



ภูมิภาคเอเชียใต้ (Fact Sheet)

1. ข้อมูลทั่วไป

พื้นที่ : 5,222,321 ตร.กม.

ประชากร : ประมาณ 2.04 ล้านคน (2024)

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ : ถ่านหิน อัญมณี แร่เหล็ก
แมงกานีส หวาย ปีโตรเลียม แร่ไททาเนียม 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)

- ขยายสู่เมืองรอง โดยบุกเจาะหัวเมืองเศรษฐกิจใหญ่ที่มีศักยภาพ
- เจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับบน : Super Rich
- เพิ่มช่องทางจำหน่ายที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่

Urbanization : Modern Trade

2. การบุกเจาะตลาดใหม่ (บังกลาเทศ ปากีสถาน ศรีลังกา มัลดีฟส์)

- เน้นการเจาะขยายตลาดในเมืองศักยภาพ: ธากา อิสลามาบัด
การาจี คัลัมโบ มาเล
 - ผลักดันสินค้า/บริการพื้นฐานที่สอดคล้องกับระดับการพัฒนา
ประเทศ เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องจักรกลด้านการเกษตร เกษตร
ภัณฑ์ เวชภัณฑ์ วัสดุก่อสร้าง และธุรกิจก่อสร้าง เป็นต้น
 - สร้างพันธมิตรธุรกิจเป็นแหล่งวัตถุดิบที่จำเป็นต่ออุตสาหกรรม
การผลิตเพื่อการส่งออกของไทย เช่น อัญมณี และประมง
3. การสนับสนุนเอกชนไทยให้ดำเนินธุรกิจในเอเชียใต้

3.2 กิจกรรม

ปี 2025

- โครงการผลักดันและส่งเสริมการค้าในตลาดเอเชียใต้
 - โครงการคณะผู้แทนการค้าเจรจาการค้าในประเทศมัลดีฟส์
ณ กรุงมาเล ประเทศมัลดีฟส์ (4 พ.ค. 68)
 - กิจกรรมคณะผู้แทนการค้าเจรจาการค้าในอินเดีย
(18-20 มี.ค. 68)
- 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) รอยินยัน
 - Top Thai Brands กาฐมาณฑุ (เนปาล) (ก.ย.68) รอยินยัน
 - AAHAR (อินเดีย) 4-8 มี.ค. 68
 - My Karachi (ปากีสถาน) 1-3 ส.ค. 68
 - Anuga Select India (อินเดีย) 20-22 ส.ค. 68
- โครงการส่งเสริมการค้าขายสินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้า
ชั้นนำ (รอยินยัน)
- กิจกรรมสนับสนุนและวิเคราะห์ข้อมูลตลาดเชิงลึกเพื่อส่งเสริม
การค้าขาย Soft Power ในตลาดเอเชียใต้ (ก.พ. - ก.ย. 2568)

4. สถานการณ์เศรษฐกิจ

ความสำคัญ

- เอเชียใต้ เป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพด้านเศรษฐกิจที่โดดเด่น
และขยายตัวอย่างรวดเร็ว ด้วยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของ
ภูมิภาคโดยเฉลี่ยในช่วง 10 ปีก่อนการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่
ร้อยละ 6.5 โดยปัจจัยหลักที่ทำให้เศรษฐกิจของภูมิภาคขยายตัว คือ
การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การเกษตรและการผลิต

- ประชากรในเอเชียใต้รวมกันกว่า 1,900 ล้านคน โดยเป็น
ผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อปานกลาง-สูงมากกว่า 370 ล้านคน

นโยบายเศรษฐกิจ

- ปัจจุบันประเทศในเอเชียใต้มีนโยบายมุ่งส่งเสริมความสัมพันธ์กับ
ประเทศในเอเชีย (Look East Policy) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการค้า
และการลงทุนระหว่างไทย-เอเชียใต้ให้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- ในภูมิภาคเอเชียใต้ กระทรวงพาณิชย์มองอินเดียเป็นประตู
การค้าสู่เอเชียใต้ โดยอินเดียจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาทาง
เศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว (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 โดยมี
ประเทศผู้นำ คือ 1) การเกษตรและความมั่นคงทางอาหาร (เมียนมา) 2)
ความเชื่อมโยง (ไทย) 3) การค้า การลงทุนและการพัฒนา (บังกลาเทศ) 4)
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (ศรีลังกา) 5) ความมั่นคงและ
พลังงาน (อินเดีย) 6) สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
(ภูฏาน) 7) ความเชื่อมโยงระหว่างประชาชน (เนปาล) ล่าสุด ไทยได้เป็น
ประธาน BIMSTEC วาระปี 2022-2023 โดยการประชุมเมื่อ 30 มี.ค.
2022 ไทยเน้นย้ำความเชื่อมโยงระหว่างเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และ
เอเชียใต้ผ่านโครงการพัฒนาต่างๆ การคมนาคมขนส่งซึ่งมีไทยเป็น
ศูนย์กลาง และการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างมหาสมุทรอินเดีย
และแปซิฟิก เพื่อให้อนุภูมิภาคอ่าวเบงกอลมีความมั่นคง ยั่งยืน และ
เปิดกว้างสู่โอกาส โดยใช้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ขับเคลื่อนความ
ร่วมมือในแต่ละด้าน

เขตอาณาของสกต.เอเชียใต้

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

สรุปการค้าระหว่างไทย - เอเชียใต้

ลำดับคู่ค้า ปี 2024 ม.ค.-ธ.ค.	ลำดับคู่ค้า ปี 2025 ม.ค.-มี.ค.	เป้าหมาย ส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD/ล้านบาท)		
(ตลาดส่งออก ลำดับที่ -)	ลำดับที่ - (ตลาดส่งออก ลำดับที่ -)	ปี 2025 (%)	ปี 2024	ปี 2025		ปี 2024	ปี 2025		ปี 2024	ปี 2025	
				ม.ค.-มี.ค.	+/- (%)		ม.ค.-มี.ค.	+/- (%)		ม.ค.-มี.ค.	+/- (%)
		3.65	20,485.28	7,297.48	53.34	14,203.68	5,586.64	78.34	6,281.60	1,710.84	5.18
			721,527.76	247,938.24	47.09	498,712.35	189,331.60	71.24	222,815.40	58,606.64	1.04

รายการ	มูลค่า :				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2023	2024	2024 ม.ค.- มี.ค.	2025 ม.ค.- มี.ค.	2023	2024	2024 ม.ค.- มี.ค.	2025 ม.ค.- มี.ค.	2023	2024	2024 ม.ค.- มี.ค.	2025 ม.ค.- มี.ค.
ไทย - เอเชียใต้ (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	19,089.16	20,485.28	4,759.14	7,297.48	-10.16	7.31	-4.99	53.34	100.00	100.00	100.00	100.00
การส่งออก	12,562.36	14,203.68	3,132.62	5,586.64	-6.45	13.07	-3.06	78.34	100.00	100.00	100.00	100.00
การนำเข้า	6,526.79	6,281.60	1,626.52	1,710.84	-16.52	-3.76	-8.49	5.18	100.00	100.00	100.00	100.00
ไทย - เอเชียใต้ (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	660,702.97	721,527.76	168,564.54	247,938.24	-10.45	9.21	-0.80	47.09	100.00	100.00	100.00	100.00
การส่งออก	433,123.53	498,712.35	110,563.15	189,331.60	-6.67	15.14	1.32	71.24	100.00	100.00	100.00	100.00
การนำเข้า	227,579.44	222,815.40	58,001.38	58,606.64	-16.86	-2.09	-4.59	1.04	100.00	100.00	100.00	100.00

สินค้าส่งออกหลักของไทย - เอเชียใต้

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2024	ปี 2024 ม.ค. - มี.ค.	ปี 2025 ม.ค.- มี.ค.	+/- (%)
1. อัญมณีและเครื่องประดับ	1,328.94	196.93	2,592.47	1216.46
	46,161.72	6,955.12	88,038.11	1165.80
2. เคมีภัณฑ์	1,627.77	347.09	362.82	4.53
	57,141.86	12,251.27	12,261.42	0.08
3. เม็ดพลาสติก	1,249.19	311.10	336.82	8.27
	43,954.07	10,977.78	11,389.72	3.75
4. เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	742.64	159.38	184.60	15.82
	25,980.39	5,625.88	6,260.28	11.28
5. รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	541.64	135.07	179.15	32.64
	19,024.63	4,761.64	6,059.41	27.25
6. เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์	621.19	148.57	149.99	0.95
	21,793.91	5,235.83	5,074.69	-3.08
7. ผลิตภัณฑ์ยาง	423.88	92.74	123.43	33.09
	14,867.53	3,270.48	4,173.96	27.63
8. ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม	303.86	71.61	113.60	58.65
	10,618.52	2,526.48	3,851.19	52.43
9. เครื่องปรับอากาศและ ส่วนประกอบ	382.16	94.40	108.13	14.55
	13,379.29	3,338.60	3,659.59	9.61
10. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	333.59	75.45	85.61	13.45
	11,686.29	2,662.62	2,893.01	8.65
รวมทั้งสิ้น	14,203.68	3,132.62	5,586.64	78.34
	498,712.35	110,563.15	189,331.60	71.24

สินค้านำเข้าหลักที่ไทยนำเข้า - เอเชียใต้

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2024	ปี 2024 ม.ค.- มี.ค.	ปี 2025 ม.ค.- มี.ค.	+/- (%)
1. เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	1,314.38	419.06	374.15	-10.72
	46,756.13	14,971.14	12,811.23	-14.43
2. เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบ	864.62	205.36	243.02	18.34
	30,609.10	7,303.11	8,318.61	13.91
3. เคมีภัณฑ์	529.13	118.74	160.53	35.20
	18,767.47	4,236.96	5,504.79	29.92
4. สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	416.48	95.72	131.07	36.92
	14,593.02	3,400.51	4,488.64	32.00
5. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษ โลหะและผลิตภัณฑ์	470.40	96.73	127.33	31.63
	16,670.77	3,444.19	4,363.02	26.68
6. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	360.85	82.94	104.72	26.25
	12,828.59	2,969.15	3,592.89	21.01
7. ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและ เภสัชกรรม	245.39	64.16	55.48	-13.53
	8,704.67	2,288.95	1,899.61	-17.01
8. ส่วนประกอบและอุปกรณ์ ยานยนต์	256.63	66.53	53.57	-19.47
	9,123.34	2,368.91	1,835.38	-22.52
9. เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	161.52	43.91	48.34	10.09
	5,733.74	1,567.15	1,654.70	5.59
10. กาแฟ ชา เครื่องเทศ	154.42	53.51	44.85	-16.19
	5,483.27	1,908.05	1,534.84	-19.56
รวมทั้งสิ้น	6,281.60	1,626.52	1,710.84	5.18
	222,815.40	58,001.38	58,606.64	1.04

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร