุขภาพดิจิทัล ชีววิทยาศาสตร์ และ Deep Tech

สำหรับธุรกิจไทยที่มองหาโอกาสด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี หรือความร่วมมือกับ Startup และสถาบันวิจัย เมืองแห่งนี้จึงเป็นหนึ่งในจุดหมายที่น่าจับตามองมากที่สุดของอินเดีย ในปัจจุบัน

### **มากกว่าตลาด แต่คือระบบนิเวศทางธุรกิจ**

สิ่งที่ทำให้อินเดียได้แตกต่างจากหลายภูมิภาคของโลก ไม่ได้อยู่ที่ขนาดของตลาดเพียงอย่างเดียว แต่อยู่ที่การรวมตัวกันของภาคการผลิต เทคโนโลยี การศึกษา และนวัตกรรมไว้ในพื้นที่เดียวกัน ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงทั้งโรงงาน ผู้ผลิต นักลงทุน มหาวิทยาลัย ศูนย์วิจัย และผู้พัฒนาเทคโนโลยี



นายเจก จินาพันธ์ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเจนไทม์ สาธารณรัฐอินเดีย



ภายในระบบนิเวศเดียวทำให้เกิดโอกาสในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจได้รวดเร็วกว่าหลายพื้นที่ของโลก

อินเดียใต้จึงไม่ได้เป็นเพียงตลาดขนาดใหญ่ แต่เป็นจุดเชื่อมต่อสู่เครือข่ายธุรกิจ เทคโนโลยี และห่วงโซ่อุปทานระดับโลก การเลือกเมืองและรัฐให้สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจจึงเป็นก้าวแรกที่มีความสำคัญ เพราะแต่ละพื้นที่มีจุดแข็งและโอกาสที่แตกต่างกัน การเริ่มต้นในจุดที่เหมาะสมอาจช่วยลดต้นทุนในการเรียนรู้ตลาด และเพิ่มโอกาสในการเติบโตได้ในระยะยาว

### III. T-Hub: ประตูสู่ระบบนิเวศนวัตกรรมของอินเดีย

#### T-Hub คืออะไร

T-Hub ก่อตั้งขึ้นจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ภายใต้วิสัยทัศน์ของรัฐเตลังคานาที่ต้องการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นศูนย์กลางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และผู้ประกอบการของอินเดีย

องค์กรแห่งนี้ดำเนินงานในรูปแบบ Public-Private Partnership (PPP) และมีสถานะเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร ทำให้สามารถทำงานร่วมกับทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และสถาบัน

การศึกษา ได้อย่าง คล่องตัว แม้จะเริ่มต้นจากการเป็นศูนย์สนับสนุน Startup แต่บทบาทได้ขยายไปสู่การเป็นแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการ นักลงทุน บริษัทขนาดใหญ่ มหาวิทยาลัย และหน่วยงานภาครัฐทั้งในอินเดียและต่างประเทศ

ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา T-Hub ได้พัฒนาเป็นหนึ่งในศูนย์กลางนวัตกรรมที่สำคัญของอินเดีย โดยมี Startup ในระบบมากกว่า 2,000 ราย เชื่อมโยงกับบริษัทขนาดใหญ่กว่า 600 แห่ง นักลงทุนกว่า 80 ราย และพันธมิตรจากกว่า 40 ประเทศทั่วโลก

จุดแข็งสำคัญไม่ได้อยู่ที่จำนวน Startup หรือขนาดขององค์กร แต่อยู่ที่ความสามารถในการเชื่อมโยงผู้เล่นจากหลากหลายภาคส่วนเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ เงินทุน เทคโนโลยี และโอกาสทางธุรกิจได้ภายในเครือข่ายเดียว

#### มากกว่าศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ แต่คือระบบนิเวศนวัตกรรม

จุดเด่นของ T-Hub คือไม่ได้ทำงานเพียงลำพัง แต่เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายองค์กรและหน่วยงานที่ร่วมกันสนับสนุน นวัตกรรม การพัฒนาธุรกิจ และการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่



ซ้าย: คุณไชยฤทธิ์ อนุชิตวรวงศ์ รองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ  
ขวา: คุณ Setu Sharma, Manager – International Programs, T-Hub

รอบ ๆ T-Hub มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนในหลายมิติ ตั้งแต่ T-Works ซึ่งเป็นศูนย์พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ด้าน ฮาร์ดแวร์และวิศวกรรม WE Hub ที่มุ่งส่งเสริมผู้ประกอบการ สตาร์ทอัพ ไปจนถึง RICH และ TASK ซึ่งเชื่อมโยงภาคการศึกษา งานวิจัย และภาคธุรกิจเข้าด้วยกัน

การทำงานร่วมกันของหน่วยงานเหล่านี้ช่วยให้บริษัทและ Startup สามารถเข้าถึงบุคลากร เทคโนโลยี งานวิจัย เงินทุน และโอกาสทางธุรกิจภายในระบบเดียวตั้งแต่การพัฒนาแนวคิด การสร้างต้นแบบ การทดสอบตลาด ไปจนถึงการขยายธุรกิจ

ระบบนิเวศดังกล่าวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ ไฮเดอราบาดก้าวขึ้นมาเป็นศูนย์กลางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และผู้ประกอบการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดแห่งหนึ่งของอินเดียในปัจจุบัน โดยเฉพาะในสาขา AI สุขภาพดิจิทัล ชีววิทยาศาสตร์ และ Enterprise Technology

### T-Hub ประตูสู่ตลาดอินเดียสำหรับธุรกิจต่างชาติ

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา T-Hub ทำหน้าที่เป็น “Soft Landing Platform” สำหรับบริษัทต่างชาติที่ต้องการขยายธุรกิจสู่ อินเดีย โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานส่งเสริมการค้า สถานทูต องค์การพัฒนาธุรกิจ และภาคเอกชนจากหลายประเทศทั่วโลก ทำให้มีประสบการณ์ในการช่วยบริษัทต่างชาติทำความเข้าใจ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของประเทศ และเชื่อมต่อไปยังผู้เล่นสำคัญในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หนึ่งในจุดแข็งสำคัญขององค์กรคือการออกแบบโครงการ ที่ช่วยลดต้นทุนและความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดใหม่ โดย เปิดโอกาสให้บริษัทต่างชาติได้เรียนรู้บริบททางธุรกิจ ของอินเดียก่อนตัดสินใจลงทุนจริง ไม่ว่าจะเป็น **Immersion Program** สำหรับการศึกษาระบบนิเวศธุรกิจและนวัตกรรม ของอินเดียในระยะสั้น **Market Access Program** ที่ช่วยสนับสนุนการหาลูกค้าและพัฒนาความร่วมมือทางธุรกิจ ในระยะยาว หรือ **Business Matching** ที่มุ่งเชื่อมโยงกับ ลูกค้า นักลงทุน และพันธมิตรที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรม เป้าหมาย

สำหรับผู้ประกอบการไทย คุณค่าที่สำคัญที่สุดของ T-Hub ไม่ได้มีเพียงการเข้าถึง Startup เพียงอย่างเดียว แต่รวมถึง การช่วยลดต้นทุนในการเรียนรู้ตลาดอินเดียซึ่งเป็นตลาด ที่มีความหลากหลายและซับซ้อนสูง การมีองค์กรที่สามารถ เชื่อมโยงกับภาคธุรกิจ นักลงทุน หน่วยงานภาครัฐ และ สถาบันการศึกษาได้ในเครือข่ายเดียว ช่วยให้ผู้ประกอบการ เข้าถึงข้อมูล พันธมิตร ลูกค้า และโอกาสทางธุรกิจได้รวดเร็ว กว่าที่การเริ่มต้นด้วยตนเอง อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยง จากการตัดสินใจลงทุนในตลาดที่ยังไม่คุ้นเคยได้อย่าง มีนัยสำคัญ

ด้วยบทบาทดังกล่าว T-Hub จึงไม่ได้เป็นเพียงศูนย์สนับสนุน Startup แต่เป็นหนึ่งในประตูสำคัญที่ช่วยให้บริษัทต่างชาติ เข้าใจตลาดได้เร็วขึ้น และเข้าถึงผู้เล่นที่เกี่ยวข้องในระบบนิเวศ ธุรกิจของอินเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### T-Hub สนับสนุนผู้ประกอบการไทยได้อย่างไร

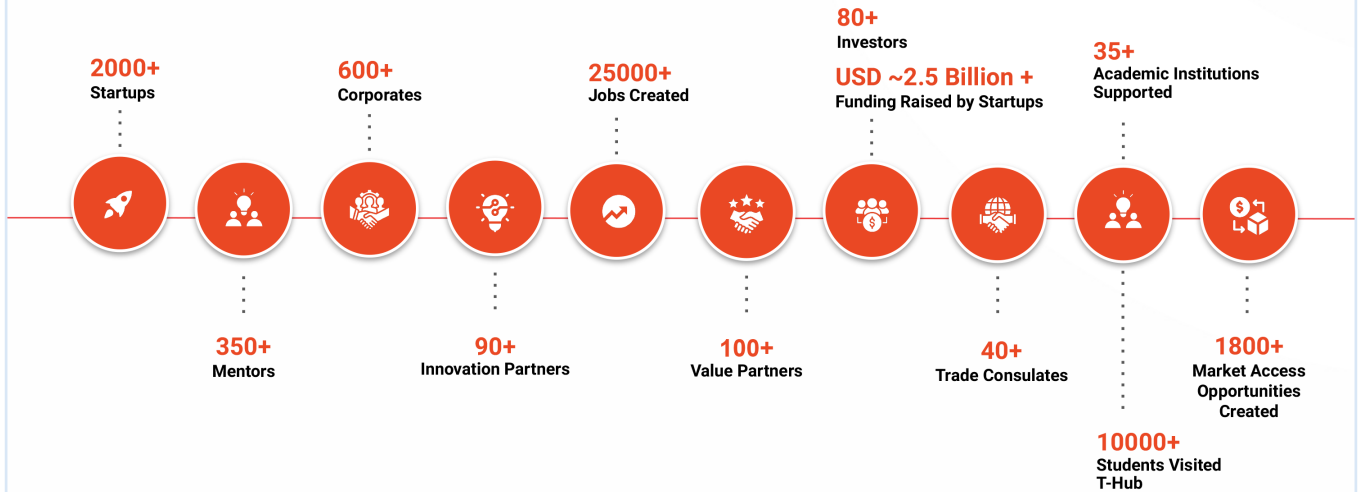
T-Hub มีโปรแกรมสนับสนุนบริษัทต่างชาติที่ต้องการศึกษาโอกาสทางธุรกิจและขยายตลาดในอินเดีย โดยเริ่ม ตั้งแต่กิจกรรมระยะสั้น เช่น Immersion Program ที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้เรียนรู้ระบบนิเวศธุรกิจ และนวัตกรรมของอินเดีย ทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กฎระเบียบ วัฒนธรรมการทำงาน และเข้า พบหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

สำหรับบริษัทที่มีความสนใจเข้าสู่ตลาดอินเดียอย่างจริงจัง T-Hub ยังมี Market Access Program ซึ่งช่วย เชื่อมโยงกับลูกค้า นักลงทุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยสามารถออกแบบ กิจกรรมให้สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจและความต้องการเฉพาะของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมได้

จุดเด่นของแนวทางดังกล่าวคือ การช่วยลดต้นทุนในการเรียนรู้ตลาดและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในประเทศที่มีความหลากหลายและซับซ้อนอย่างอินเดีย ทำให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินโอกาสทางธุรกิจ ค้นหาพันธมิตร ที่เหมาะสม และเตรียมความพร้อมก่อนการลงทุนจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



## Our Impact



## International Programs



### Our Impact

|                                                                |                                                                |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| International market access for<br><b>300+ Indian Startups</b> | Indian market access for<br><b>200+ International Startups</b> |
| Innovation Partner for<br><b>40+ Countries</b>                 | Conducted programs with<br><b>25+ Global Accelerators</b>      |
| Led<br><b>100+ International Interventions</b>                 | Delivered<br><b>25+ Market Access Programs</b>                 |

#### IV. เส้นทางสู่ตลาดอินเดีย: จากการสำรวจตลาดสู่การลงทุน



คุณพลวัฒน์ นภวราชนนท์ ผู้ชำนาญการกองพัฒนาผู้ประกอบการไทย

หลังจากทำความเข้าใจศักยภาพของอินเดีย ระบบนิเวศธุรกิจของอินเดียได้ และบทบาทของ T-Hub แล้ว คำถามสำคัญที่ผู้ประกอบการไทยจำนวนมากต้องการคำตอบคือ “ควรเริ่มต้นอย่างไร”

แม้อินเดียจะเป็นหนึ่งในตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดของโลก แต่หลายหน่วยงานที่มีประสบการณ์ทำงานในอินเดีย ไม่ว่าจะเป็น T-Hub สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (DITP) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) หรือสถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองเจนไน ต่างเห็นตรงกันว่าความสำเร็จในอินเดียมักไม่ได้เกิดจากการเร่งลงทุนตั้งแต่วันแรก

ในทางตรงกันข้าม ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักเริ่มต้นจากการเรียนรู้ตลาด ทำความเข้าใจบริบทของพื้นที่ และค่อย ๆ ขยายการดำเนินงานตามระดับความเข้าใจที่เพิ่มขึ้น

##### เริ่มต้นจากการเรียนรู้ตลาด

อินเดียเป็นประเทศที่มีความหลากหลายสูง ทั้งด้านภาษา วัฒนธรรม พฤติกรรมผู้บริโภค และโครงสร้างเศรษฐกิจในแต่ละรัฐ สิ่งที่ประสบความสำเร็จในเมืองหนึ่งอาจไม่สามารถนำไปใช้ได้ในเมืองหนึ่ง การใช้เวลาในช่วงเริ่มต้นอาจดู

เป็นกระบวนการที่ช้า แต่ช่วยลดความเสี่ยงจากการตัดสินใจที่คลาดเคลื่อน และทำให้เห็นโอกาสทางธุรกิจที่สอดคล้องกับศักยภาพของตนเองมากขึ้น

##### เริ่มจากการค้า ก่อนขยายสู่การลงทุน

สำหรับผู้ประกอบการจำนวนมาก การส่งออกสินค้าและบริการมักเป็นจุดเริ่มต้นที่เหมาะสมที่สุดในการเข้าสู่ตลาดอินเดีย แนวทางดังกล่าวช่วยให้ธุรกิจสามารถเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภค ทดสอบความต้องการของตลาด และสร้างฐานลูกค้าได้ก่อน โดยไม่ต้องรับความเสี่ยงจากการลงทุนขนาดใหญ่ตั้งแต่ระยะแรก และเมื่อมีความเข้าใจตลาดมากขึ้น ธุรกิจจึงสามารถพิจารณารูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย การจัดตั้งสำนักงาน การร่วมทุนกับพันธมิตรท้องถิ่น หรือการลงทุนโดยตรงในอนาคต

##### ใช้ประโยชน์จากเครือข่ายที่มีอยู่

ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยสามารถอาศัยเครือข่ายและหน่วยงานสนับสนุนที่มีอยู่แล้ว ทั้งในด้านข้อมูลตลาด การค้นหาคู่ค้า การเชื่อมโยงกับนักลงทุน ตลอดจนการให้คำปรึกษาด้านการลงทุนและการดำเนินธุรกิจอินเดีย ไม่ว่าจะเป็น T-Hub กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองเจนไน และธนาคารกรุงเทพ ต่างมีบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการไทย ตั้งแต่การให้ข้อมูลตลาด การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ไปจนถึงการขยายการลงทุนในระยะยาว



คุณธนภักก์ แสงอรุณ ผู้ชำนาญการฝ่ายเอเชียใต้ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

### Partner First, Investment Later

หนึ่งในข้อสรุปที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างสอดคล้องกันจาก T-Hub หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในอินเดีย คือ ความสำเร็จในตลาดอินเดียมักไม่ได้เริ่มต้นจากการลงทุนขนาดใหญ่ตั้งแต่วันแรก หากเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจตลาด สร้างเครือข่าย และค้นหาพันธมิตรทางธุรกิจที่เหมาะสมก่อน

เนื่องจากอินเดียเป็นประเทศที่มีความหลากหลายสูง ทั้งด้านภาษา วัฒนธรรม กฎระเบียบ และโครงสร้างเศรษฐกิจ ในแต่ละรัฐ การมีพันธมิตรที่เข้าใจตลาดในพื้นที่สามารถช่วยลดต้นทุนในการเรียนรู้ตลาด เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้า และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมาก

ด้วยเหตุนี้ หลายบริษัทที่ประสบความสำเร็จในอินเดียจึงมักใช้แนวทาง “Partner First, Investment Later” หรือเริ่มต้นจากการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือทางธุรกิจก่อน แล้วจึงค่อยขยายสู่การลงทุนในรูปแบบที่เหมาะสมเมื่อมีความเข้าใจตลาดมากเพียงพอ

### จากการส่งออกสู่การลงทุน: บทเรียนของผู้ประกอบการไทยในตลาดอินเดีย

ประสบการณ์ของผู้ประกอบการไทยที่เข้าไปดำเนินธุรกิจในตลาดอินเดียสะท้อนให้เห็นว่า ความท้าทายสำคัญไม่ได้อยู่ที่การขาดโอกาสทางธุรกิจ หากอยู่ที่การทำความเข้าใจตลาดและการเลือกพันธมิตรที่เหมาะสม เนื่องจากแต่ละรัฐมีโครงสร้างเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และลักษณะการแข่งขันที่แตกต่างกันอย่างมาก การมีเครือข่ายและพันธมิตรที่เข้าใจตลาดในพื้นที่จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทเรียนสำคัญอีกประการหนึ่งคือ หลายธุรกิจไม่ได้เริ่มต้นจากการลงทุนขนาดใหญ่ตั้งแต่วันแรก หากเริ่มจากการส่งออกสินค้าและบริการเพื่อเรียนรู้ตลาด สร้างฐานลูกค้า และทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจก่อน ค่อยพัฒนาไปสู่ความร่วมมือทางธุรกิจหรือการลงทุนในรูปแบบอื่นเมื่อมีความพร้อมมากขึ้น แนวทางดังกล่าวช่วยลดความเสี่ยงและเปิดโอกาสให้ธุรกิจปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับธุรกิจที่ต้องอาศัยเครือข่ายการขาย การบริการหลังการขาย หรือการสนับสนุนทางเทคนิคอย่างต่อเนื่อง ประสบการณ์ของผู้ประกอบการไทยสะท้อนตรงกันว่า การมีพันธมิตรท้องถิ่นที่มีความน่าเชื่อถือและมีความเข้าใจตลาดเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในระยะยาว ขณะเดียวกัน การลงทุนหรือการจัดตั้งกิจการร่วมทุนยังต้องอาศัยการตรวจสอบข้อมูล การทำความเข้าใจข้อกฎหมาย และการคัดเลือกพันธมิตรอย่างรอบคอบ เนื่องจากเงื่อนไขทางธุรกิจในทางปฏิบัติอาจมีความซับซ้อนมากกว่าที่คาดไว้ในช่วงเริ่มต้น

อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจคือ ภาคธุรกิจอินเดียยังมองประเทศไทยในเชิงบวก ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ คุณภาพสินค้า และความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม ขณะเดียวกันยังมองเห็นศักยภาพของไทยในสาขาที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Wellness เทคโนโลยีการแพทย์ อาหาร และนวัตกรรม ซึ่งอาจกลายเป็นพื้นที่ความร่วมมือสำคัญระหว่างไทยและอินเดียในอนาคต



## V. อินเดีย: โอกาสที่ต้องใช้เวลา

ตลอดการหารือครั้งนี้ แม้ผู้เข้าร่วมจะมาจากหน่วยงานและภาคส่วนที่แตกต่างกัน แต่มีข้อสรุปหนึ่งที่สะท้อนตรงกันอย่างชัดเจน คือ อินเดียอาจไม่ใช่จุดหมายที่ง่ายที่สุดสำหรับการเริ่มธุรกิจ แต่กำลังก้าวขึ้นเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

ผู้ประกอบการที่สามารถสร้างการเติบโตในอินเดียได้อย่างยั่งยืน มักไม่ได้เริ่มต้นจากการลงทุนขนาดใหญ่ หากเริ่มจาก

การทำความเข้าใจบริบทของพื้นที่ เรียนรู้ความแตกต่างของแต่ละรัฐ และค่อย ๆ สร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้ การมีหน่วยงานสนับสนุนและพันธมิตรที่เหมาะสมสามารถช่วยลดต้นทุนในการเรียนรู้ตลาด เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงเครือข่ายทางธุรกิจ และลดความเสี่ยงในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจได้

แต่ท้ายที่สุด ความสำเร็จในอินเดียกับวิธีคิด แนวทางการดำเนินธุรกิจ และความสามารถในการปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทของตลาดที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา













