



เปิดประตู สู่ตลาดใหม่

มกราคม 2562

เข้าใจ ความหลากหลายของอินเดีย **เพื่อ**
เข้าถึง โอกาสธุรกิจแดนภารตะ



รู้หรือไม่ ?

- นอกจากความหลากหลายทางด้าน Hard Sides (เช่น เศรษฐกิจ ขนาดตลาด และภูมิประเทศ) อินเดียยังมีความหลากหลายทางด้าน Soft Sides (เช่น อาหาร ภาษา และวัฒนธรรม) ที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค
- ผู้ส่งออกไทยควรทำความเข้าใจความหลากหลายของอินเดียในมิติต่างๆ เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการรุกตลาดอินเดียได้อย่างเหมาะสม

“ อินเดียเป็น **หนึ่ง** ในประเทศที่มีความหลากหลายมากที่สุดในโลก ”



กลุ่มชาติพันธุ์ย่อยกว่า **700** ชาติพันธุ์
(จากจำนวนประชากรกว่า 1,300 ล้านคน)



ความแตกต่างของรายได้ในแต่ละพื้นที่
#4 ของโลก



ความแตกต่างสุดขั้วของภูมิอากาศและภูมิประเทศ
ตอนเหนือในพื้นที่ภูเขาสูงอุณหภูมิหนาวระดับติดลบ ทางตะวันตก
มีทะเลทรายที่อุณหภูมิสูงกว่า 50°C ทางใต้อากาศร้อนชื้น



ความหลากหลายด้าน Soft Sides ของอินเดีย



อาหาร

ภาคเหนือ



นิยมรับประทานอาหารรสไม่จัด



ประชาชนส่วนใหญ่ในภาคเหนือและภาคตะวันตกนิยม
บริโภคมังสวิรัตและไม่รับประทานเนื้อสัตว์ตามความ
เชื่อทางศาสนา



ประชาชนบางส่วนนำเนื้อแกะมาทำเป็นอาหาร
ประเภทสเตอหรือแกง เนื่องจากชาวอินเดียตอน
เหนือบางส่วนเลี้ยงแกะ



นิยมใส่มะเขือเทศ สีสันของอาหารจึงดูจัดจ้านแต่
รสชาติไม่เผ็ด

ภาคใต้และภาคตะวันออก



นิยมรับประทานอาหารรสจัด เผ็ดร้อน



นิยมใช้สัตว์น้ำเป็นวัตถุดิบ
หลักในการประกอบอาหาร



เป็นแหล่งผลิตเครื่องเทศสำคัญ อาหารจึง
มีรสชาติค่อนข้างเผ็ดร้อน



ประชาชนในภาคใต้และภาคตะวันออก
นอกจากบริโภคมังสวิรัตแล้ว บางส่วนนิยม
รับประทานเนื้อสัตว์ (ไก่และปลา) เนื่องจาก
ความพร้อมของวัตถุดิบ (พื้นที่ส่วนใหญ่ติด
ทะเล)



ใช้กะทิและพริกในการปรุงรส
เป็นหลัก



นิยมรับประทานข้าวบาสมาดีเนื่องจาก
หลายพื้นที่เป็นแหล่งปลูกข้าวสำคัญ
โดยเฉพาะรัฐ West Bengal และ
Andhra Pradesh



ภาษา

“ อินเดียมีภาษามากกว่า 80 ภาษา โดยเฉพาะบางรัฐ เช่น รัฐ Punjab และ Tamil Nadu ประชาชนกว่า 80% ใช้ภาษาท้องถิ่นของตนเองในการสื่อสารเป็นหลัก ”

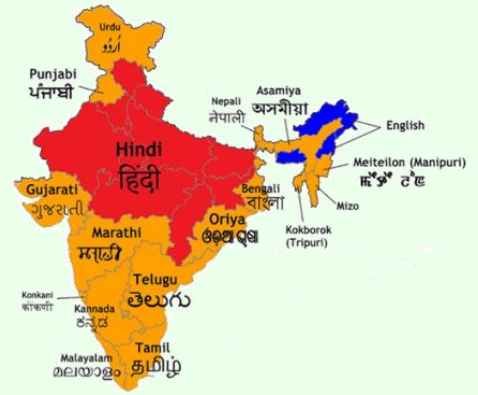
ภาษาหลัก → • ภาษาอังกฤษ
• ภาษาฮินดี

รัฐ Punjab
(92% ใช้ภาษา Punjabi)

รัฐ Tamil Nadu
(89% ใช้ภาษา Tamil)

รัฐ West Bengal
(85% ใช้ภาษา Bengali)

รัฐ Gujarat
(84% ใช้ภาษา Gujarati)



ที่มา : Ministry of Minority Affairs, Government of India



เครื่องแต่งกายสตรี

“ สำหรับเป็นเครื่องแต่งกายที่สตรีอินเดีย นิยมสวมใส่ในชีวิตประจำวันและเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา โดยผ้าและรูปแบบการนุ่งห่มสำหรับจะแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค ”



แบรนด์ Modern Fast Fashion ระดับโลกอย่าง H&M และ ZARA เข้าไปรุกตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในอินเดียแล้ว

ล่าสุด ปี 2561 ยอดขาย **H&M** ↑ 40%

ZARA ↑ 19%

อย่างไรก็ตาม การแต่งกายสมัยใหม่ได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะในเมือง Tier 1* เช่น กรุงเทพฯ มุมไบ ”

*เมือง Tier 1 (เมืองที่มีประชากรมากกว่า 4 ล้านคน)



สำหรับ

Kurta

“ สตรีในพื้นที่นอกเขตเมือง ส่วนใหญ่ยังคงนิยมแต่งกายแบบดั้งเดิม ทั้งสำหรับ และ Kurta (เสื้อแขนยาว ลำตัวเสื้อยาวถึงเอวหรือเข้า) ”



“ รัฐทางตะวันออกเฉียงเหนือหรือรัฐ 7 สาวน้อย ส่วนใหญ่ใส่ชุดประจำท้องถิ่น ยกเว้นรัฐ Assam ที่นิยมใส่สำหรับ ”



เทศกาลสำคัญ

“ ตัวอย่างเทศกาลสำคัญของอินเดีย ”



ในช่วงเทศกาลสำคัญมักจะมีความต้องการสินค้าเฉพาะอย่างเพิ่มขึ้น เช่น เทศกาล Holi ผงสีจะขายดี ขณะที่เทศกาล Durga Puja ดอกบัวมักจะขายดี

เทศกาลสำคัญที่จัดในหลายรัฐ

Makar Sankranti
เทศกาลร้าว แสดงถึงสัญลักษณ์ของการเปลี่ยนฤดู

ม.ค.

Holi
คล้ายเทศกาลสงกรานต์ของไทย แต่ใช้น้ำผสมสีสาดใส่กันแทน

มี.ค.

Durga Puja | Diwali
เทศกาลบูชาพระเทวีทุรคา | เทศกาลปีใหม่ของชาวฮินดู

ต.ค.

เทศกาลสำคัญที่จัดเฉพาะบางรัฐ

เทศกาลฉลองการเก็บเกี่ยว
o Lohri (รัฐ Punjab)
o Pongal (รัฐ Tamil Nadu)

เทศกาลฉลองการเก็บเกี่ยว
o Onam (รัฐ Kerala)

ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาคของอินเดีย ทำให้การเลือกพื้นที่ในการดำเนินธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญอันดับต้นๆ ที่นักธุรกิจไทยต้องคำนึงถึง

“ มองแต่ละรัฐเสมือนเป็นหนึ่งประเทศ ”

อินเดียเป็นตลาดขนาดใหญ่ หลายรัฐมีประชากรมากกว่าไทย (69 ล้านคน) เช่น Uttar Pradesh (225 ล้านคน) Maharashtra (120 ล้านคน)



ความหลากหลายด้านการบริโภคอาหาร ผู้ส่งออกไทยกลุ่มสินค้าอาหารและเนื้อสัตว์ ควรพิจารณาเลือกรัฐและพื้นที่ในการเจาะตลาดให้เหมาะสม



ความหลากหลายด้านภาษา ผู้ประกอบการไทยควรมีคู่ค้า/พันธมิตรท้องถิ่นที่เข้าใจภาษา วัฒนธรรมและสามารถเจรจาธุรกิจในแต่ละพื้นที่ได้



ความหลากหลายด้านเครื่องแต่งกายสตรี ผู้ส่งออกไทยในกลุ่มสินค้า Fast Fashion และเสื้อผ้าสำเร็จรูปสามารถเจาะตลาดอินเดีย โดยเฉพาะเมือง Tier 1



ความหลากหลายด้านเทศกาลสำคัญ เป็นโอกาสในการส่งออกสินค้าตามเทศกาลสำคัญของอินเดีย เช่น ผงสีในช่วงเทศกาล Holi (มี.ค.)

