



ภูมิภาคเอเชียใต้ (Fact Sheet)

1. ข้อมูลทั่วไป

พื้นที่ : 5,222,321 ตร.กม.

ประชากร : ประมาณ 2.04 ล้านคน (2024)

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ : ถ่านหิน อัญมณี แร่เหล็ก

แมงกานีส หวาย ปีโตรเลียม แร่โททาเนียม ก๊าซธรรมชาติ

หินปูน ยิปซัม ฟลูออไรด์ ดินขาว หินอ่อน

สินค้านำเข้าสำคัญ: เชื้อเพลิงจากแร่ อัญมณีเครื่องประดับ

เครื่องจักร อุปกรณ์ไฟฟ้า เคมีภัณฑ์

ตลาดนำเข้าสำคัญ: จีน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ซาอุดีอาระเบีย สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา

2. เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ

	ปี 2024	ปี 2025F	ปี 2026F
GDP (US\$bn)	4,860	5,300	5,810
GDP Per Capita (US\$)	2,550	2,750	2,990
GDP Growth (%)	6.40	6.00	6.30

สินค้าส่งออกที่สำคัญ: เชื้อเพลิงจากแร่ อัญมณีและเครื่องประดับ ยานยนต์ เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เกษตร (ผ้าฝ้าย ชา)

ตลาดส่งออกที่สำคัญ: สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหรัฐอเมริกา จีน สิงคโปร์ฮ่องกง

3. ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

3.1 ยุทธศาสตร์

1. การบุกเจาะตลาดศักยภาพ (อินเดีย)

- 1) ขยายสู่เมืองรอง โดยบุกเจาะหัวเมืองเศรษฐกิจใหญ่ที่มีศักยภาพ
- 2) เจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับบน : Super Rich
- 3) เพิ่มช่องทางจำหน่ายที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่

Urbanization : Modern Trade

2. การบุกเจาะตลาดใหม่ (บังกลาเทศ ปากีสถาน ศรีลังกา มัลดีฟส์)

- 1) เน้นการเจาะขยายตลาดในเมืองศักยภาพ: ธากา อิสลามาบาด कराจี โคลัมโบ มาเล
 - 2) ผลักดันสินค้า/บริการพื้นฐานที่สอดคล้องกับระดับการพัฒนาประเทศ เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องจักรกลด้านการเกษตร เกษตรภัณฑ์ เวชภัณฑ์ วัสดุก่อสร้าง และธุรกิจก่อสร้าง เป็นต้น
 - 3) สร้างพันธมิตรธุรกิจเป็นแหล่งวัตถุดิบที่จำเป็นต่ออุตสาหกรรม การผลิตเพื่อการส่งออกของไทย เช่น อัญมณี และประมง
3. การสนับสนุนเอกชนไทยให้ดำเนินธุรกิจในเอเชียใต้

3.2 กิจกรรม

ปี 2025

1. โครงการผลักดันและส่งเสริมการค้าในตลาดเอเชียใต้
 - โครงการคณะผู้แทนการค้าเจรจาการค้าในประเทศมัลดีฟส์ ณ กรุงมาเล ประเทศมัลดีฟส์ (4 พ.ค. 68)
 - กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าเจรจาการค้าในอินเดีย (18-20 มี.ค. 68)
2. งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ
 - Thailand Week บังคาลอร์ (อินเดีย) 17-19 ม.ค. 68
 - Top Thai Brands เจนไน (อินเดีย) 24-26 ม.ค. 68
 - Top Thai Brands นิวเดลี (อินเดีย) 4-6 เม.ย. 68
 - Thailand Week ธากา (บังกลาเทศ) (ก.ค.68) รอยีนยัน
 - Top Thai Brands กาฐมาณฑุ (เนปาล) (ก.ย.68) รอยีนยัน
 - AAHAR (อินเดีย) 4-8 มี.ค. 68
 - My Karachi (ปากีสถาน) 1-3 ส.ค. 68
 - Anuga Select India (อินเดีย) 20-22 ส.ค. 68
3. โครงการส่งเสริมการค้าขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำ (รอยีนยัน)
4. กิจกรรมสนับสนุนและวิเคราะห์ข้อมูลตลาดเชิงลึกเพื่อส่งเสริมการค้าขาย Soft Power ในตลาดเอเชียใต้ (ก.พ. - ก.ย. 2568)

4. สถานการณ์เศรษฐกิจ

ความสำคัญ

- เอเชียใต้ เป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพด้านเศรษฐกิจที่โดดเด่น และขยายตัวอย่างรวดเร็ว ด้วยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคโดยเฉลี่ยในช่วง 10 ปีก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ร้อยละ 6.5 โดยปัจจัยหลักที่ทำให้เศรษฐกิจของภูมิภาคขยายตัว คือ การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การเกษตรและการผลิต

- ประชากรในเอเชียใต้รวมกันกว่า 1,900 ล้านคน โดยเป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อปานกลาง-สูงมากกว่า 370 ล้านคน

นโยบายเศรษฐกิจ

- ปัจจุบันประเทศในเอเชียใต้มีนโยบายมุ่งส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศในเอเชีย (Look East Policy) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างไทย-เอเชียใต้ให้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- ในภูมิภาคเอเชียใต้ กระทรวงพาณิชย์มองอินเดียเป็นประตูการค้าสู่เอเชียใต้ โดยอินเดียจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว (BRICS) มีอัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง (Dynamic Market)

- กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาค : ความคิดริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอล สำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการและเศรษฐกิจ (Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation : BIMSTEC) ประกอบด้วย บังกลาเทศ ภูฏาน อินเดีย เมียนมาร์ เนปาล ศรีลังกา และไทย ภายใต้ความร่วมมือ 7 เสา โดยมีประเทศผู้นำ คือ 1) การเกษตรและความมั่นคงทางอาหาร (เมียนมา) 2) ความเชื่อมโยง (ไทย) 3) การค้า การลงทุนและการพัฒนา (บังกลาเทศ) 4) วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (ศรีลังกา) 5) ความมั่นคงและพลังงาน (อินเดีย) 6) สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ภูฏาน) 7) ความเชื่อมโยงระหว่างประชาชน (เนปาล) ล่าสุด ไทยได้เป็นประธาน BIMSTEC วาระปี 2022-2023 โดยการประชุมเมื่อ 30 มี.ค. 2022 ไทยเน้นย้ำความเชื่อมโยงระหว่างเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ผ่านโครงการพัฒนาต่างๆ การคมนาคมขนส่งซึ่งมีไทยเป็นศูนย์กลาง และการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างมหาสมุทรอินเดียและแปซิฟิก เพื่อให้อนุภูมิภาคอ่าวเบงกอลมีความมั่นคง ยั่งยืน และเปิดกว้างสู่โอกาส โดยใช้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ขับเคลื่อนความร่วมมือในแต่ละด้าน

เขตอาณาของสคต.เอเชียใต้

- สคต. เมืองมุมไบ : อินเดีย (6 รัฐ + 2)
- สคต. กรุงนิวเดลี : อินเดีย (17 รัฐ + 4)
- สคต. เมืองเจนไน : อินเดีย (5 รัฐ + 2) ศรีลังกา และมัลดีฟส์
- สคต. กรุงธากา : บังกลาเทศ ปากีสถาน ภูฏาน อัฟกานิสถาน

สรุปการค้าระหว่างไทย - เอเชียใต้

ลำดับคู่ค้า ปี 2024 ม.ค.-ธ.ค.	ลำดับคู่ค้า ปี 2025 ม.ค.-ก.พ.	เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD/ล้านบาท)		
ลำดับที่ -	ลำดับที่ -	ปี 2025 (%)	ปี 2024	ปี 2025		ปี 2024	ปี 2025		ปี 2024	ปี 2025	
(ตลาดส่งออก ลำดับที่ -)	(ตลาดส่งออก ลำดับที่ -)	3.65		ม.ค.-ก.พ.	+/- (%)		ม.ค.-ก.พ.	+/- (%)		ม.ค.-ก.พ.	+/- (%)
			17,451.97	4,897.58	89.69	11,755.12	3,870.05	143.56	5,696.85	1,027.53	3.49
			614,870.54	167,061.74	83.99	412,838.67	131,671.91	136.68	202,031.87	35,389.83	0.64

รายการ	มูลค่า :				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2023	2024	2024 ม.ค.- ก.พ.	2025 ม.ค.- ก.พ.	2023	2024	2024 ม.ค.- ก.พ.	2025 ม.ค.- ก.พ.	2023	2024	2024 ม.ค.- ก.พ.	2025 ม.ค.- ก.พ.
ไทย - เอเชียใต้ (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	16,040.79	17,451.97	2,581.86	4,897.58	-9.42	8.80	-4.09	89.69	84.03	85.19	84.42	89.87
การส่งออก	10,115.92	11,755.12	1,588.94	3,870.05	-3.96	16.20	-1.86	143.56	80.53	82.76	81.83	90.28
การนำเข้า	5,924.87	5,696.85	992.92	1,027.53	-17.42	-3.85	-7.45	3.49	90.78	90.69	88.91	88.36
ไทย - เอเชียใต้ (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	555,073.80	614,870.54	90,798.89	167,061.74	-9.87	10.77	-0.00	83.99	84.01	85.22	84.42	89.86
การส่งออก	348,477.77	412,838.67	55,632.54	131,671.91	-4.40	18.47	2.49	136.68	80.46	82.78	81.82	90.28
การนำเข้า	206,596.04	202,031.87	35,166.35	35,389.83	-17.79	-2.21	-3.71	0.64	90.78	90.67	88.89	88.36

สินค้าส่งออกหลักของไทย - เอเชียใต้

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2024	ปี 2024 ม.ค.- ก.พ.	ปี 2025 ม.ค.- ก.พ.	+/- (%)
1. อัญมณีและเครื่องประดับ	1,328.94	116.63	2,316.39	1886.08
	46,161.72	4,084.71	78,803.57	1829.23
2. เคมีภัณฑ์	1,627.77	215.50	221.47	2.77
	57,141.86	7,547.04	7,533.39	-0.18
3. เม็ดพลาสติก	1,249.19	196.60	213.79	8.74
	43,954.07	6,884.78	7,274.32	5.66
4. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	742.64	101.64	143.93	41.61
	25,980.39	3,561.88	4,900.09	37.57
5. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	541.64	89.93	116.41	29.44
	19,024.63	3,148.28	3,961.06	25.82
6. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	621.19	101.46	98.21	-3.20
	21,793.91	3,551.63	3,342.90	-5.88
7. ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม	303.86	45.22	87.37	93.20
	10,618.52	1,583.27	2,973.61	87.81
8. ผลิตภัณฑ์ยาง	423.88	61.07	78.21	28.08
	14,867.53	2,138.17	2,661.47	24.47
9. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	382.16	50.17	72.92	45.36
	13,379.29	1,757.50	2,481.95	41.22
10. เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	361.84	52.19	57.17	9.55
	12,755.87	1,830.36	1,945.47	6.29
รวมทั้งสิ้น	14,203.68	1,941.80	4,286.90	120.77
	498,712.35	67,993.57	145,856.32	114.51

สินค้านำเข้าหลักที่ไทยนำเข้า - เอเชียใต้

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2024	ปี 2024 ม.ค.- ก.พ.	ปี 2025 ม.ค.- ก.พ.	+/- (%)
1. เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	1,314.38	272.74	256.78	-5.85
	46,756.13	9,679.16	8,836.91	-8.70
2. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	864.62	154.69	152.31	-1.54
	30,609.10	5,470.20	5,246.89	-4.08
3. เคมีภัณฑ์	529.13	74.04	116.72	57.65
	18,767.47	2,620.40	4,021.41	53.47
4. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	470.40	74.66	88.26	18.21
	16,670.77	2,645.95	3,040.18	14.90
5. สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	416.48	76.69	84.81	10.58
	14,593.02	2,712.30	2,922.24	7.74
6. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	360.85	38.49	77.01	100.07
	12,828.59	1,361.43	2,654.59	94.99
7. ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	256.63	46.31	36.58	-21.01
	9,123.34	1,637.61	1,259.96	-23.06
8. ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	245.39	44.63	34.91	-21.77
	8,704.67	1,582.31	1,203.08	-23.97
9. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	161.52	30.24	31.12	2.90
	5,733.74	1,072.85	1,071.55	-0.12
10. กาแฟ ชา เครื่องเทศ	154.42	35.57	29.07	-18.28
	5,483.27	1,258.90	1,000.32	-20.54
รวมทั้งสิ้น	6,281.60	1,116.72	1,162.92	4.14
	222,815.40	39,563.19	40,053.28	1.24

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร