

รายงานข้อมูลการตลาดเชิงลึก  
อุตสาหกรรมยานยนต์ในตลาดอินเดีย (รถยนต์ 4 ล้อ)



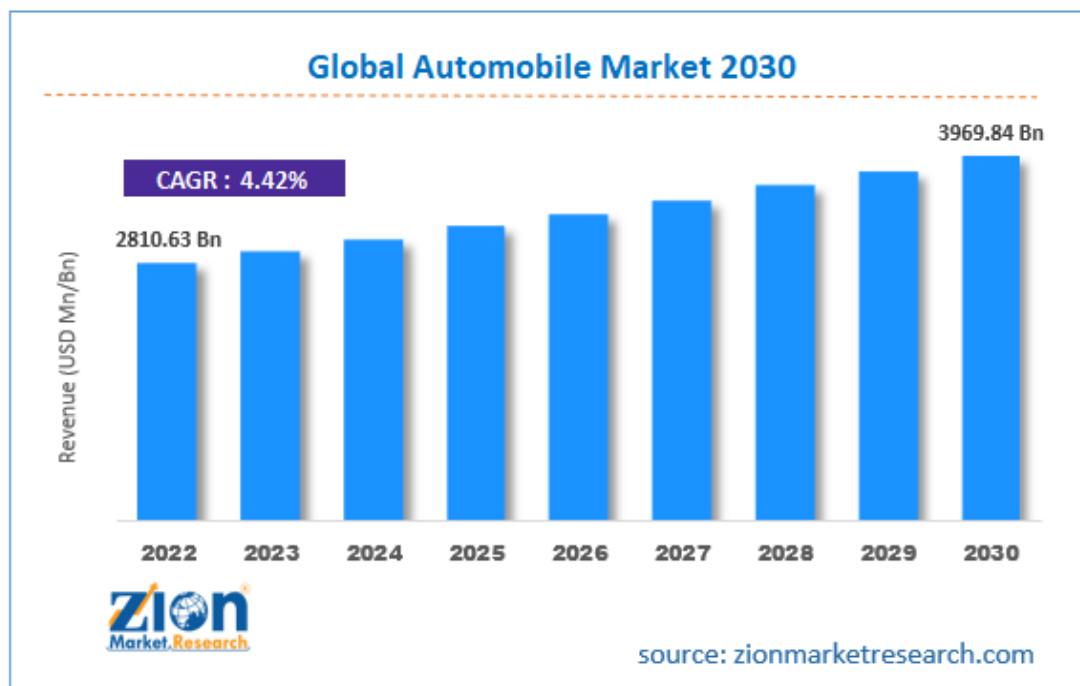
โดย  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ  
ณ กรุงนิวเดลี

## สารบัญ

	หน้า
1. ภาพรวมอุตสาหกรรมยานยนต์โลก	1
2. อุตสาหกรรมยานยนต์ในอินเดีย	4
2.1 ภาพรวมตลาดยานยนต์ในอินเดีย และปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรม	
2.2 แนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์ในอินเดีย	
2.3 ผู้เล่นรายสำคัญในตลาดยานยนต์อินเดีย	
2.4 แนวโน้มยานยนต์ไฟฟ้าในอินเดีย	
3. โอกาสของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดอินเดีย	11
4. ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	14
5. แหล่งข้อมูลอ้างอิง	15

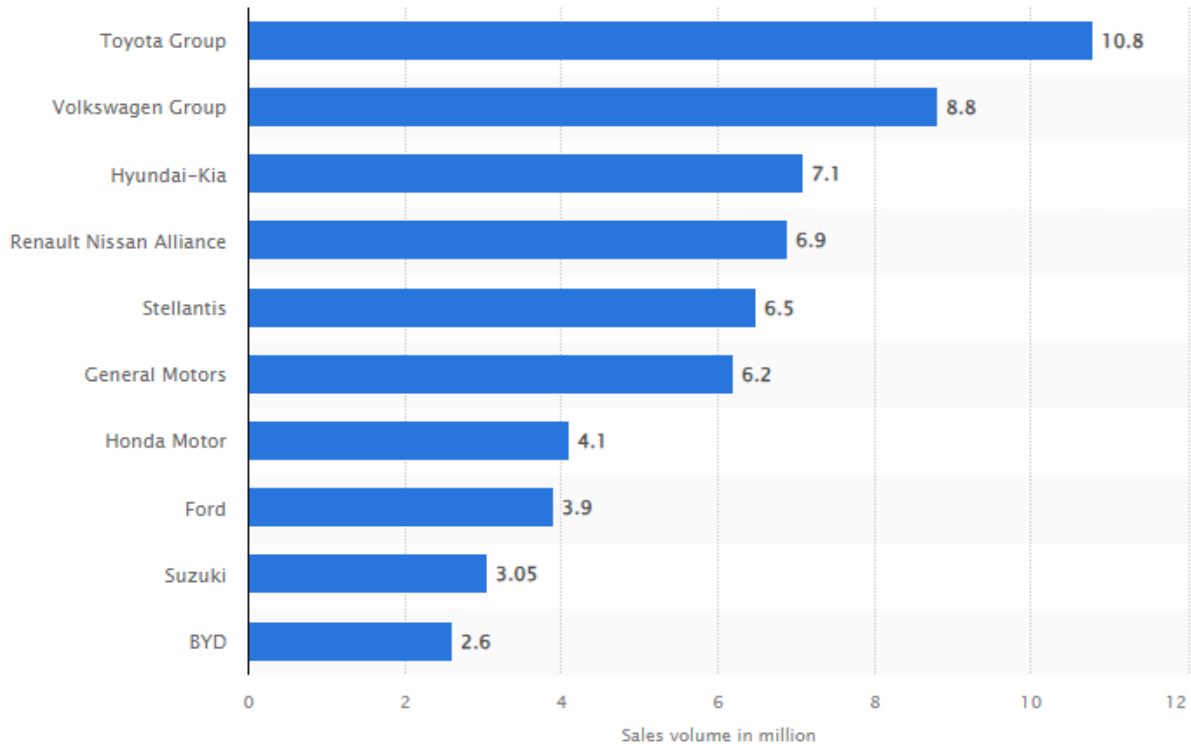
## 1. ภาพรวมอุตสาหกรรมยานยนต์โลก

อุตสาหกรรมยานยนต์โลกเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่หลากหลายและมีความสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจโลก อุตสาหกรรมถูกแบ่งเป็นภูมิภาคต่างๆ เช่น อเมริกาเหนือ, ยุโรป/รัสเซีย และเอเชีย โดยแต่ละภูมิภาคมีลักษณะตลาดและความต้องการที่ไม่เหมือนกัน มูลค่าตลาดยานยนต์โลกในปี 2022 มีมูลค่าอยู่ที่ 23 พันล้านเหรียญสหรัฐ และมียอดการผลิตรถยนต์จำนวนอยู่ที่ 85 ล้านคัน แม้จะมีจำนวนการผลิตที่น้อยกว่าในปี 2019 (ก่อนเกิดวิกฤติโควิด-19) อยู่ถึง 7.7% แต่คาดว่าจะการผลิตรถยนต์จะค่อยๆ ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องในปี 2024 โดยมีการคาดการณ์ว่าตลาดยานยนต์โลกจะมีมูลค่าถึง 28.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2027 มีอัตราการเติบโตต่อปีแบบทบต้น หรือ CAGR ที่ 4.5% จากปี 2022-2027 ทั้งนี้ ผู้เล่นหลักที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมและมีส่วนแบ่งการตลาดตามยอดจำหน่ายในปี 2023 ได้แก่ Toyota, Volkswagen, Hyundai-Kia เป็นต้น



ข้อมูลคาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์โลก ปี 2022 - 2030

### Leading car manufactures by sales in 2023 (in million units)



บริษัทยานยนต์ที่มีจำนวนยอดขายมากที่สุดในโลก ปี 2023

#### แนวโน้มตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของตลาด

1. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี : อุตสาหกรรมยานยนต์กำลังมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นที่คุณสมบัติด้านความปลอดภัย เช่น กล้องถอยหลัง ระบบป้องกันการลื่น ระบบเบรกที่ทันสมัย และเทคโนโลยีป้องกันการชน เป็นต้น
2. รถยนต์ไฟฟ้า (EVs) : ตลาดกำลังเห็นการเติบโตขึ้นของรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งถูกขับเคลื่อนด้วยปัจจัยสนับสนุน เช่น ตระหนักถึงการปล่อยก๊าซเสีย ความประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง สิทธิประโยชน์จากภาครัฐที่สนับสนุนการใช้งานของยานยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. ความนิยมของยานพาหนะเฉพาะรุ่น : ยกตัวอย่างเช่น ในตลาดรถยนต์อินเดีย รถยนต์อเนกประสงค์ (Sport Utility Vehicle : SUVs) ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากเครื่องยนต์ที่แรง พื้นที่ภายในกว้างขวาง และความยืดหยุ่นกับสภาพถนนที่หลากหลาย

#### ความท้าทายในตลาดยานยนต์อุตสาหกรรม

1. ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น : อุตสาหกรรมยานยนต์เผชิญกับความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนการผลิตที่สูง ซึ่งอาจขัดขวางการเติบโตของตลาดโดยจำกัดการเข้าถึงของผู้บริโภคสำหรับยานพาหนะที่ใช้เทคโนโลยียานยนต์ขั้นสูง ทำให้ราคาจำหน่ายที่สูงตามมา

2. ช่องทางการตลาดที่เปลี่ยนไป : งานวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าช่องทางการตลาดดิจิทัลได้กลายเป็นแหล่งข้อมูลอันดับหนึ่งของผู้บริโภค และในอนาคตรูปแบบการซื้อขายยานพาหนะอาจมีแนวโน้มเข้าสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้จำหน่ายรถยนต์แบบดั้งเดิม

3. ข้อจำกัดด้านแบตเตอรี่สำหรับยานยนต์ EV : อุปสรรคนี้เป็นความท้าทายของกลุ่มคนที่ใช้ยานยนต์ไฟฟ้า โดยข้อจำกัดด้านการชาร์จแบตเตอรี่ที่ต้องใช้เวลา รวมถึงความสะดวกในการหาที่ชาร์จแบตเตอรี่ยานพาหนะระหว่างการเดินทางไกล เป็นความท้าทายของกลุ่มรถยนต์ EV ที่ยังต้องปรับปรุงหากต้องการขยายกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

## 2. อุตสาหกรรมยานยนต์ในอินเดีย

### 2.1 ภาพรวมตลาดยานยนต์ในอินเดีย และปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรม

ขนาดของตลาดยานยนต์ในอินเดียมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 126.67 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2567 และคาดว่าจะสูงถึง 187.85 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2572 โดยเติบโตที่ CAGR 8.20% ในช่วงระยะเวลาคาดการณ์ (2567-2572) จากข้อมูลในปี 2023 อุตสาหกรรมยานยนต์ในอินเดียเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ใหญ่และขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ โดยก่อให้เกิดการจ้างงานภายในอุตสาหกรรมถึง 37 ล้านคน มีส่วนผลักดันการเติบโตของ GDP ของประเทศ 7.1% โดยมูลค่าตลาดในปี 2021 อยู่ที่ 100 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตไปถึงระดับ 181 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2024

อินเดียเป็นประเทศที่มีบริษัทยานยนต์จากทั่วโลกเข้ามาลงทุนและดำเนินการผลิต เนื่องจากต้นทุนผลิตที่ต่ำ อาทิ ค่าแรงและวัตถุดิบที่ถูก แหล่งวัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่าย การสนับสนุนการลงทุนจากภาครัฐบาล และมีค่าเงินรูปีที่อ่อนตัว ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ เป็นตัวขับเคลื่อนการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศอินเดีย นอกจากนี้ เศรษฐกิจอินเดียที่มีการขยายตัว พื้นที่ชนบทในหลายแห่งที่กำลังพัฒนาและปรับเปลี่ยนไปสู่การเป็นสังคมเมือง ประชาชนที่มีรายได้เพิ่มขึ้นจึงต้องการการเดินทางที่สะดวกสบาย เหล่านี้ล้วนทำให้ความต้องการยานพาหนะเพิ่มสูงตามมา ทำให้อินเดียกลายเป็นตลาดที่มีศักยภาพและผู้เล่นรายใหญ่อันดับสามมากัดสนใจเข้ามาลงทุน

### 2.2 แนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์ในอินเดีย

ยอดจำหน่ายยานยนต์ในอินเดียทุกประเภทเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะจักรยานยนต์ 2 ล้อและยานยนต์ 4 ล้อ โดยในเดือนพฤศจิกายน 2023 รถจักรยานยนต์มียอดจำหน่ายถึง 2.24 ล้านคันภายในเดือนเดียว แซงหน้าสถิติเดิมที่ทำไว้ในเดือนมีนาคม 2563 ที่ 2.07 ล้านคัน ในส่วนของยานยนต์ 4 ล้อ (passenger vehicle : PV) พบว่ายอดจำหน่ายยานยนต์ในปี 2023 อยู่ที่ 4.1 ล้านคัน เพิ่มขึ้น 8.33% จากปี 2022 ที่ระดับ 3.79 ล้านคัน



และเติบโตขึ้น 23% จากปี 2022 โดยในปี 2023 ยานยนต์ประเภทเอนกประสงค์ Sport Utility Vehicle : SUV มีส่วนแบ่งการตลาดใหญ่ที่สุดในหมวดยานพาหนะ PV ที่ 48.7% ตามมาด้วยรถยนต์ Hatchback ที่ 30% และรูปทรง Sedan ที่ 9.4% และ Multi-purpose vehicle : MVP ที่ 8.7% ตามลำดับ

ตัวอย่างยานพาหนะรูปทรง SUV



ตัวอย่างยานพาหนะรูปทรง Hatchback



ตัวอย่างยานพาหนะรูปทรง Sedan

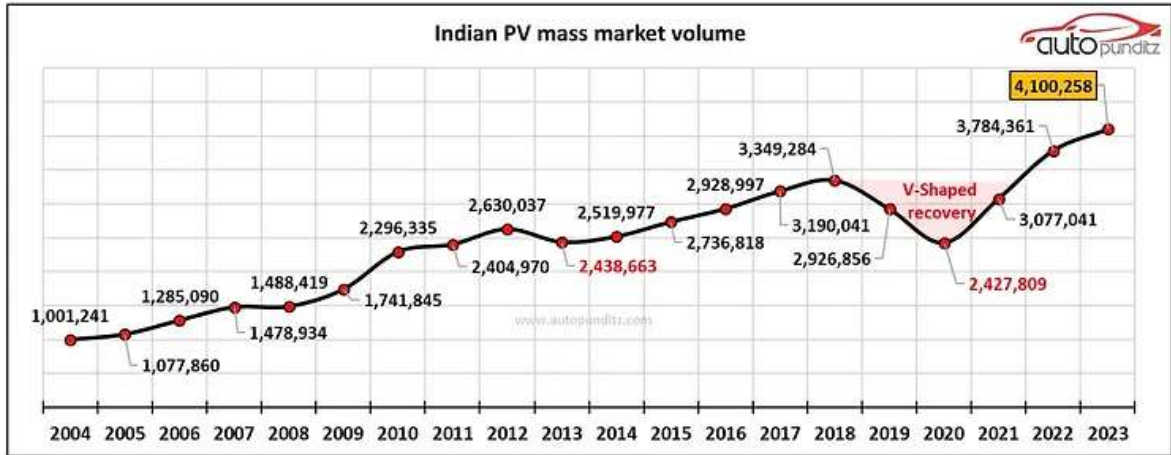


ตัวอย่างยานพาหนะรูปทรง MPV

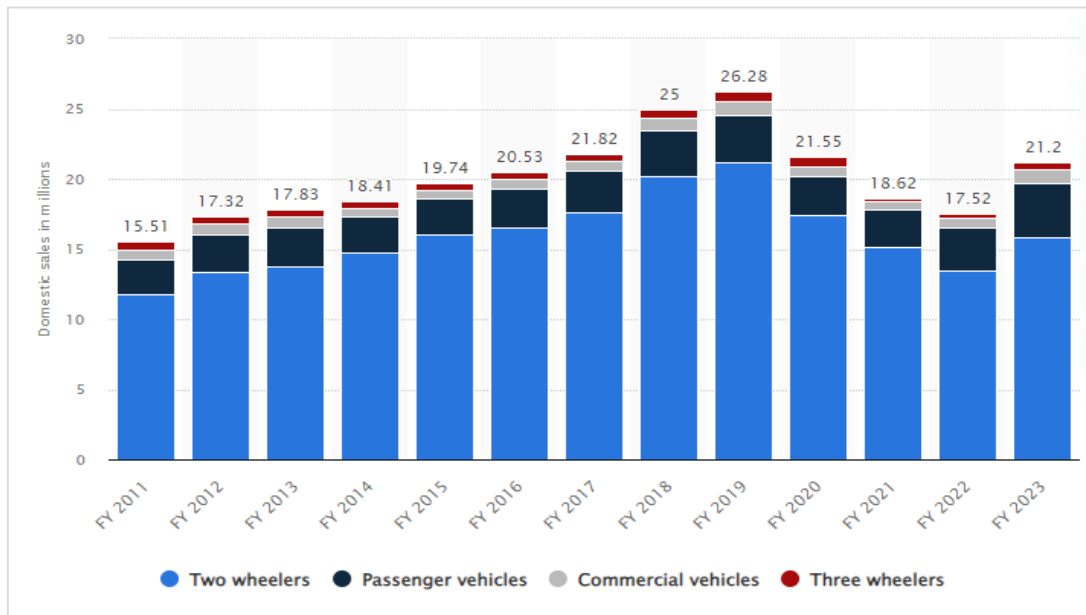


ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่า ในปี 2024 ยอดจำหน่ายยานยนต์ SUV จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นถึงกว่า 50% และยานยนต์รูปทรง Sedan และ hatchback มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมน้อยลง โดยคาดการณ์ว่าการเติบโตโดยรวมจะเติบโตขึ้นแต่เติบโตในอัตราเร่งที่น้อยลง เนื่องจากปัจจุบันอยู่ในอัตราการเติบโตที่สูงอยู่แล้ว สัญญาณโดยรวมถือว่ายัง

เงื่อนไขการเติบโตของอุตสาหกรรม อาทิ GDP ประเทศที่เติบโตต่อเนื่อง ตลาดหุ้นอินเดียซึ่ง  
ดัชนีขึ้นมาแตะที่ระดับสูงสุด และสถานการณ์ความตึงเครียดในหลายพื้นที่ทั่วโลกที่ไม่ได้  
กระทบกับเศรษฐกิจอินเดียมากนัก



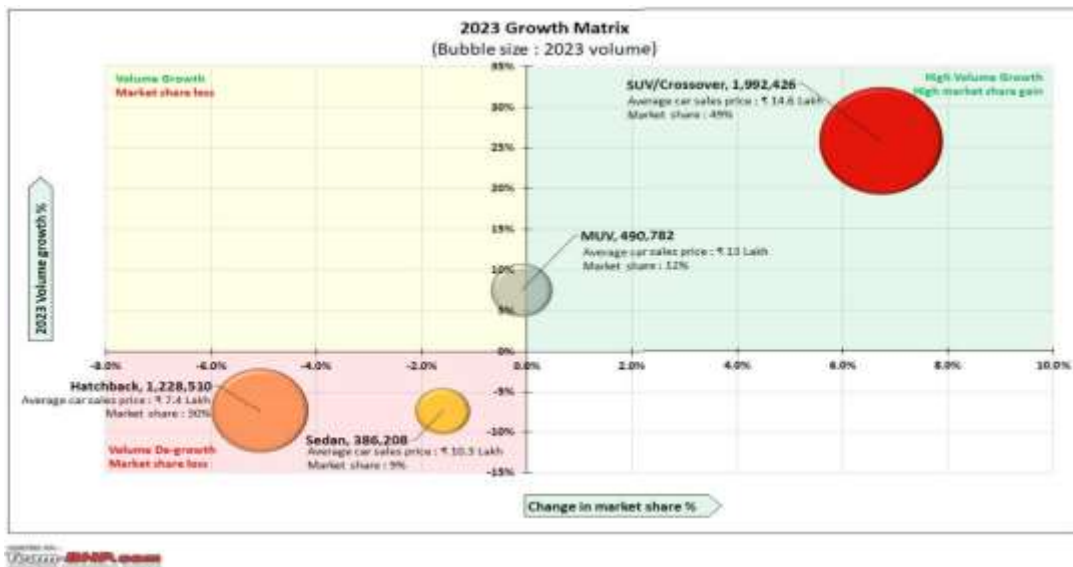
สถิติยอดขายยานพาหนะ Passenger Vehicle ในอินเดีย ระหว่างปี 2004-2023



สถิติยอดขายยานพาหนะทุกประเภทในอินเดีย ระหว่างปี 2011-2023



ยานยนต์รูปแบบ SUV ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในอินเดียเนื่องจากเนื้อที่ใช้สอยที่มากขึ้น ความสะดวกสบายที่เหนือกว่าเมื่อเทียบกับรูปทรง Sedan ความยืดหยุ่นในการใช้งานบนพื้นผิวหลายลักษณะ แต่เนื่องจากสภาพการจราจรอินเดียที่ค่อนข้างหนาแน่นประกอบกับที่פקอาศัยที่ไม่ได้มีพื้นที่จอดรถที่มากนักทำให้ผู้ผลิตหลายรายเริ่มพัฒนายานยนต์ SUV ขนาดกะทัดรัด Compact SUV มากขึ้น นอกเหนือจาก SUV ขนาดกลางและใหญ่



เปรียบเทียบข้อมูลยอดขายจำหน่ายและสัดส่วนยานพาหนะ Passenger Vehicle ในอินเดีย

### 2.3 ผู้เล่นรายสำคัญในตลาดยานยนต์อินเดีย

อินเดียเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์และถือเป็นหนึ่งในประเทศที่อุตสาหกรรมยานยนต์เติบโตเร็วที่สุดในโลก จึงมีบริษัทยานยนต์ยักษ์ใหญ่มากมายเข้าสู่ตลาด โดยข้อมูลในปี 2023 มี 4 บริษัทที่มีสัดส่วนการตลาดสูงสุด ได้แก่ Maruti Suzuki, Hyundai Motor, Tata Motors และ Mahindra & Mahindra

Brands	Units Sold from January to September 2023	Market Shares as of September'23
Maruti Suzuki	15,65,012	41.6%
Hyundai Motor Company	5,74,807	14.9%
Tata Motors	7,21,091	12.3%
Mahindra & Mahindra	5,87,443	11.4%
Toyota Motor Corporation	1,70,782	6.1%
Kia Corporation	1,95,351	5.5%
Honda	73,526	2.7%
MG Motor	43,200	1.4%
Skoda Auto	35,736	1.1%
Volkswagen	33,190	1%

ข้อมูลยอดขายและสัดส่วน market share สำหรับ Passenger Vehicle ในอินเดีย ปี 2023



6 แบรินด์ยอดนิยมสำหรับ passenger car ในอินเดีย ปี 2023

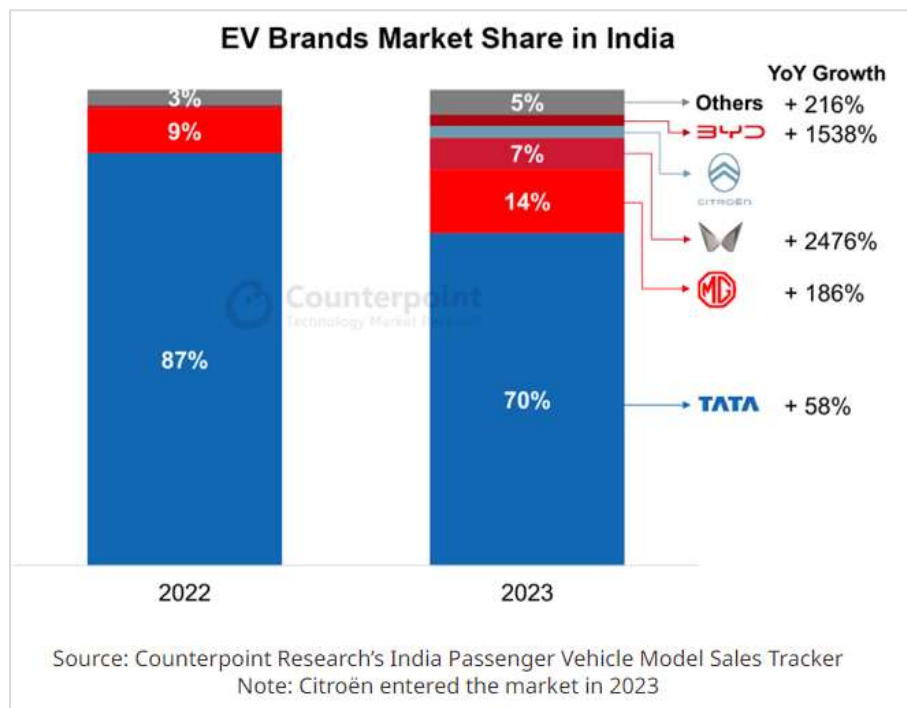
จากการสำรวจข้อมูลผู้บริโภค พบว่า Maruti Suzuki เป็นแบรนด์ยอดนิยมในประเทศ โดยมี market share มากถึง 41.6% ในปี 2023 ทั้งนี้ ปัจจัยที่ทำให้แบรนด์ดังกล่าวเป็นที่นิยมเนื่องจากมีราคาจำหน่ายที่ไม่สูงเทียบกับคู่แข่งในมาตรฐานเดียวกัน สมรรถภาพและความสะดวกสบายในการขับขี่เหมาะสมกับราคา ค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมที่ไม่สูงมาก อะไหล่ยานพาหนะที่หาได้ง่าย และมีศูนย์บริการอยู่ทุกพื้นที่

## 2.4 แนวโน้มยานยนต์ไฟฟ้าในอินเดีย

ด้วยจำนวนยานพาหนะใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องภายในประเทศ รัฐบาลเริ่มกังวลเกี่ยวกับมลพิษทางอากาศที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงที่เพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2022 อินเดียถูกจัดอันดับเป็นประเทศที่มีมลพิษทางอากาศแย่อันดับต้นๆของโลก โดยอยู่ในลำดับที่ 179 จาก 180 ประเทศ รวมทั้งความต้องการลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ ซึ่งมีส่วนทำให้อินเดียขาดดุลการค้ามาโดยตลอด ทำให้รัฐบาลให้ความสำคัญกับยานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle : EV) มากยิ่งขึ้น มีการสนับสนุนผู้ผลิตรายานยนต์ระบบไฟฟ้าโดยให้สิทธิพิเศษหลายประการสำหรับการผลิต อาทิ จัดตั้งโครงการ Faster Adoption and Manufacture of Hybrid and Electric Vehicles (FAME) โครงการ Production Linked Incentive (PLI) สนับสนุนให้ประชาชนหันมาใช้ยานยนต์ไฟฟ้ามากยิ่งขึ้น โดยอำนวยความสะดวกผู้ใช้งานหลายประการ เช่น ออกนโยบายลดรายจ่ายสำหรับผู้ซื้อยานยนต์ไฟฟ้า จัดตั้งสถานีชาร์จแบตเตอรี่ในหลายพื้นที่ ออกนโยบายแลกแบตเตอรี่ที่ประจุไฟฟ้าหมดแล้วกับแบตเตอรี่ที่ประจุไฟฟ้าเต็มพร้อมใช้งาน ทำให้ไม่ต้องเสียเวลารอในการชาร์จไฟฟ้า (battery swapping policy) นโยบายจัดตั้งพื้นที่พิเศษสำหรับผู้ใช้งานพาหนะไฟฟ้าเท่านั้นที่จะได้รับอนุญาต เป็นต้น

ข้อมูลในปี 2023 ยอดจำหน่ายยานยนต์ EV ในอินเดียทุกประเภทมียอดรวมกัน 1.53 ล้านคัน ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่า 50% จากปีก่อนหน้า โดยสัดส่วนยานยนต์ EV คิดเป็น 6.4% ของยานยนต์รวม ทำให้อินเดียมีจำนวนยานยนต์ EV ที่จดทะเบียนแล้วมากกว่า 3.45 ล้านคันในปัจจุบัน สำหรับรถยนต์ 4 ล้อนั้น ในปี 2023 รถยนต์ EV มียอดจำหน่ายคิดเป็นสัดส่วน 5% ของยอดจำหน่ายรถยนต์ทั้งหมดที่จำนวนกว่า 7.2 หมื่นคัน โดยข้อมูลในปี 2023 Tata เป็นเจ้าตลาดรถยนต์ EV ด้วยสัดส่วนครองตลาดถึง 2 ใน 3 อย่างไรก็ตาม เนื่องด้วยกระแสความนิยมรถยนต์ EV ที่เพิ่มขึ้นทำให้ ผู้เล่นรายอื่นเริ่มเจาะตลาด EV มากขึ้น อาทิ MG Motor, Mahindra & Mahindra, Citroen, BYD โดย Mahindra & Mahindra เป็นแบรนด์ที่เติบโตเร็วที่สุดในปี 2023

มีการคาดการณ์ว่ายอดขายจำหน่ายรถยนต์ EV ในอินเดียจะเพิ่มขึ้น 66% ในปี 2024 หรือคิดเป็น 4% ของยอดขายจำหน่ายรถยนต์ทั้งหมด และในปี 2030 รถยนต์ EV ในอินเดียอาจมีจำนวนสัดส่วนถึงเกือบ 1 ใน 3 ของรถยนต์ทั้งหมด นอกจากนี้ การย้ายฐานการผลิตของบริษัท Vinfast ซึ่งเป็นผู้ผลิตรถยนต์ EV รายใหญ่จากเวียดนาม เพื่อมาตั้งโรงงานในรัฐทมิฬนาฑูของอินเดีย เป็นสัญญาณบ่งบอกถึงศักยภาพตลาดรถยนต์ EV ในอินเดียที่สามารถเติบโตได้อีกมากในอนาคต



สัดส่วนแบรนด์ที่ครองตลาดรถยนต์ EV ในอินเดีย ปี 2023

### 3. โอกาสของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในตลาดอินเดีย

ข้อมูลสถิติและแนวโน้มตลาดยานยนต์อินเดียที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นถึงโอกาสทางการตลาดในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ (Auto Component Manufacturing : ACM) ในอินเดียที่จะเติบโตตามมา ข้อมูลในปี 2023 อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในอินเดียมีมูลค่าซื้อขายสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 57 พันล้านเหรียญสหรัฐ เติบโตขึ้นถึง 33% และคาดว่าจะเติบโตขึ้นสูงถึง 85 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2026 โดยได้รับแรงหนุนจากยอดขายยานพาหนะที่มากขึ้น การจัดหาวัตถุดิบการผลิตที่ง่ายขึ้น คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น และความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ จากการพัฒนาขึ้นของอุตสาหกรรม ACM อินเดีย ทำให้อินเดียสามารถส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้น 5% ในปี 2023 ด้วยมูลค่ารวม 20.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเป็นสัญญาณบ่งชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้ซื้อจากต่างประเทศที่ให้การยอมรับสินค้าจากอินเดียเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมหลักในการสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์อินเดียและขับเคลื่อนเศรษฐกิจอินเดีย โดยมูลค่าอุตสาหกรรมคิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 2.3% ของ GDP ประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 1.5 ล้านตำแหน่งทั้งทางตรงและทางอ้อม



\*FY 23 covers the timeframe April 2022-December 22.  
Source: ACMA, IBEF

ข้อมูลมูลค่าอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์อินเดีย ระหว่างปี 2018 – 2023\*

หากพิจารณาแยกย่อยสำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์อินเดีย ข้อมูลปี 2023 พบว่าชิ้นส่วนเครื่องยนต์และเกียร์คิดเป็น 35% ของตลาด ACM โดยรวม ส่วนประกอบไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์คิดเป็น 30% ระบบกันสะเทือนและระบบเบรกคิดเป็น 20% และส่วนประกอบภายในและภายนอกคิดเป็น 15% และด้วยแนวโน้มการเติบโตที่ดีของอุตสาหกรรม ทำให้ผู้ผลิตระดับโลกรายใหญ่ อาทิ Bosch, Continental AG และ Magna International ได้ตัดสินใจเข้ามาลงทุนโรงงานผลิตในอินเดียเอง ทั้งนี้ พื้นที่หลักที่เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม ACM ได้แก่ ทมิฬนาฑู มหาราษฏระ และหริยาณา โดยทั้ง 3 รัฐดังกล่าวมีระบบนิเวศทางอุตสาหกรรมที่เอื้ออำนวย ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดี แรงงานที่มีฝีมือ ทำให้เป็นพื้นที่ที่ดึงดูดผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จากทั้งในและต่างประเทศให้เข้ามาดำเนินกิจการ

### **ปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์อินเดีย**

1. ความสามารถในการส่งออก ชิ้นส่วนยานยนต์จากอินเดียได้รับการยอมรับจากตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดย 5 ปีที่ผ่านมา การส่งออกเติบโตในอัตราเฉลี่ย 8.8% ต่อปี (ตลาดหลักในการส่งออกของอินเดีย คือ ยุโรป อเมริกาเหนือ และเอเชีย) ความเชื่อมั่นจากต่างประเทศที่มากขึ้นจะทำให้ผู้ผลิตเกิดความเชื่อมั่นในการเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรม

2. การปรับเปลี่ยนไปสู่ยุคนยนต์ไฟฟ้า (EV) การมุ่งเน้นและให้ความสำคัญของภาครัฐในการผลิต/นำยานยนต์ไฟฟ้ามาใช้ทั้งในส่วนของยานพาหนะส่วนบุคคลและระบบสาธารณะ โดยรัฐบาลได้จัดสรรเงินถึง 1.4 พันล้านเหรียญสหรัฐสำหรับสนับสนุนอุตสาหกรรม EV ภายใต้โครงการ Faster Adoption and Manufacturing of Hybrid and Electric Vehicles (FAME) II ซึ่งจะเป็ปัจจัยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรม ACM อินเดียมากขึ้น เพื่อเติมเต็มช่องว่างอุปสงค์ใหม่ในตลาด EV



3. โครงการ Production Linked Incentive (PLI) เป็นโครงการที่ภาครัฐจัดทำขึ้น เพื่อดึงดูดให้เกิดการผลิตขึ้นภายในประเทศ สำหรับภาคยานยนต์นั้นภาครัฐมีการตั้งงบประมาณไว้ถึง 3.5 พันล้านบาทหรือรัฐ และเสนอสิ่งจูงใจทางการเงินสูงถึงร้อยละ 18 เพื่อส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์เทคโนโลยียานยนต์ขั้นสูงในประเทศ และดึงดูดการลงทุนให้เกิดขึ้นในห่วงโซ่การผลิตยานยนต์

4. การให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัญหามลพิษ รัฐบาลอินเดียตระหนักถึงความสำคัญในการลดระดับการปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม (Carbon Emission) โดยอินเดียได้ปฏิบัติตามบรรทัดฐานการปล่อยมลพิษของ Bharat Stage VI ซึ่งแนวทางการปฏิบัติดังกล่าวจะทำให้เกิดความต้องการส่วนประกอบยานยนต์ที่มีคุณสมบัติพิเศษช่วยลดการปล่อยมลพิษรูปแบบต่างๆ

5. โครงการ Voluntary Vehicle Fleet Modernization Programme (V-VMP) เป็นโครงการที่สนับสนุนให้ผู้ที่ใช้ยานพาหนะเก่าเปลี่ยนเป็นคันใหม่ที่ประหยัดเชื้อเพลิงและลดการปล่อยมลพิษสู่สิ่งแวดล้อม ข้อมูลปี 2022 พบว่ามียานพาหนะมากกว่า 1 ล้านคันที่ถูกทิ้งและเปลี่ยนใหม่ภายใต้โครงการนี้ ทำให้เกิดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม ACM ตามมา

6. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อินเดียตั้งอยู่ในทำเลที่ใกล้กับตลาดยานยนต์ที่สำคัญ อาทิ อาเซียน ยุโรป ญี่ปุ่น และเกาหลี ทำให้เหมาะเป็นศูนย์กลางการจัดส่งชิ้นส่วนยานยนต์ มีฐานผลิตที่ต้นทุนต่ำทั้งในเรื่องของแรงงานและการจัดหาวัตถุดิบ นอกจากนี้อินเดียเป็นผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่อันดับ 2 ของโลกซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทำให้ได้เปรียบกว่าผู้ผลิตในหลายประเทศ

#### 4. ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตลาดยานยนต์อินเดียเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยปี 2023 มียอดจำหน่ายยานพาหนะรวมทุกประเภทสูงสุดเป็นประวัติการณ์ ส่งผลให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เติบโตขึ้นตามมา ประเทศไทยเองเป็นหนึ่งในผู้ผลิตรายานยนต์และส่วนประกอบชั้นนำของโลก ในปี 2566 สินค้าไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดอันดับ 1 คือยานยนต์และส่วนประกอบ โดยมีมูลค่ากว่า 3.1 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และไทยมีการส่งออกสินค้าดังกล่าวมายังอินเดีย 375 ล้านเหรียญสหรัฐ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความเชื่อมั่นที่ต่างประเทศมีต่ออุตสาหกรรมดังกล่าวของไทย และการที่อินเดียมีความพร้อมในหลายมิติในแง่ของการผลิตตามที่กล่าวมา รวมถึงรัฐบาลออกนโยบายหลายรูปแบบเพื่อดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติให้เข้าไปลงทุนผลิตในประเทศถือเป็นโอกาสอันดีต่อผู้ประกอบการในหมวดยานยนต์และส่วนประกอบจากไทยที่มีความพร้อมในการพิจารณาเข้ามาลงทุนในตลาดที่กำลังเติบโตนี้

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยที่สนใจในตลาดอินเดียอาจเริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลตลาดอินเดียเบื้องต้นโดยค้นคว้าข้อมูลที่มีการวิจัยมาแล้วเพิ่มเติม หรืออาจลองมาเข้าร่วมงานแสดงสินค้าด้านยานยนต์ที่สำคัญในอินเดีย อาทิ งาน ACMA Automechanika India งาน Auto Expo Components Exhibition หรืองาน Auto Expo The Motor Show เพื่อดูศักยภาพของตลาดและผู้เล่นรายสำคัญที่มาเข้าร่วมงาน รวมถึงการพบปะเจรจากับผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมดังกล่าวเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการตัดสินใจ หรือหากผู้ประกอบการรายใดสนใจในการเข้าร่วมทุนหรือลงทุนดำเนินกิจการในอินเดีย สามารถศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายการสนับสนุนการลงทุนจากรัฐบาลอินเดียในด้านต่างๆได้ที่หน่วยงาน Invest India ([www.investindia.gov.in](http://www.investindia.gov.in))

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี

พฤษภาคม 2567

## 5. แหล่งข้อมูลอ้างอิง :

- Mint, 6 Dec 2023, November 2023 breaks records: Indian auto market achieves highest-ever sales, FADA
- India Today, 2 Jan 2024, Record car sales in India in 2023: 4 million mark breached for the first time
- Mercom, 2 Jan 2024, Electric vehicle sales clock 50% YoY growth in 2023 to reach 1.5 million units
- Counterpoint, 5 Apr 2024, India EV Sales Nearly Double in 2023, to Rise 66% in 2024
- Indian Briefing, 26 Sep 2023, India's Auto Component Manufacturing Success and its Vision for EV Adoption
- IBEF.org, Indian Automobiles Industry Analysis
- Investindia.gov.in, Auto Components
- <https://www.statista.com/statistics/1419835/leading-car-manufacturers-by-cumulative-sales/>