



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี
รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าอินเดีย
17 กุมภาพันธ์ 2560

การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือของคนอินเดีย

เป็นที่ทราบกันดีว่าปัจจุบันประชากรอินเดียที่เข้าถึงสมาร์ทโฟนมีเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ข้อมูลล่าสุดพบว่าอินเดียแซงหน้าสหรัฐอเมริกาในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันลงบนสมาร์ทโฟนไป



เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และจากสถิติตัวเลขยังสะท้อนว่าแนวโน้มดังกล่าวจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ต่อเนื่องในอนาคต ทั้งจากข้อมูลการวิเคราะห์ของบริษัท App Annie พบว่าในปี 2560 คนอินเดียมีการติดตั้งแอปพลิเคชันลงบนสมาร์ทโฟนของตนเองจำนวนกว่า 12.1 พันล้านแอปพลิเคชัน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสหรัฐอเมริกาที่มีเพียง 11.3

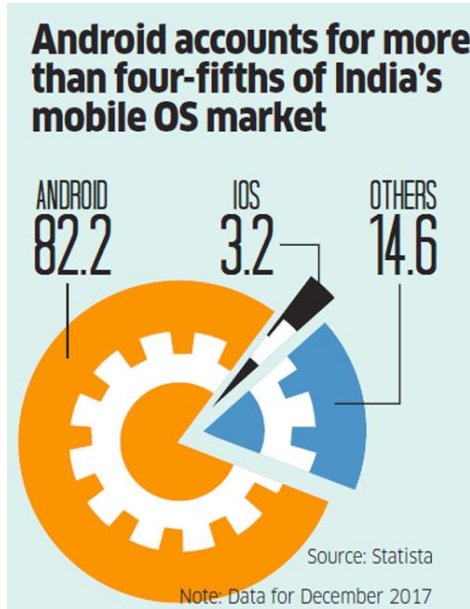
Source: THE ECONOMIC TIMES

พันล้านแอปพลิเคชัน จึงส่งผลอินเดียกลายเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดสำหรับแอปพลิเคชันในปัจจุบัน ในช่วงปีที่ผ่านมาตลาดสมาร์ทโฟนของอินเดียมีขนาดใหญ่กว่าของอเมริกาและปี 2559 ได้เห็นการเปิดตัว Reliance Jio ซึ่งเป็นการดำเนินงานให้บริการอินเทอร์เน็ตต้นทุนต่ำ 4G ทำให้มีการใช้งานสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นสามเท่าในหกเดือน การดาวน์โหลดแอปพลิเคชันในอินเดียเพิ่มขึ้นสามเท่าระหว่างปี 2558 ถึง 2560 ขณะที่สหรัฐอเมริกามีการลดลงร้อยละ 5 ในช่วงเวลาเดียวกัน รายงานฉบับนี้พิจารณาข้อมูลการดาวน์โหลดใน Google Play, iOS App Store และร้านค้า third-party Android ซึ่งครองตลาดจีน ทั้งนี้จีนมียอดการดาวน์โหลดคิดเป็นเกือบครึ่งหนึ่งของการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทั่วโลกใน 2560 จำนวน 175 พันล้านแอปพลิเคชัน ทั้งนี้คนจีนใช้แอปพลิเคชันเพื่อ

Disclaimer:การเผยแพร่ข้อมูลใน “รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้

ใช้จ่ายซื้อสินค้าเป็นสิ่งสำคัญ

ผู้ใช้สมาร์ทโฟนชาวจีนได้เพิ่มการใช้จ่ายในการแสวงหาแอปพลิเคชันมากกว่า 33.2 พันล้านเหรียญ ซึ่งมากกว่า 1 ใน 3 ของยอดรวมทั่วโลก สหรัฐอเมริกาจัดอยู่ในอันดับที่สองซึ่งใช้จ่ายน้อยกว่าครึ่งของจำนวนที่จีนใช้จ่าย ขณะที่อินเดียใช้เงินเพียง 210 ล้านเหรียญโดยส่งผลให้ถูก



จัดอันดับไว้ที่จุดต่ำสุดที่อันดับ 30 ในขณะที่ร้อยละ 97 ของการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันในอินเดียอยู่บน Google Play และ App Store มีสัดส่วนการใช้จ่ายผู้บริโภคมากขึ้นร้อยละ 57 ข้อมูลการศึกษาข้างต้นพบว่าเหตุผลสำคัญที่ทำให้การใช้จ่ายมีจำนวนน้อยในอินเดียนั้นเป็นผลมาจากความยุ่งยากในการดำเนินการของตัวแอปพลิเคชันเอง ทั้งที่ผลการสำรวจพบว่าคนอินเดียใช้เวลากว่า 3 ชั่วโมงต่อวันในการเล่นแอปพลิเคชัน และมีกว่า 78 แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน เป็นที่น่าเสียดายว่าประชากรอินเดียกว่า 300 ล้านคนที่ใช้สมาร์ทโฟนที่เข้าถึงแอปพลิเคชันต่างๆ ได้แต่ยังไม่สามารถสร้างมูลค่า

ทางการเงินได้อย่างเต็มที่นัก

ฐานผู้ใช้สมาร์ทโฟนของอินเดียคาดว่าจะเติบโตได้เกือบร้อยละ 50 ใน 5 ปีข้างหน้า



โดยทั่วไป การใช้จ่ายเพื่อการเล่นเกมถือเป็นจุดใหญ่สำคัญในการสร้างรายได้ของแอปพลิเคชัน เพราะจากข้อมูลพบว่ามีวัฒนธรรมโดยธรรมชาติอยู่แต่เดิมที่ทั้งในยุโรป เอเชีย ตะวันออก และสหรัฐอเมริกาที่ผู้เล่นเกมจะใช้จ่ายเงินไปกับเกมที่เป็นแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลใน “รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้

ซึ่งน่าแปลกใจว่าอินเดียไม่มีพฤติกรรมดังกล่าว ตลาดเกมมือถือในอินเดียมีส่วนเพียงร้อยละ 1 ของส่วนแบ่งรายได้ทั่วโลกเท่านั้น Saurabh Aggarwal ผู้ก่อตั้ง Octro, Inc ซึ่งเป็น บริษัท เกมมือถือ กล่าวว่าผู้เล่นชาวอินเดียยินดีที่จะจ่ายเงินสำหรับแอปพลิเคชันเกมที่สมเหตุสมผลเท่านั้น ฉะนั้นหากต้องการให้ผู้เล่นอินเดียจ่ายเงินให้เกมมากยิ่งขึ้น ก็ต้องสามารถดึงดูดให้คนอินเดียจำนวนมากๆ มาร่วมกันเล่นเกมดังกล่าวเพื่อให้เกิดกระแสโดยภาพรวมทั่วประเทศ Octo's Teen Patti ครองอันดับเกมโดยผู้บริโภคใช้ iOS และ Android ของอินเดียในปี 2560 ตามรายงานจาก App Annie อีกสองเกมวัยรุ่น patti โดย บริษัท ที่แตกต่างกันยังมีคุณลักษณะที่สำคัญที่ทำให้อยู่ ช่วงระดับบน 10 อันดับ นี่จึงเป็นเครื่องเน้นความนิยมของเกมท้องถิ่นในประเทศอินเดีย Octro ยังติดอันดับที่สองในรายชื่อ บริษัทของอินเดีย ที่ผู้บริโภคหนึ่งในสามของอินเดียเลือกใช้

ในขณะที่แอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสังคมออนไลน์เป็นที่นิยมอันดับหนึ่งของผู้ใช้งานในอินเดียประจำปี 2560 ข้อมูลสะท้อนว่า Tinder ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันสำหรับการหาคู่พ่วงมาอยู่ที่



อันดับ 2 ทั้งนี้หากประมวล 10 อันดับลักษณะแอปพลิเคชันที่คนอินเดียใช้เวลาไปกับสมาร์ทโฟนจะพบว่า Netflix Hotstar Gaana และ Saavn จะติดอยู่ในอันดับดังกล่าว Netflix และ Hotstar เป็นบริการวิดีโอคอนเทนต์ขณะที่ Gaana และ Saavn เป็นแพลตฟอร์มการสตรีมเสียง (Gaana เป็นเจ้าของ Times Internet) Netflix มีจำนวนสมาชิก 4.2 ล้านคนในเดือนมกราคมปีพ. ศ. 2560 ตามรายงานของ KPMG และ FICCI ขณะที่ Hotstar มีจำนวน 63 ล้านรายมากที่สุดสำหรับบริการสตรีมมิงวิดีโอ

ในขณะที่เนื้อหาใน Netflix สามารถเข้าถึงได้เฉพาะผ่านการสมัครสมาชิก (500-800 รูปีต่อเดือน) Hotstar ช่วยให้คุณสามารถชมเนื้อหาได้ฟรีและเสียค่าบริการ เพียง 199รูปีต่อเดือน โดยทั้งสองแอปพลิเคชันให้ทดลองใช้ฟรีในเดือนแรกของการสมัครสมาชิก บริการสตรีมมิงอื่น ๆ ได้แก่ Amazon Prime Video, Viaccess Voot และ ALTBalaji ซึ่งเป็นของเครือธุรกิจ Reliance Industries ได้รับส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 24.9 คิดเป็นมูลค่ากว่า สำหรับ 4.13 พันล้านรูปีในปี 2560

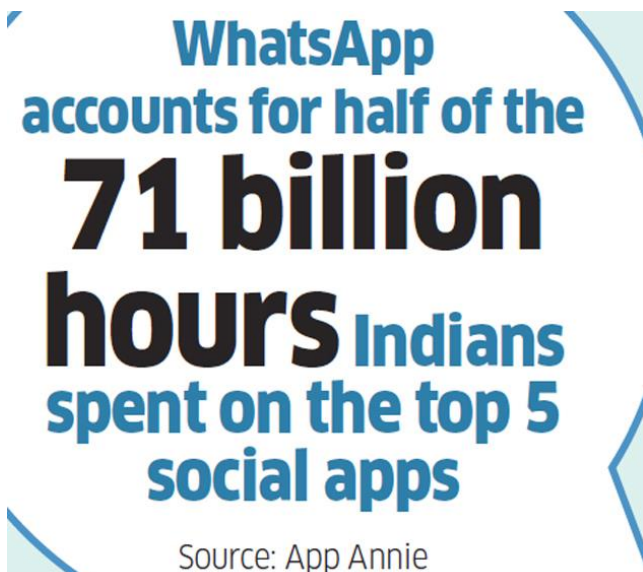
Disclaimer:การเผยแพร่ข้อมูลใน “รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ๓ กรุงเทพมหานคร ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้

ทางเลือกที่มีมากขึ้น

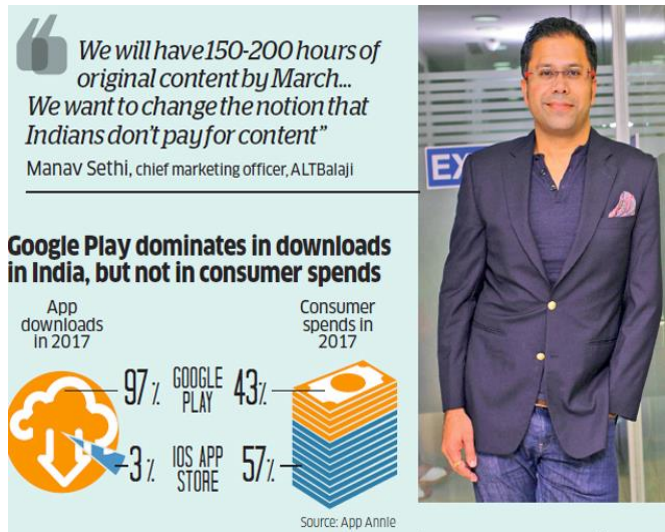
ในปี 2559 สตรีมมิงวิดีโอคิดเป็นครึ่งหนึ่งของการใช้อินเทอร์เน็ตบนมือถือ และภายในปี 2564 ส่วนแบ่งการตลาดจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75 แต่การที่ผู้คนจะจ่ายเงินจะไม่ง่าย ส่งผลให้โฆษณา กลายเป็นรายได้สำคัญที่แอปพลิเคชันต่างๆ ยึดเหนี่ยวไว้ในช่วงนี้ อย่างไรก็ตาม แนวทางการสมัครสมาชิกจะมีความสำคัญต่อความยั่งยืนในระยะยาวของ ในขณะที่ การหาผู้สมัครที่เสียค่าใช้จ่ายเป็นเรื่องยาก

ในอินเดีย ทำให้ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันจะอยู่ยิ่งยากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีตัวเลือกมากมาย เหลือเฟือ Jagadeesh Krishnamurthy นักวิชาชีพอำนวยการบริหารที่อายุ 32 ปีในมุมไปได้ยกเลิกการสมัครรับข้อมูลจาก Hotstar และ Saavn (แต่เขายังคงสมัคร Netflix Amazon Prime และ Apple Music) นอกจากนี้เขายังจ่ายค่าแอปพลิเคชันแก้ไขรูปภาพเพียงเพราะเขาต้องการใช้เพื่อทำงาน ซึ่งเขาย้ำว่า เขาคงจะยกเลิกทั้งหมดภายหลังจากไม่ได้ทำงานด้านนี้แล้ว ทั้งนี้ตัวอย่างดังกล่าวเป็นเพียงข้อยกเว้นเท่านั้น เพราะคนอินเดียส่วนใหญ่ยังคงนิยมเนื้อหาที่สามารถเข้าถึงได้ฟรี

Saudamini Pandey ซึ่งทำงานให้กับ NGO ใน Delhi กล่าวมองว่าหาก YouTube ยังคงเป็นแอปพลิเคชันที่ให้บริการแบบฟรีเช่นนี้ แอปพลิเคชันอื่นที่เรียกเก็บเงินคงเติบโตได้ยากมากยิ่งขึ้นในประเทศอินเดีย เธอยอมรับว่าเธอสมัครรับ Netflix ที่เป็นเพียงแอปพลิเคชันเดียวที่ต้อง



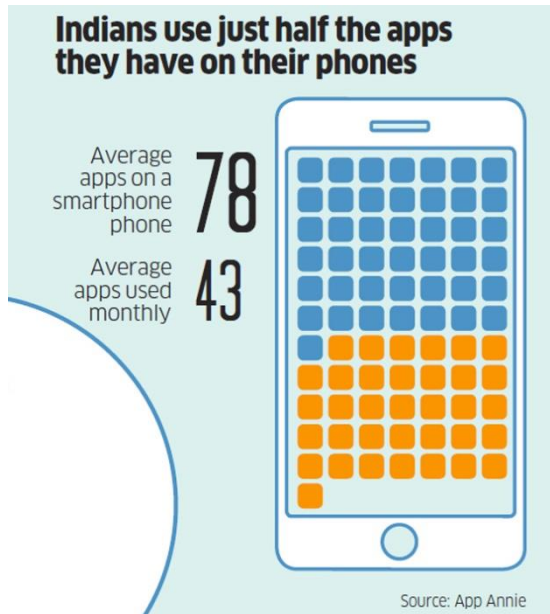
Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลใน “รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้



ชำระเงิน ในขณะที่ Facebook และ YouTube ดูแลความบันเทิงส่วนใหญ่ และเธอใช้ Gaana เพื่อสนับสนุนความบันเทิง โดยภาพรวมบนสมาร์ตโฟน ซึ่งข้อมูลสะท้อนว่าการเข้าถึงความบันเทิงส่วนใหญ่ในภาพรวมของคนอินเดียอาศัย YouTube เป็นสำคัญ Manav Sethi ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของ ALTBalaji กล่าวว่าขณะที่ปัญหาการชำระเงินได้รับ

การจัดการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น Paytm และ MobiKwik ความท้าทายคือการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพที่ผู้คนที่ต้องการจะจ่าย ALTBalaji มีราคาการสมัครที่ 100-300 รูปี ต่อเวลา 3 เดือนถึง 1 ปี นอกจากนี้ยังมีพันธมิตรด้านการเผยแพร่เนื้อหา กับ Jio และ Vodafone ซึ่งทำให้รายการ ALTBalaji มีให้กับสมาชิกของตนบนแพลตฟอร์มของพันธมิตรด้วย (Jio เป็นพันธมิตรกับ Hotstar ด้วย)

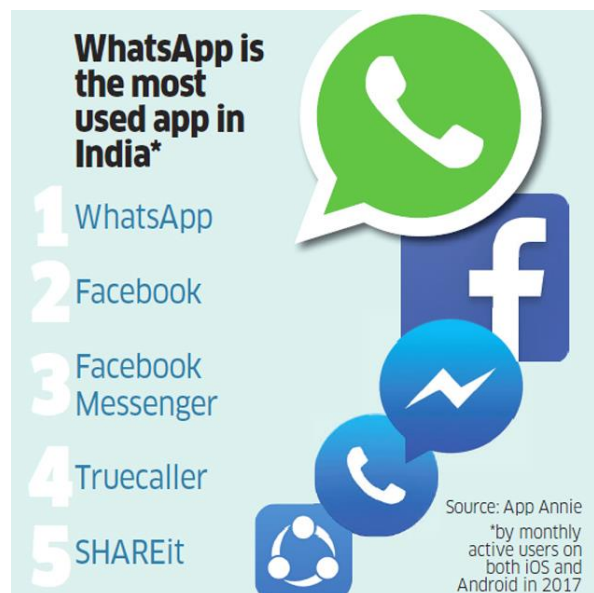
เพิ่มประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน



ไม่เพียง แต่บริการสตรีมมิ่ง แต่แม้แต่ Google ก็ได้ร่วมมือกับผู้ให้บริการโทรคมนาคมเพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าบน App Store ทั้งนี้แนวคิดสำคัญคือพยายามส่งเสริมให้ลูกค้าของ Airtel และ Vodafone สามารถชำระเงินค่าแอปพลิเคชันบน Google Play ด้วยชุดค่าบริการแบบเติมเงินหรือจะเรียกเก็บเงินจากใบแจ้งค่าบริการรายเดือน ซึ่งอีกวิธีหนึ่งในการสนับสนุนการซื้อสินค้าในร้านคือผ่านบัตรของขวัญที่สามารถซื้อได้ทางออนไลน์หรือที่ร้านค้ากว่า 4,000 แห่ง วิธีการชำระเงินเหล่านี้

พยายามที่จะเอาชนะปัญหาที่เกิดจากการใช้จ่ายผ่านบัตร ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญมองว่าผู้ให้บริการด้านแอปพลิเคชัน จำเป็นต้องพิจารณาค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมตามสถานการณ์ของคนอินเดียหากมุ่งหวังให้เกิดการดาวน์โหลดและสมัครสมาชิกที่เพิ่มสูงขึ้น เพราะหากใช้อัตราดอลลาร์มาเป็นเครื่องชี้วัด คาดว่าคนอินเดียจะไม่มีศักยภาพเพียงพอในการเข้าถึงแอปพลิเคชันเหล่านั้น

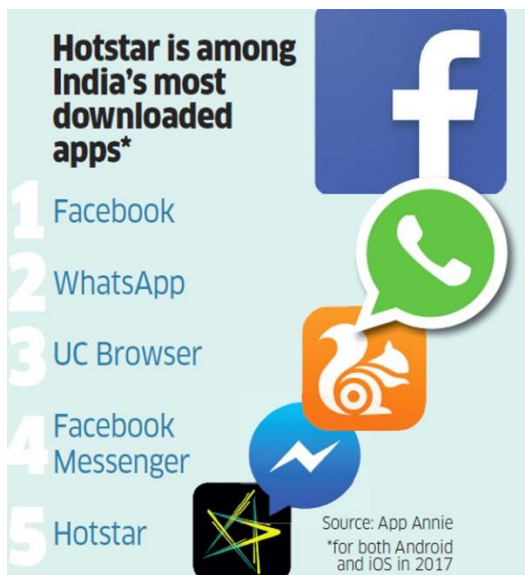
Karan Gambhir หัวหน้าฝ่ายพัฒนาธุรกิจ Apps และเกมของ Google Play กล่าวว่าชาวอินเดียมีส่วนร่วมกับแอปพลิเคชันอย่างไม่เคยมีมาก่อน ชาวอินเดียดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเพิ่มเติมจาก Google Play มากกว่าสัญชาติอื่น ๆ Gambhir ตั้งข้อสังเกตว่าด้วยโปรแกรม 'Made for India' ที่ Google จะช่วยนักพัฒนาซอฟต์แวร์เพิ่มประสิทธิภาพแอปพลิเคชันสำหรับตลาดอินเดียได้ Ravi Teja



Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลใน “รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ญ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้

Bommireddipalli ผู้บริหารระดับสูงของ Robosoft Technologies กล่าวว่า บริษัท กำลังมองหาวิธีใหม่ในการโฆษณาเนื่องจากอินเดียไม่สามารถใช้รูปแบบการสมัครสมาชิกในการหารายได้ได้ ซึ่งแนวทางการส่งเสริมการโฆษณาจึงเป็นทางออกที่สำคัญที่มีการเลือกใช่มากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับความคิดของHarnil Oza ผู้ก่อตั้งและ CEO ของ Hyperlink InfoSystem เขากล่าวเพิ่มเติมว่าแอปพลิเคชันแบบชำระเงินส่วนใหญ่มีทางเลือกจำนวนมากที่จะสามารถทำได้ ทางเลือกการเรียกเก็บค่าสมัครสมาชิกจึงไม่มีความจำเป็นนัก เม็ดเงินโฆษณามือถือในอินเดียมีแนวโน้มที่จะเพิ่มเป็นสี่เท่าระหว่าง 2560 ถึง 2564 โดยอยู่ที่1.73 พันล้านเหรียญดอลลาร์ตามการวิเคราะห์ของ eMarketer ซึ่งเป็น บริษัท วิจัยตลาด

Roopa Kudva หัวหน้าส่วนของเครือข่าย Omidyar Network เชื่อว่ามีหลายขั้นตอนก่อนที่



คนนับล้านที่จะเข้าสู่ระบบออนไลน์เป็นครั้งแรกในปีที่ผ่านมาผ่านทางโทรศัพท์ของพวกเขาจะเริ่ม ค่าบริการออนไลน์ ผู้ใช้แอปพลิเคชันเริ่มต้นด้วยแอปพลิเคชัน ด้านการสื่อสาร ความบันเทิงและเนื้อหาทางศาสนาตามด้วย WhatsApp และแอปพลิเคชันเพื่อล้างข้อมูลที่จัดเก็บไว้ในโทรศัพท์ ซึ่งถัดมาก็จะเข้าสู่แอปพลิเคชันที่เต็มไปด้วยข้อมูลและข่าวสาร สุดท้ายผู้ใช้งานก็จะพร้อมสำหรับแอปพลิเคชันที่ต้องชำระเงิน ซึ่งการเปลี่ยนผ่านพฤติกรรมเหล่านี้ต้องใช้เวลาพอสมควรโดยเฉพาะกับประเทศขนาดใหญ่อย่างอินเดีย Kudva กล่าว

เพิ่มเติมว่าในขณะที่ข้อมูลราคาถูกเป็นอุปสรรคสำคัญ อีกหนึ่งปัญหาคือเรื่องภาษา รายงานของ KPMG และ Google เมื่อปี พ.ศ. 2560 ระบุว่าในช่วงปี 2559 ถึง 2564 9 ใน 10 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรายใหม่ น่าจะเป็นผู้ใช้ภาษาอินเดีย ฉะนั้นยังมีเนื้อหาที่มีภาษาท้องถิ่นมากเท่าใด ผู้คนที่สะดวกสบายจะใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น

รูปแบบการจ่ายเงินเมื่อใช้บริการ

แอปพลิเคชัน เช่น Dailyhunt ที่เป็นรายงานข่าวและข้อมูลล่าสุดประจำวัน Pratilipi ที่เป็นพื้นที่ในการแสดงข้อมูลความเห็นของตนเองอย่าง และ ShareChat ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมในท้องถิ่นกำลังเข้าสู่ตลาดอินเดียมากยิ่งขึ้น Virendra Gupta ผู้ก่อตั้งและ CEO ของ Dailyhunt กล่าวว่า บริษัท จะทดลองรูปแบบการจ่ายเมื่อใช้งาน ซึ่งคาดว่าโฆษณาจะยังคงเป็นรายได้หลักของ

Disclaimer:การเผยแพร่ข้อมูลใน “รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้



บริษัท ปัจจุบัน Dailyhunt มีเนื้อหาใน 15 ภาษา และร้อยละ 5 ของการบริโภคเป็นผู้ใช้งานอ่านข่าวภาษาอังกฤษ ในอีกทางหนึ่งผู้ใช้งานกว่าร้อยละ 84 ของแอปพลิเคชัน Pratilipi ระบุว่าพวกเขาไม่ได้รู้สึกแย่นักหากต้องจ่ายเงิน 50-100 รูปีต่อเดือนเพื่อเข้าถึงข้อมูล หรือหาที่มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน โดยเฉพาะเนื้อหาที่ดีกว่านี้ Pratilipi ได้ระดมทุนจากนักลงทุนประมาณ 5.5 ล้านดอลลาร์ซึ่งรวมถึง Omidyar Network และ Times Internet เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันให้ดีขึ้น ShareChatถือเป็นอีก

หนึ่งแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นกว่าสี่เท่าในช่วงปี2560ผ่านมา จึงไม่มีความสงสัยเกี่ยวกับศักยภาพในตลาดอินเดียโดยมีจำนวนผู้ใช้สมาร์ตโฟนคาดว่าจะทะลุ 440 ล้านภายในปี 2565 และข้อมูลและโทรศัพท์มือถือกลายเป็นของราคาถูกลง รวมถึงเมื่อประชาชนได้ใช้จ่ายเงินออนไลน์ที่สะดวกสบายมากขึ้นพวกเขาอาจพิจารณาจ่ายเงินสำหรับแอปพลิเคชัน อย่างไรก็ตามศักยภาพที่เกิดขึ้นยังไม่สามารถที่จะคาดหวังได้ว่าอินเดียจะเติบโตเทียบเท่าจีนและสหรัฐอเมริกา

บทวิเคราะห์: จากเนื้อหาข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าอินเดียกำลังจะกลายเป็นตลาดใหม่ของนักพัฒนาแอปพลิเคชันและการแสวงหารายได้ผ่านบริการออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง และการจับจ่ายใช้สอย อินเดียที่ปัจจุบันมีประชากรเข้าถึงสมาร์ตโฟนกว่า 300 ล้านคน จึงถือเป็นตลาดสำคัญที่ระบบออนไลน์จะเข้ามาทำงานมากยิ่งขึ้นภายในประเทศ ทั้งในเรื่องการใช้จ่ายเงินที่ปัจจุบันมีแอปพลิเคชันใหญ่ๆ อย่าง Paytm และ MobiKwik ดำเนินงานอยู่ซึ่งนับวันจะมีผู้ใช้งานเพิ่มมากยิ่งขึ้น อินเดียจึงยังคงเป็นตลาดใหม่ที่หน้าสนใจทั้งในเชิงปริมาณผู้บริโภคและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของประเทศที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง อันจะเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ทำให้อินเดียเติบโตได้อย่างมั่นคงในอนาคต ตัวเลขรายงานความเติบโตในการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตเหล่านี้ถือว่ามีผลสำคัญต่อภาพรวมการค้าในอนาคตของอินเดียที่จะเปลี่ยนสู่ระบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันการเพิ่มกำลังด้านการซื้อในอนาคตจะส่งผลให้ตลาดแอปพลิเคชันของอินเดียค่อยๆสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

Source: THE ECONOMIC TIMES. 11 FEB, 2018.

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลใน “รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าอินเดีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้