



รายงานข้อมูลการตลาดเชิงลึก การออกงานแสดงสินค้าในอินเดีย



โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ กรุงนิวเดลี

คำนำ

สาธารณรัฐอินเดียเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงและมีขนาดตลาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ด้วยจำนวนประชากรกว่า 1.4 พันล้านคน การขยายตัวของชนชั้นกลาง และกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อินเดียเป็นตลาดที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการและนักลงทุนทั่วโลก รวมถึงผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในตลาดต่างประเทศ

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการค้าในอินเดีย ถือเป็นช่องทางสำคัญในการประชาสัมพันธ์สินค้า สร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนพบปะผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย และพันธมิตรทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม อินเดียเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทั้งด้านภาษา วัฒนธรรม กฎระเบียบ และแนวทางการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงควรศึกษาข้อมูลตลาด กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเตรียมความพร้อมด้านการเดินทางและการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการค้าในสาธารณรัฐอินเดีย โดยรวบรวมข้อมูลที่จำเป็น อาทิ ภาพรวมเศรษฐกิจและตลาดอินเดีย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้า พฤติกรรมผู้บริโภค วัฒนธรรมการดำเนินธุรกิจ การเตรียมตัวก่อนเดินทาง การเดินทางภายในประเทศ ตลอดจนข้อควรระวังด้านความปลอดภัย ทั้งนี้ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการเดินทาง เตรียมความพร้อม และดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในอินเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในสาธารณรัฐอินเดีย และมีส่วนสนับสนุนการขยายโอกาสทางการค้าและการสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐอินเดียต่อไป

สคต.กรุงนิวเดลี

สิงหาคม 2569

สารบัญ

ส่วนที่ 1: รู้จักอินเดียก่อนมาออกงาน	4
1.1 ทำไมต้องอินเดีย	4
1.2 โอกาสของสินค้าไทยในตลาดอินเดีย	5
1.3 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behaviour) คนอินเดียซื้ออย่างไร	6
1.4 กฎระเบียบสำคัญในการนำเข้าสินค้า.....	7
1.5 งานแสดงสินค้าสำคัญของอินเดีย.....	9
1.6 การเตรียมตัวก่อนเดินทาง (Preparation Checklist)	10
1.7 วัฒนธรรมการทำธุรกิจของชาวอินเดีย (Business Etiquette).....	14
ส่วนที่ 2: ตะลุมนิวเดลีและภูมิภาคเมืองหลวง.....	15
2.1 รู้จักภูมิภาค NCR (National Capital Region)	15
2.2 ศูนย์แสดงสินค้าหลักในพื้นที่ NCR.....	16
2.3 ย่านการค้าและแหล่งสำรวจตลาดในกรุงนิวเดลี.....	17
2.4 ตัวอย่างโรงแรมแบ่งตามย่านและระดับราคา.....	22
2.5 ร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT	25
2.6 ระบบการเดินทางในกรุงนิวเดลี.....	25
2.7 ข้อควรระวังด้านความปลอดภัยและการดูแลสุขภาพ.....	28
ส่วนที่ 3: การออกงานให้ได้ผล (Operational Checklist)	30
3.1 Checklist การออกงานแสดงสินค้าในอินเดีย	30
3.2 บทบาทของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี (สคต.).....	31
ส่วนที่ 4: ภาคผนวก (Appendix)	33
4.1 รายชื่อเบอร์ติดต่อและหน่วยงานที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน	33
4.2 รายชื่อโรงพยาบาลแนะนำในกรณีฉุกเฉิน.....	33

ส่วนที่ 1: รู้จักอินเดียก่อนมาออกงาน

1.1 ทำไมต้องอินเดีย

อินเดียเป็นหนึ่งในประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง และได้รับการยอมรับว่าเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการบริโภคภายในประเทศที่แข็งแกร่ง การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมและบริการ รวมถึงนโยบายภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมการลงทุนและการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

ภายหลังการปฏิรูปเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2534 (ค.ศ. 1991) อินเดียได้เปิดเสรีทางเศรษฐกิจและปรับปรุงกฎระเบียบด้านการค้าและการลงทุน ส่งผลให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันอินเดียมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก และเป็นอันดับ 3 ของเอเชีย รองจากจีนและญี่ปุ่น

อินเดียมีจุดแข็งหลายประการที่เอื้อต่อการเติบโตในระยะยาว ได้แก่ โครงสร้างประชากรวัยทำงานขนาดใหญ่ การขยายตัวของชนชั้นกลาง ความยืดหยุ่นของเศรษฐกิจมหภาค การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง และการผลักดันนโยบายสำคัญของภาครัฐ เช่น Make in India, Digital India และการพัฒนาเครือข่ายโลจิสติกส์ทั่วประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้อินเดียเป็นตลาดที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนและผู้ประกอบการทั่วโลก

ด้วยจำนวนประชากรกว่า 1.4 พันล้านคน และกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อินเดียจึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าและบริการจากต่างประเทศ รวมถึงสินค้าไทย อย่างไรก็ตาม อินเดียเป็นตลาดที่มีความหลากหลายทั้งด้านภาษา วัฒนธรรม กฎระเบียบ และพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ประกอบการจึงควรศึกษาข้อมูลตลาด กฎระเบียบการนำเข้า และวางกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและอินเดียมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปยังอินเดีย ได้แก่ เคมีภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ และเครื่องจักร ขณะที่สินค้านำเข้าสำคัญจากอินเดีย ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องจักร เคมีภัณฑ์ สินแร่โลหะ และสัตว์น้ำสด

แม้อินเดียจะเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงและมีข้อกำหนดด้านกฎระเบียบที่ค่อนข้างซับซ้อน แต่ด้วยขนาดตลาดที่ใหญ่ การเติบโตทางเศรษฐกิจ และกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้อินเดียยังคงเป็นหนึ่งในตลาดยุทธศาสตร์ที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญสำหรับการขยายธุรกิจในระยะยาว

1.2 โอกาสของสินค้าไทยในตลาดอินเดีย

สินค้าไทยในตลาดอินเดียมีโอกาสมากมาย โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าดังแสดงในตาราง

สินค้า / บริการ	รายละเอียดโอกาสทางการตลาด
อาหารและเครื่องดื่ม	อินเดียมีประชากรกว่า 1.4 พันล้านคนและชนชั้นกลางขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าอาหารสำเร็จรูปและอาหารบรรจุภัณฑ์มากขึ้นในเมืองใหญ่
ขนมขบเคี้ยว เครื่องปรุงรส ซอส	ตลาดขนมขบเคี้ยวในอินเดียมีมูลค่ากว่า 65 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องจากการขยายตัวของชนชั้นกลางและพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ snack culture รวมถึงความนิยมอาหารฟาสต์ฟู้ดและอาหารนานาชาติที่เพิ่มขึ้น
เม็ดพลาสติก (PP, PE, PET)	อินเดียเป็นหนึ่งในตลาดพลาสติกที่เติบโตเร็ว โดยความต้องการโพลีเมอร์สูงถึงกว่า 19 ล้านตันต่อปี และใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ อาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า และยานยนต์ จึงมีโอกาสนำเข้าเม็ดพลาสติกจากต่างประเทศ
เคมีภัณฑ์ขั้นต้นและ ชั้นกลาง	อุตสาหกรรมผลิตของอินเดีย เช่น ปิโตรเคมี พลาสติก ยา และสิ่งทอ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการเคมีภัณฑ์พื้นฐานและสารตั้งต้นในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น
เหล็กและผลิตภัณฑ์ โลหะสำเร็จรูป	อินเดียมีการลงทุนด้านโครงสร้างเพิ่มขึ้น มีโครงสร้างพื้นฐาน เมืองอัจฉริยะ และอุตสาหกรรมผลิตจำนวนมาก ส่งผลให้ความต้องการเหล็กและโลหะกึ่งสำเร็จรูปสำหรับงานก่อสร้างและอุตสาหกรรมยังคงอยู่ในระดับสูง
ผลไม้ (ลำไย มังคุด เงาะ มะขาม ผลไม้ อบแห้ง)	ผู้บริโภคอินเดีย โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ มีความสนใจผลไม้เขตร้อนและผลไม้นำเข้าเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันการเติบโตของซูเปอร์มาร์เก็ตและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซช่วยขยายตลาดผลไม้สดและผลไม้อบแห้ง

สินค้า / บริการ	รายละเอียดโอกาสทางการตลาด
Wellness (บริการสุขภาพและการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม)	กระแสการดูแลสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอินเดียเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นกลางและผู้มีรายได้สูงที่ให้ความสำคัญกับบริการสปา โยคะ และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งสอดคล้องกับจุดแข็งของผู้ประกอบการไทยด้าน wellness
Medical Travel (การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์)	อินเดียมีความต้องการเดินทางเพื่อรับบริการทางการแพทย์ในต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะบริการด้านศัลยกรรม ความงาม และการรักษาเฉพาะทาง ขณะที่ประเทศไทยได้รับการยอมรับในระดับสากลด้านมาตรฐานการรักษาและการบริการทางการแพทย์
Live Event (ธุรกิจการจัดงานและกิจกรรม)	อินเดียเป็นหนึ่งในตลาดการจัดงานนิทรรศการ การประชุม และอีเวนต์ขนาดใหญ่ที่เติบโตเร็วในเอเชีย จากการขยายตัวของภาคธุรกิจและผู้บริโภค ทำให้มีโอกาสำหรับผู้ประกอบการด้านการจัดงาน การแสดงสินค้า และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

สินค้าที่ต้องระวังเป็นพิเศษ (คู่แข่งสูง หรือกฎระเบียบซับซ้อน): ผลิตภัณฑ์นม (Dairy), เนื้อสัตว์ (Meat), เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol), สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics), เครื่องมือแพทย์ (Medical devices), ยาสามัญ (Pharmaceutical - Generic)

1.3 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behaviour) คนอินเดียซื้ออย่างไร

Feelings First, Reasons Later: ผู้บริโภคมักตัดสินใจซื้อจากความรู้สึกอย่างรวดเร็ว (gut feeling) แล้วค่อยหาเหตุผลสนับสนุนทีหลัง แบรินด์ ลี โทนาซา และความคุ้นเคยทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกเชิงบวกโดยไม่รู้ตัว การโฆษณาที่ได้ผลจึงเน้นอารมณ์และบริบทชีวิตประจำวันมากกว่าคุณสมบัติสินค้า

One India, Many Codes: อินเดียมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูงในแต่ละรัฐ ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันอย่างชัดเจน แม้อยู่ประเทศเดียวกันแต่ “รหัสทางวัฒนธรรม” ไม่เหมือนกัน แคมเปญระดับชาติอาจไม่เข้าถึงใจในระดับท้องถิ่น ดังนั้น ลี ฟอนต์ และดีไซเนอร์บรรจุกฎต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของแต่ละพื้นที่เพื่อสร้างความไว้วางใจตั้งแต่แรกเห็น

When You Buy Matters More Than Who You Are: การตัดสินใจซื้อในอินเดียขึ้นอยู่กับ “โอกาส” หรือช่วงเวลา มากกว่าลักษณะของผู้บริโภค คนเดียวกันอาจมีพฤติกรรมซื้อแตกต่างกันใน

เทศกาลหรือชีวิตประจำวัน แบรินด์ที่เข้าใจบริบทนี้จะเชื่อมโยงสินค้าเข้ากับเทศกาล พิธีกรรม และอารมณ์ของครอบครัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

The Small Things That Make the Big Difference: รายละเอียดเล็ก ๆ เช่นสี การใช้งาน และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีผลต่อการรับรู้แบรนด์อย่างมาก ตัวอย่างเช่นการรีแบรนด์ที่ใช้โทนความอบอุ่น ดึงตัวแทนวัฒนธรรมและคนดังมาช่วยสร้างความเชื่อมั่น ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณเป็น “ของพวกเขา”

คุณลักษณะเพิ่มเติม: ผู้บริโภคอินเดียเป็น digital-first มีความอ่อนไหวด้านราคาแต่ไม่เลือกเฉพาะของถูก และนิยมสินค้าที่ปรับแต่งให้ตรงความต้องการเฉพาะบุคคล

1.3 พฤติกรรมผู้บริโภคอินเดีย (Consumer Behaviour)

คนอินเดียซื้ออย่างไร?

1 FEELINGS FIRST, REASONS LATER

ผู้บริโภคมักตัดสินใจจาก **ความรู้สึก** อย่างรวดเร็ว (gut feeling) แล้วค่อยหาเหตุผลสนับสนุนทีหลัง แบรินด์ สี โทนภาษา และความคุ้นเคยทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกเชิงบวกโดยไม่รู้ตัว การโฆษณาที่ได้ผลจึงเน้น **อารมณ์และบริบทชีวิตประจำวัน** มากกว่าคุณสมบัติสินค้า

2 ONE INDIA, MANY CODES

อินเดียมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูงในแต่ละรัฐ ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันอย่างชัดเจน แม้อยู่ประเทศเดียวกันแต่ **“รหัสทางวัฒนธรรม”** ไม่เหมือนกัน แคมเปญระดับชาติอาจไม่เข้าถึงใจในระดับท้องถิ่น ดังนั้น **สี ฟอนต์ และดีไซน์บนบรรจุภัณฑ์** ต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของแต่ละพื้นที่ เพื่อสร้างความไว้วางใจตั้งแต่แรกเห็น

3 WHEN YOU BUY MATTERS MORE THAN WHO YOU ARE

การตัดสินใจซื้อในอินเดียขึ้นอยู่กับ **“โอกาส”** หรือช่วงเวลา มากกว่าลักษณะของผู้บริโภค คนเดียวกันอาจมีพฤติกรรมซื้อแตกต่างกันในเทศกาลหรือชีวิตประจำวัน แบรินด์ที่เข้าใจบริบทนี้จะเชื่อมโยงสินค้าเข้ากับ **เทศกาล พิธีกรรม และอารมณ์ของครอบครัว** ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4 THE SMALL THINGS THAT MAKE THE BIG DIFFERENCE

รายละเอียดเล็ก ๆ เช่น สี การใช้งาน และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีผลต่อการรับรู้แบรนด์อย่างมาก ตัวอย่างเช่น การรีแบรนด์ที่ใช้โทนความอบอุ่น ดึงตัวแทนวัฒนธรรมและคนดังมาช่วยสร้างความเชื่อมั่น ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสินค้าเป็น **“ของพวกเขา”**

คุณลักษณะเพิ่มเติม

DIGITAL-FIRST
อินเตอร์แอคทีฟ เปลี่ยนถ่าย และตัดสินใจผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก

PRICE-CONSCIOUS, NOT PRICE-ONLY
ให้ความสำคัญกับ “คุณค่า” มากกว่าราคาถูกที่สุด

PERSONALIZATION MATTERS
เน้นออนไลน์และบริการ กับผู้ใช้ตรงกับความต้องการและความชอบเฉพาะบุคคล

TRUST DRIVES PURCHASE
ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ชีว และคำแนะนำจากครอบครัว มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจ

ข้อคิดสำหรับผู้ประกอบการไทย +

เข้าใจอารมณ์ เข้าใจวัฒนธรรม เข้าใจบริบทของแต่ละพื้นที่ คือกุญแจสำคัญในการสร้างแบรนด์และทำตลาดในอินเดีย

1.4 กฎระเบียบสำคัญในการนำเข้าสินค้า

- BIS (Bureau of Indian Standards)

BIS เป็นหน่วยงานกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของอินเดีย มีหน้าที่กำกับดูแลคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าหลายประเภท เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เหล็ก ผลิตภัณฑ์เคมี ของเล่น เครื่องจักร และวัสดุก่อสร้าง อยู่ภายใต้ Quality Control Orders (QCOs) ซึ่งกำหนดให้สินค้าต้องได้รับการรับรองตามมาตรฐาน BIS ก่อนจึงจะสามารถนำเข้า จำหน่าย หรือวางตลาดในอินเดียได้ ผู้ประกอบการควรตรวจสอบล่วงหน้าว่าสินค้าของตนอยู่ภายใต้ข้อกำหนดดังกล่าวหรือไม่

- FSSAI (Food Safety and Standards Authority of India)

FSSAI เป็นหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยและมาตรฐานอาหารของอินเดีย อาหารและเครื่องดื่มนำเข้าทุกชนิดต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของ FSSAI ทั้งในด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ วัตถุเจือปนอาหาร สารปนเปื้อน ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ผู้นำเข้าจะต้องได้รับใบอนุญาตจาก FSSAI และสินค้าอาจถูกสุ่มตรวจเอกสารหรือเก็บตัวอย่างเพื่อตรวจสอบ ณ ด่านนำเข้า หากไม่เป็นไปตามข้อกำหนด สินค้าอาจถูกกักกัน ส่งกลับประเทศต้นทาง หรือถูกทำลาย

ทั้งนี้ FSSAI กำหนดข้อยกเว้นสำหรับสินค้าอาหารที่นำเข้าเพื่อจัดแสดงในงานแสดงสินค้า นิทรรศการ หรือกิจกรรมชิมสินค้า จากกระบวนการตรวจสอบตามปกติของ FSSAI แต่ผู้นำเข้าจะต้องยื่นหนังสือรับรองหรือ Undertaking ตามแบบ Form 10 ต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากร โดยเอกสารที่ใช้ประกอบ ได้แก่

- Form 10 (Undertaking for Exhibition Purpose)
- รายละเอียดงานแสดงสินค้า
- หนังสือเชิญหรือหนังสือยืนยันการเข้าร่วมงาน
- รายละเอียดสินค้าและปริมาณที่นำเข้า
- ใบรับรองหรือใบอนุญาตด้านอาหารจากประเทศต้นทาง

สินค้านี้จะต้องใช้เพื่อการจัดแสดงหรือการชิมภายในงานเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่ายเชิงพาณิชย์ในตลาดอินเดียได้ เว้นแต่จะผ่านกระบวนการนำเข้าตามปกติและได้รับอนุญาตจาก FSSAI ครบถ้วน

• Labeling and Packaging Requirements

อินเดียมีกฎระเบียบด้านฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ค่อนข้างเข้มงวด โดยฉลากสินค้าจะต้องเป็นภาษาอังกฤษ และแสดงข้อมูลสำคัญครบถ้วน เช่น ชื่อสินค้า รายการส่วนประกอบ น้ำหนักสุทธิ วันผลิต วันหมดอายุ ประเทศผู้ผลิต ชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่ายในอินเดีย เลขทะเบียนหรือใบอนุญาตที่เกี่ยวข้อง รวมถึง Maximum Retail Price (MRP) ซึ่งเป็นราคาขายปลีกสูงสุดที่อนุญาตให้จำหน่ายในประเทศ นอกจากนี้ อาหารทุกชนิดต้องแสดงสัญลักษณ์ มังสวิรัต (จุดสีเขียว) หรือ ไม่ใช่ มังสวิรัต (จุดสีน้ำตาลเข้มหรือสีแดง) ตามข้อกำหนดของ FSSAI

• Customs and Import Procedures

การนำเข้าสินค้าสู่อินเดียต้องปฏิบัติตามกฎหมายศุลกากรและกฎระเบียบการนำเข้าที่เกี่ยวข้อง สินค้าบางประเภทอาจต้องได้รับใบอนุญาตนำเข้าหรือการอนุมัติจากหน่วยงานเฉพาะก่อนดำเนินการพิธีการศุลกากร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรตรวจสอบอัตราภาษีนำเข้า ภาษี GST และมาตรการที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Measures) ที่อาจมีผลต่อสินค้าแต่ละประเภท สำหรับการส่งสินค้าตัวอย่างในปริมาณมาก หรือการนำสินค้าเข้ามาเพื่อจำหน่าย จะต้องดำเนินการพิธีการศุลกากรและชำระภาษีอย่างถูกต้อง การใช้

บ ร ิ ก า ร บ ร ิ ช ี ท

โลจิสติกส์หรือ Customs Broker ที่มีประสบการณ์ในตลาดอินเดีย จะช่วยลดความเสี่ยงด้านเอกสาร ความล่าช้า และปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการนำเข้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5 งานแสดงสินค้าสำคัญของอินเดีย

งานแสดงสินค้า	ช่วงเวลาจัดงาน	กลุ่มสินค้าเป้าหมาย	จุดเด่นและความสำคัญ
AAHAR – The International Food & Hospitality Fair	มีนาคม	อาหาร เครื่องดื่ม โรงแรม ร้านอาหาร และอุปกรณ์บริการ อาหาร	งานอาหารและธุรกิจ HoReCa ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของอินเดีย เหมาะสำหรับผู้ส่งออกอาหาร เครื่องดื่ม และวัตถุดิบ
World Food India (WFI)	กันยายน– พฤศจิกายน	อาหาร เครื่องดื่ม เทคโนโลยีอาหาร และการแปรรูป อาหาร	งานระดับนานาชาติที่รัฐบาล อินเดียสนับสนุน มุ่งส่งเสริมการ ลงทุนและการค้าด้าน อุตสาหกรรมอาหาร
Top Thai Brands New Delhi	กรกฎาคม– สิงหาคม	สินค้าอุปโภคบริโภค อาหาร สุขภาพ ความงาม โลฟส์ไต์ส์ และบริการ	งานส่งเสริมสินค้าไทยที่จัดโดย กระทรวงพาณิชย์ เพื่อสร้าง โอกาสทางการค้าและจับคู่ธุรกิจ กับผู้นำเข้าอินเดีย
India International Trade Fair (IITF)	พฤศจิกายน	สินค้าอุปโภคบริโภค อุตสาหกรรม เทคโนโลยี และสินค้า หลากหลาย	งานแสดงสินค้านานาชาติประเทศที่ ใหญ่ที่สุดของอินเดีย มีทั้งวัน เจรจาธุรกิจ (Business Days) และวันจำหน่ายแก่ประชาชน ทั่วไป
IHGF Delhi Fair	กุมภาพันธ์ และ ตุลาคม	ของขวัญ ของตกแต่ง บ้าน หัตถกรรม เฟอร์นิเจอร์ แฟชั่น	หนึ่งในงานแสดงสินค้า หัตถกรรมและไลฟ์สไตล์ที่ใหญ่ ที่สุดของโลก มีผู้ซื้อจากหลาย ร้อยประเทศ เหมาะสำหรับ

งานแสดงสินค้า	ช่วงเวลาจัดงาน	กลุ่มสินค้าเป้าหมาย	จุดเด่นและความสำคัญ
		เครื่องประดับ และ โลฟส์ไต้ลส์	ผู้ประกอบการที่ต้องการขยาย ตลาดส่งออก

หมายเหตุ: ช่วงเวลาจัดงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกำหนดการล่าสุดจากผู้จัดงานก่อนวางแผนเข้าร่วมงานหรือจองการเดินทาง

1.6 การเตรียมตัวก่อนเดินทาง (Preparation Checklist)

1.6.1 วีซ่า (Visa)

• ผู้ประกอบการที่เดินทางไปเพื่อเจรจาธุรกิจ เข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรือสำรวจตลาด ควรขอ Business Visa ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

• ปัจจุบันสามารถยื่นขอได้ทั้ง e-Business Visa (e-Visa) และ Business Visa แบบติดในหนังสือเดินทาง โดยเงื่อนไข ระยะเวลาพำนักร และจำนวนครั้งในการเดินทางเข้า-ออกประเทศอาจแตกต่างกัน

• ควรศึกษาประเภทวีซ่าและเอกสารที่เกี่ยวข้องก่อนยื่นคำขอ หากมีข้อสงสัยสามารถสอบถามบริษัท รับทำวีซ่า บริษัททัวร์ หรือสถานเอกอัครราชทูตอินเดียประจำประเทศไทย

• ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

https://embassyofindiabangkok.gov.in/eoibk_pages/Nzg

1.6.2 โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต (SIM Card)

• แนะนำให้เปิดบริการ International Roaming กับผู้ให้บริการในประเทศไทยก่อนเดินทาง หรือเลือกใช้ eSIM ที่รองรับการใช้งานในอินเดีย

• หากต้องการซื้อ SIM Card ของอินเดีย จะต้องใช้หนังสือเดินทางในการลงทะเบียน และอาจใช้เวลาหลายชั่วโมงถึงหลายวันในการเปิดใช้งาน จึงไม่เหมาะสำหรับผู้เดินทางระยะสั้น

• ควรเลือกแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอสำหรับการใช้งานแอปพลิเคชันสำคัญ เช่น Google Maps, WhatsApp, Uber และการประชุมออนไลน์

1.6.3 เงินและการชำระเงิน

• สกุลเงินของอินเดีย คือ รูปีอินเดีย (Indian Rupee: INR)

• ควรแลกเงินบางส่วนจากประเทศไทยก่อนเดินทาง เพื่อใช้เป็นค่าใช้จ่ายในช่วงแรก เช่น ค่าเดินทาง อาหาร และค่าใช้จ่ายฉุกเฉิน

• โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และร้านค้าขนาดใหญ่ส่วนใหญ่รับชำระด้วยบัตรเครดิตและบัตรเดบิต อย่างไรก็ตาม ร้านค้าขนาดเล็ก รถสามล้อ (Auto Rickshaw) และผู้ให้บริการรายย่อยหลายแห่งยังคงรับเฉพาะเงินสดหรือระบบ UPI

• ก่อนเดินทาง ควรแจ้งธนาคารเพื่อเปิดใช้งานบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตสำหรับการใช้งานในต่างประเทศ

1.6.4 ระบบชำระเงิน UPI (Unified Payments Interface)

• UPI เป็นระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในอินเดีย สามารถใช้ชำระเงินได้ตั้งแต่ร้านค้าขนาดใหญ่ ร้านอาหาร ไปจนถึงร้านค้ารายย่อยและผู้ให้บริการทั่วไป

• ผู้ประกอบการที่ต้องใช้จ่ายหรือรับชำระเงินภายในอินเดียบ่อยครั้ง ควรศึกษาทางเลือกในการเชื่อมต่อกับระบบ UPI ล่วงหน้า

• แม้ว่าบัตรเครดิตต่างประเทศจะสามารถใช้ได้หลายสถานที่ แต่ควรเตรียมเงินสดหรือบัตรชำระเงินอื่นไว้เป็นทางเลือก เนื่องจากร้านค้าบางแห่งอาจไม่รองรับบัตรต่างประเทศ

1.6.5 ประกันการเดินทาง

• ควรทำประกันการเดินทางก่อนออกเดินทางทุกครั้ง เพื่อคุ้มครองความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง

• เลือกกรมธรรม์ที่ครอบคลุมค่ารักษาพยาบาล การเจ็บป่วย อุบัติเหตุ การสูญหายของสัมภาระ และเที่ยวบินล่าช้าหรือยกเลิก

• ควรบันทึกหมายเลขกรมธรรม์และช่องทางติดต่อบริษัทประกันไว้ในโทรศัพท์มือถือ เพื่อความสะดวกในกรณีฉุกเฉิน

1.6.6 ปลั๊กไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้า

• อินเดียใช้กระแสไฟฟ้า 220–240 โวลต์ ความถี่ 50 เฮิร์ตซ์

• ปลั๊กไฟที่ใช้โดยทั่วไป ได้แก่ Type C, Type D และ Type M

• แนะนำให้พก Universal Travel Adapter เพื่อรองรับการใช้งานในโรงแรม สนามบิน และสถานที่ต่าง ๆ

• หากต้องใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หลายชิ้นพร้อมกัน ควรเตรียมปลั๊กพ่วงขนาดเล็กที่มีระบบป้องกันไฟกระชากติดตัวไปด้วย

1.6.7 ข้อมูลสายการบินบินตรง กรุงเทพฯ – นิวเดลี (เวลาเดินทางประมาณ 4–5 ชั่วโมง):

สายการบิน	เส้นทาง	สนามบินต้นทาง
Thai Airways International	บินตรง กรุงเทพฯ – นิวเดลี	สุวรรณภูมิ (BKK)
Air India	บินตรง กรุงเทพฯ – นิวเดลี	สุวรรณภูมิ (BKK)
IndiGo	บินตรง กรุงเทพฯ – นิวเดลี	สุวรรณภูมิ (BKK)
Thai AirAsia X	บินตรง กรุงเทพฯ – นิวเดลี	ดอนเมือง (DMK)

สายการบิน	เส้นทาง	สนามบินต้นทาง
Thai Lion Air	บินตรง กรุงเทพฯ – นิวเดลี	ดอนเมือง (DMK)

การเตรียมตัวก่อนเดินทาง

(PREPARATION CHECKLIST)

สิ่งที่ควรรู้และเตรียมให้พร้อม ก่อนเดินทางไปอินเดีย

วีซ่า (Visa)



- ผู้ประกอบการที่เดินทางไปเพื่อเจรจาธุรกิจ เข้ารับงานแสดงสินค้า หรือสำรวจตลาด ควรขอ Business Visa ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเดินทาง
- ปัจจุบันสามารถยื่นขอได้ทั้ง e-Business Visa (e-Visa) และ Business Visa แบบติดในหนังสือเดินทาง โดยเงื่อนไข ระยะเวลาพำนัก และจำนวนครั้งในการเดินทางเข้า-ออกประเทศ อาจแตกต่างกัน
- ควรศึกษาประเภทวีซ่าและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ก่อนยื่นคำขอ หากมีข้อสงสัยสามารถสอบถาม บริษัทรับทำวีซ่า บริษัททัวร์ หรือสถานเอกอัครราชทูตอินเดียประจำประเทศไทย
- ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ embassyofindiabangkok.gov.in

โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต (SIM Card)



- แนะนำให้เปิดบริการ International Roaming กับผู้ให้บริการในประเทศไทยก่อนเดินทาง หรือเลือกใช้ eSIM ที่รองรับการใช้งานในอินเดีย
- หากต้องการซื้อ SIM Card ของอินเดีย จะต้องใช้หนังสือเดินทางในการลงทะเบียน และอาจใช้เวลาหลายชั่วโมงถึงหลายวัน ในการเปิดใช้งาน จึงไม่เหมาะสำหรับผู้เดินทางระยะสั้น
- ควรเลือกแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอ สำหรับการใช้งานแอปพลิเคชันสำคัญ เช่น Google Maps, WhatsApp, Uber และการประชุมออนไลน์

เงินและการชำระเงิน



- สกุลเงินของอินเดีย คือ รูปีอินเดีย (INR)
- ควรแลกเงินบางส่วนจากประเทศไทยก่อนเดินทาง เพื่อใช้เป็นค่าใช้จ่ายในช่วงแรก เช่น ค่าเดินทาง อาหาร และค่าใช้จ่ายฉุกเฉิน
- โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และร้านค้าขนาดใหญ่ส่วนใหญ่รับชำระด้วยบัตรเครดิตและบัตรเดบิต อย่างไรก็ตาม ร้านค้าขนาดเล็ก รถสามล้อ (Auto Rickshaw) และผู้ให้บริการรายย่อยหลายแห่งยังคงรับเฉพาะเงินสดหรือระบบ UPI
- ก่อนเดินทาง ควรแจ้งธนาคารเพื่อเปิดใช้งานบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตสำหรับการใช้งานในต่างประเทศ

ระบบชำระเงิน UPI (Unified Payments Interface)



- UPI เป็นระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในอินเดีย สามารถใช้ชำระเงินได้ตั้งแต่ร้านค้าขนาดเล็ก ร้านอาหาร ไปจนถึงร้านค้ารายย่อยและผู้ให้บริการทั่วไป
- ผู้ประกอบการที่ต้องใช้ชำระหรือรับชำระเงินภายในอินเดียบ่อยครั้ง ควรศึกษาทางเลือกในการเชื่อมต่อกับระบบ UPI ล่วงหน้า
- แม้ว่าบัตรเครดิตต่างประเทศสามารถใช้ได้ในหลายสถานที่ แต่ควรเตรียมเงินสดหรือบัตรชำระเงินอื่นไว้เป็นทางเลือก เนื่องจากร้านค้าบางแห่งอาจไม่รองรับบัตรต่างประเทศ

ประกันการเดินทาง



- ควรทำประกันการเดินทางก่อนออกเดินทางทุกครั้ง เพื่อคุ้มครองความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง
- เลือกกรมธรรม์ที่ครอบคลุมค่ารักษาพยาบาล การเจ็บป่วย อุบัติเหตุ การสูญหายของสัมภาระ และยืมเงินบำนาญหรือยกเลิก
- ควรมีนกัหมายเลขกรมธรรม์และช่องทางติดต่อบริษัทประกันไว้ในโทรศัพท์มือถือ เพื่อความสะดวกในกรณีฉุกเฉิน

ปลั๊กไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้า



- อินเดียใช้กระแสไฟฟ้า 220-240 โวลต์ ความถี่ 50 เฮิรตซ์
- ปลั๊กไฟที่ใช้โดยทั่วไป ได้แก่ Type C, Type D และ Type M
- แนะนำให้พก Universal Travel Adapter เพื่อรองรับการใช้งานในโรงแรม สนามบิน และสถานที่ต่าง ๆ
- หากต้องใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หลายชิ้นพร้อมกัน ควรเตรียมปลั๊กพ่วงขนาดเล็กที่มีระบบป้องกันไฟกระชากติดตัวไปด้วย

 Type C
 Type D
 Type M

สายการบินบินตรง กรุงเทพฯ - นิวเดลี (เวลาเดินทางประมาณ 4-5 ชั่วโมง)

สายการบิน	เส้นทาง	สนามบินต้นทาง
 Thai Airways International	บินตรง กรุงเทพฯ - นิวเดลี	สุวรรณภูมิ (BKK)
 Air India	บินตรง กรุงเทพฯ - นิวเดลี	สุวรรณภูมิ (BKK)
 IndiGo	บินตรง กรุงเทพฯ - นิวเดลี	สุวรรณภูมิ (BKK)
 Thai AirAsia X	บินตรง กรุงเทพฯ - นิวเดลี	ดอนเมือง (DMK)
 Thai Lion Air	บินตรง กรุงเทพฯ - นิวเดลี	ดอนเมือง (DMK)



สิ่งของจำเป็นที่ควรเตรียม



หนังสือเดินทาง



วีซ่า



SIM / eSIM



เงินสด (INR)



บัตรเครดิต



ประกันการเดินทาง



ปลั๊กไฟ / Adapter



ตัวเครื่องบิน

1.7 วัฒนธรรมการทำธุรกิจของชาวอินเดีย (Business Etiquette)

การสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Building Business Relationships)

นักธุรกิจอินเดียให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ระยะยาวก่อนการทำธุรกิจ การพบปะพูดคุยเบื้องต้น การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือการสนทนาเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป ถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความคุ้นเคยและความเชื่อมั่น จึงไม่ควรเร่งรัดการเจรจาหรือเสนอเงื่อนไขทางการค้าในทันที

การเจรจาและการต่อรอง (Negotiation)

การเจรจาต่อรองถือเป็นแนวปฏิบัติที่พบได้ทั่วไปในการทำธุรกิจในอินเดีย โดยคู่ค้าอาจเจรจเกี่ยวกับราคา ปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ (MOQ) เงื่อนไขการขนส่ง ระยะเวลาการชำระเงิน หรือเงื่อนไขทางการค้าอื่น ๆ ผู้ประกอบการควรเตรียมข้อมูลต้นทุนและกำหนดขอบเขตการเจรจาที่ชัดเจน พร้อมใช้เหตุผลและความยืดหยุ่นในการต่อรอง

การสื่อสารทางธุรกิจ (Business Communication)

แม้อีเมลยังคงเป็นช่องทางหลักสำหรับการส่งเอกสารหรือหนังสืออย่างเป็นทางการ แต่ WhatsApp เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักธุรกิจอินเดีย ทั้งการนัดหมาย การสอบถามข้อมูล การส่งรูปภาพสินค้า และการติดตามความคืบหน้าของงาน ผู้ประกอบการจึงควรเตรียมความพร้อมในการใช้ WhatsApp สำหรับการติดต่อทางธุรกิจ

การติดตามผล (Follow-up)

การติดตามผลภายหลังการประชุมหรือการเจรจาเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ควรส่งอีเมลแสดงความขอบคุณและสรุปประเด็นสำคัญภายใน 1-3 วันหลังการพบปะ หากยังไม่ได้รับการตอบกลับ สามารถติดตามผลผ่าน WhatsApp หรือโทรศัพท์อย่างสุภาพภายในระยะเวลาที่เหมาะสม โดยการสื่อสารอย่างต่อเนื่องและการรักษาความสัมพันธ์ที่ดี จะช่วยเพิ่มโอกาสในการพัฒนาความร่วมมือทางธุรกิจในระยะยาว



ส่วนที่ 2: ตะลุมนิวเดลีและภูมิภาคเมืองหลวง

2.1 รู้จักภูมิภาค NCR (National Capital Region)

ภูมิภาค NCR จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาพื้นที่รอบเขตเมืองหลวงเดลีให้ไปในทิศทางเดียวกัน ครอบคลุมเขตพื้นที่สำคัญในรัฐต่าง ๆ ดังนี้:

- เขตเดลี (Delhi): ศูนย์กลางเมืองหลวง
- รัฐहरियाणा (Haryana): ได้แก่ อำเภอ Gurgaon (Gurugram), Faridabad, Palwal, Nuh, Rohtak, Jhajjar, Rewari, Mahendragarh, Bhiwani, Charkhi Dadri, Sonipat, Panipat, Karnal, และ Jind
- รัฐउत्तर प्रदेश (Uttar Pradesh): ได้แก่ อำเภอ Ghaziabad, Gautam Buddha Nagar (Noida/Greater Noida), Bulandshahr, Meerut, Hapur, Baghpat, Shamli, และ Muzaffarnagar
- รัฐराजस्थान (Rajasthan): ได้แก่ อำเภอ Alwar และ Bharatpur

National Capital Region



สริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี | Thai Trade Center-New Delhi
(Floor), Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi, India 110057
43268888 ✉ : thaitcnewdelhi@gmail.com 📞 : @thaitcnewdelhi



2.2 ศูนย์แสดงสินค้าหลักในพื้นที่ NCR

Bharat Mandapam (Pragati Maidan): ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติที่สำคัญที่สุด ตั้งอยู่ใจกลางกรุงนิวเดลี รองรับงานใหญ่ระดับโลก เช่น IITF, AAHAR เดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้า



Yashobhoomi (IICC): ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าแห่งใหม่ในย่าน Dwarka ใกล้สนามบินนานาชาติ ทันสมัย มีรถไฟฟ้าเชื่อมต่อโดยตรง



India Expo Centre & Mart (Greater Noida): ศูนย์แสดงสินค้าขนาดใหญ่ย่านชานเมือง จัดงานด้านไลฟ์สไตล์ เพอร์นิเจอร์ หัตถกรรม เช่น IHGF Delhi Fair มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน



2.3 ย่านการค้าและแหล่งสำรวจตลาดในกรุงนิวเดลี

2.3.1 ห้างสรรพสินค้าหลักเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคระดับกลางถึงพรีเมียม:

- Select CITYWALK และ DLF Avenue (ย่าน Saket)

ศูนย์การค้าชั้นนำของกรุงนิวเดลี รวบรวมแบรนด์แฟชั่น ร้านอาหาร และสินค้าไลฟ์สไตล์ เหมาะสำหรับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชาวอินเดีย



- DLF Promenade, DLF Emporio (หรรพารวีเมียม), และ Ambience Mall (ย่าน Vasant Kunj)

ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ใกล้สนามบิน รวบรวมแบรนด์สินค้า ร้านอาหาร และความบันเทิง โดยมีตั้งแต่ระดับปานกลางจนถึงระดับแบรนด์เนมหรูหรา เหมาะสำหรับศึกษาตลาดค้าปลีกในกรุงนิวเดลี



- Ambience Mall (เขต Gurugram) หนึ่งในศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในเขต Gurugram (Gurgaon) มีร้านค้ากว่า 200 ร้าน ทั้งแบรนด์ระดับสากล ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต และแหล่งบันเทิง เหมาะสำหรับสำรวจตลาดผู้บริโภคกำลังซื้อสูงในเขต NCR



- Pacific Mall (ย่าน Subhash Nagar) ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่ได้รับความนิยมจากครอบครัวและคนทำงาน มีร้านค้าปลีก ร้านอาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภคหลากหลาย



ย่านการค้าดั้งเดิมและตลาดค้าส่งสำคัญ:

- Connaught Place (CP): ย่านใจกลางธุรกิจ รวมสำนักงาน ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านแบรนด์เนม
- Chandni Chowk: ตลาดค้าส่งที่เก่าแก่และใหญ่ที่สุด จำหน่ายเครื่องเทศ ผ้า เครื่องประดับ และเสื้อผ้า
- Karol Bagh: ตลาดค้าส่งและปลีกเสื้อผ้า เครื่องประดับ และสินค้าแฟชั่นระดับราคากลาง
- Khan Market: แหล่งช้อปปิ้งระดับพรีเมียมของนักการทูตและผู้มีกำลังซื้อสูง คาเฟ่และร้านค้าไฮเอนด์
- Nehru Place: ศูนย์กลางค้าคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที และอิเล็กทรอนิกส์ที่ใหญ่ที่สุด
- INA Market: ตลาดสด อาหารแห้ง ผัก ผลไม้ และอาหารนำเข้า เหมาะแก่การสำรวจอุตสาหกรรมอาหาร

ย่านการค้าและแหล่งสำรวจตลาดในกรุงนิวเดลี

แหล่งช้อปปิ้ง สำรวจตลาด และพบปะคู่ค้า สำคัญสำหรับผู้ประกอบการ

1
Connaught Place (CP)

ศูนย์กลางธุรกิจและการค้าของกรุงนิวเดลี รายล้อมด้วยร้านค้า ร้านอาหาร คาเฟ่ ธนาคาร โรงแรม และสำนักงานของบริษัทชั้นนำ เหมาะสำหรับสำรวจตลาดค้าปลีกและพบปะคู่ค้า

2
Chandni Chowk

ย่านการค้าเก่าแก่และตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ของเดลี จำหน่ายสินค้าแทบทุกประเภท เช่น เครื่องเทศ ผ้า เครื่องประดับ เสื้อผ้า และอุปกรณ์งานแต่งงาน เหมาะสำหรับศึกษาตลาดค้าส่งและพฤติกรรมผู้บริโภค

3
Karol Bagh

ย่านค้าปลีกและค้าส่งที่มีชื่อเสียงด้านเสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าแฟชั่น เป็นแหล่งสำรวจราคาสินค้าและตลาดผู้บริโภคระดับกลาง

4
Khan Market

ย่านการค้าระดับพรีเมียมที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ นักการทูต และผู้มีกำลังซื้อสูง มีร้านอาหาร คาเฟ่ ร้านหนังสือ และร้านค้าระดับไฮเอนด์จำนวนมาก

5
Nehru Place

ศูนย์กลางการค้าด้านคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของอินเดีย เหมาะสำหรับศึกษาตลาดสินค้าเทคโนโลยี

6
INA Market

ตลาดสดและตลาดอาหารที่มีชื่อเสียง จำหน่ายอาหารสด อาหารนำเข้า เครื่องเทศ ผัก ผลไม้ และวัตถุดิบจากหลายประเทศ เหมาะสำหรับผู้ประกอบการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องการศึกษาวัตถุดิบและพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวอินเดีย

เคล็ดลับสำหรับผู้ประกอบการ การเดินสำรวจย่านการค้าและตลาดต่าง ๆ จะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มสินค้า ราคาสินค้า และโอกาสทางการตลาดในอินเดียได้ดียิ่งขึ้น

แหล่งจัดงาน ห้างสรรพสินค้า และย่านการค้าในกรุงนิวเดลี

รู้จักสถานที่สำคัญ เพื่อโอกาสทางธุรกิจในอินเดีย



ศูนย์แสดงสินค้าและศูนย์ประชุมที่สำคัญ

- 1 Bharat Mandapam (Pragati Maidan)**
ศูนย์แสดงสินค้าและศูนย์ประชุมระดับนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดของอินเดีย ตั้งอยู่ใจกลางกรุงนิวเดลี เป็นสถานที่จัดงานสำคัญ เช่น AAHAR, India International Trade Fair (IITF) และงานประชุมมุนานาชาติ การเดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้า Delhi Metro
- 2 Yashobhoomi – India International Convention & Expo Centre (IICC)**
ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าแห่งใหม่ในย่าน Dwarka ใกล้สนามบินนานาชาติอินทรา คานธี มีสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย รองรับงานประชุม งานนิทรรศการ และงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ
- 3 India Expo Centre & Mart (Greater Noida)**
ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่ในเมือง Greater Noida จัดงานแสดงสินค้าหลากหลายประเภท เช่น ไลฟ์สไตล์ เพอร์เนเจอร์ หัตถกรรม เครื่องจักร และอุตสาหกรรม เหมาะสำหรับการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ



ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าที่น่าสนใจ

- 1 Select CITYWALK (Saket)**
ศูนย์การค้ายอดนิยม รวมแบรนด์แฟชั่น ร้านอาหาร และสินค้าไลฟ์สไตล์ เหมาะสำหรับสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคชาวอินเดีย
- 2 DLF Promenade (Vasant Kunj)**
ศูนย์การค้าระดับกลางถึงพรีเมียม มีแบรนด์ทั้งอินเดียและต่างประเทศ ร้านอาหาร และคาเฟ่จำนวนมาก
- 3 DLF Emporio (Vasant Kunj)**
ศูนย์การค้าระดับลักซ์ซูรี รวมแบรนด์สินค้าหรูจากทั่วโลก เหมาะสำหรับศึกษาตลาดสินค้าระดับพรีเมียม
- 4 DLF Avenue (Saket)**
ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ มีร้านค้า ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต และโรงภาพยนตร์ เป็นแหล่งช้อปปิ้งยอดนิยมของคนท้องถิ่น
- 5 Pacific Mall (Subhash Nagar)**
ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่ได้รับความนิยมจากครอบครัวและคนทำงาน มีร้านค้าปลีก ร้านอาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภคหลากหลาย
- 6 Ambience Mall (Vasant Kunj)**
ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ใกล้สนามบิน รวบรวมแบรนด์สินค้า ร้านอาหาร และความบันเทิง เหมาะสำหรับศึกษาตลาดค้าปลีกในกรุงนิวเดลี
- 7 Ambience Mall (Gurgaon)**
หนึ่งในศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในเขต Gurugram มีร้านค้ากว่า 200 ร้าน ทั้งแบรนด์ระดับสากล ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต และแหล่งบันเทิง เหมาะสำหรับสำรวจตลาดผู้บริโภคกำลังซื้อสูง



ย่านการค้าและแหล่งสำรวจตลาด

- 1 Connaught Place (CP)**
ศูนย์กลางธุรกิจและการค้าของกรุงนิวเดลี รายล้อมด้วยร้านค้า ร้านอาหาร คาเฟ่ ธนาคาร โรงแรม และสำนักงานมีผู้ของบริษัทชั้นนำ เหมาะสำหรับสำรวจตลาดค้าปลีกและพบปะลูกค้า
- 2 Chandni Chowk**
ย่านการค้าเก่าแก่และตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ของเดลี จำหน่ายสินค้าแทบทุกประเภท เช่น เครื่องเทศ ผัก เครื่องประดับ เสื้อผ้า และอุปกรณ์งานแต่งงาน เหมาะสำหรับศึกษาตลาดค้าส่ง และพฤติกรรมผู้บริโภค
- 3 Karol Bagh**
ย่านค้าปลีกและค้าส่งที่มีชื่อเสียงด้านเสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าแฟชั่น เป็นแหล่งสำรวจราคาสินค้าและตลาดผู้บริโภคระดับกลาง
- 4 Khan Market**
ย่านการค้าระดับพรีเมียมที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ นักการทูต และผู้มีกำลังซื้อสูง มีร้านอาหาร คาเฟ่ ร้านหนังสือ และร้านค้าระดับไฮเอนด์จำนวนมาก
- 5 Nehru Place**
ศูนย์กลางการค้าด้านคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของอินเดีย เหมาะสำหรับศึกษาตลาดสินค้าเทคโนโลยี
- 6 INA Market**
ตลาดสดและตลาดอาหารที่มีชื่อเสียง จำหน่ายอาหารสด อาหารนำเข้า เครื่องเทศ ผัก ผลไม้ และวัตถุดิบจากหลายประเทศ เหมาะสำหรับผู้ประกอบการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องการศึกษาวัตถุดิบและพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวอินเดีย



เคล็ดลับสำหรับผู้ประกอบการ

- วางแผนการเดินทางล่วงหน้า และตรวจสอบเวลาเปิด-ปิดของห้างและตลาด
- ใช้เวลาในการสำรวจตลาด เพื่อเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มสินค้า
- สร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์กับคู่ค้าในพื้นที่ เพื่อโอกาสทางธุรกิจในระยะยาว

2.4 ตัวอย่างโรงแรมแบ่งตามย่านและระดับราคา

Aerocity

ระดับ	โรงแรม	ที่อยู่	เว็บไซต์	E-mail
Luxury	JW Marriott Hotel New Delhi Aerocity	Asset Area 4, Aerocity, New Delhi 110037	www.marriott.com	deljw.reservation@marriott.com
Luxury	Andaz Delhi	Asset No.1, Aerocity, New Delhi 110037	www.hyatt.com	delaz.reservations@andaz.com
Luxury	Roseate House New Delhi	Asset No.10, Aerocity, New Delhi 110037	www.roseatehotels.com	stay@roseatehotels.com
Business	Holiday Inn New Delhi International Airport	Asset Area 12, Aerocity	www.ihg.com	reservations@hidelhi.com
Business	Aloft New Delhi Aerocity	5B, IGI T3 Road, Aerocity	www.marriott.com	delal.reservation@marriott.com
Business	Lemon Tree Premier Delhi Airport	Asset No.6, Aerocity	www.lemontreehotels.com	reservations@lemontreehotels.com
Budget	ibis New Delhi Aerocity	Aerocity, New Delhi	all.accor.com	H7029@accor.com
Budget	Novotel New Delhi Aerocity	Asset No 2, Aerocity, New Delhi	all.accor.com	H7559@accor.com
Budget	Red Fox Hotel Delhi Airport	Asset No.6, Aerocity	www.lemontreehotels.com	reservations@lemontreehotels.com

Connaught Place

ระดับ	โรงแรม	ที่อยู่	เว็บไซต์	E-mail
Luxury	Shangri-La Eros New Delhi	19 Ashoka Road, New Delhi 110001	www.shangri-la.com	slnd@shangri-la.com
Luxury	Le Méridien New Delhi	Windsor Place, New Delhi 110001	www.marriott.com	reservations.delmd@lemeridien.com
Luxury	The Lalit New Delhi	Barakhamba Avenue, New Delhi 110001	www.thelalit.com	reservations.del@thelalit.com
Business	Radisson Blu Marina Connaught Place	G-59 Connaught Circus	www.radissonhotels.com	reservations@rdmarinadelhi.com
Business	The Connaught, IHCL SeleQtions	Shaheed Bhagat Singh Marg	www.seleqtionshotels.com	book.connaught@seleqtionshotels.com
Business	The Metropolitan Hotel & Spa	Bangla Sahib Road	www.hotelmetdelhi.com	info@hotelmetdelhi.com
Budget	Hotel The Royal Plaza	19 Ashoka Road	www.hoteltheroyalplaza.com	reservations@hoteltheroyalplaza.com
Budget	The Park New Delhi	15 Sansad Marg, Hanuman Road Area,	www.theparkhotels.com	reserve.del@theparkhotels.com
Budget	Hotel Bright	M-85, Connaught Circus	www.hotelbright.in	reservations@hotelbright.in

Gurgaon

ระดับ	โรงแรม	ที่อยู่	เว็บไซต์	E-mail
Luxury	The Oberoi Gurgaon	443 Udyog Vihar Phase V, Gurugram	www.oberoihotels.com	reservations.gurgaon@oberoihotels.com
Luxury	The Leela Ambience Gurugram Hotel & Residences	Ambience Island, NH-8, Gurugram	www.theleela.com	reservations.gurgaon@theleela.com
Luxury	Trident Gurgaon	443 Udyog Vihar Phase V, Gurugram	www.tridenthotels.com	reservations.gurgaon@tridenthotels.com
Business	Courtyard by Marriott Gurugram Downtown	Plot 27B, Sector 27	www.marriott.com	cy.deldt.reservation@marriott.com
Business	Hyatt Place Gurgaon/Udyog Vihar	15/1 Old Delhi- Gurgaon Road	www.hyatt.com	delzg.reservations@hyatt.com
Business	Lemon Tree Premier City Center Gurugram	Sector 29, Gurugram	www.lemontreehotels.com	reservations@lemontreehotels.com
Budget	Bloom Boutique Gurugram	Sector 43, Golf Course Road	www.staybloom.com	hello@staybloom.com
Budget	Treebo Sai Village Gold Souk	Sushant Lok I, Gurugram	www.treebo.com	booking@treebohotels.com

2.5 ร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT

ชื่อร้านอาหาร	โรงแรม / สถานที่ตั้ง	ที่อยู่ (Address)
ERAWAAN	THE CLARIDGES, NEW DELHI	12 Dr. A.P.J. Abdul Kalam Road, New Delhi, 110011
THAI PAVILION	TAJ CITY CENTRE, GURUGRAM	Sector 44, Gurugram, Haryana, 122004
THE SPICE ROUTE	THE IMPERIAL, NEW DELHI	Janpath, Connaught Place, New Delhi, 110001
NEUNG ROI	RADISSON BLU PLAZA, NEW DELHI	8 National Highway, New Delhi, 110037
OKO RESTAURANT	THE LALIT, NEW DELHI	Barakhamba Avenue, Connaught Place, New Delhi 110001

2.6 ระบบการเดินทางในกรุงนิวเดลี

การเดินทางสัญจรในกรุงนิวเดลีและบริเวณพื้นที่เขตนครหลวง (NCR) สามารถทำได้ในหลายรูปแบบ ทั้งรูปแบบการโดยสารสาธารณะหรือการโดยสารโดยใช้บริการขนส่งเอกชนและแอปพลิเคชัน

Delhi Metro

Delhi Metro เป็นระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับการเดินทางภายในกรุงนิวเดลี เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว ตรงต่อเวลา และมีค่าโดยสารในอัตราที่ประหยัด โดยเชื่อมต่อสถานที่สำคัญหลายแห่ง เช่น สนามบินนานาชาติอินทิรา คานธี (Indira Gandhi International Airport), Bharat Mandapam, Connaught Place และย่านธุรกิจสำคัญ ผู้โดยสารสามารถซื้อบัตรโดยสารที่สถานี หรือเลือกใช้ QR Ticket ผ่านแอปพลิเคชัน DMRC Momentum เพื่อความสะดวกในการเดินทาง



Uber

Uber เป็นแอปพลิเคชันเรียกรถที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในอินเดีย ผู้ใช้สามารถ
 ต ร ว จ ส อ บ
 ค่าโดยสารโดยประมาณก่อนเดินทาง ติดตามตำแหน่งรถแบบเรียลไทม์ และเลือกชำระเงินได้ทั้งเงินสด
 บัตรเครดิต หรือช่องทางการชำระเงินที่รองรับ เหมาะสำหรับนักธุรกิจและผู้เดินทางที่ต้องการความสะดวก
 และความโปร่งใสด้านค่าโดยสาร



Ola

Ola เป็นแอปพลิเคชันเรียกรถสัญชาติอินเดียที่มีรูปแบบการให้บริการคล้ายกับ Uber และมี
 เครือข่ายผู้ให้บริการครอบคลุมในหลายพื้นที่ ผู้ใช้สามารถเลือกใช้บริการรถยนต์ รถจักรยานยนต์ หรือ
 รถสามล้อ (Auto Rickshaw) ผ่านแอปพลิเคชันได้ โดยเฉพาะในช่วงเวลาเร่งด่วน Ola มักมีจำนวนรถ
 ให้บริการค่อนข้างมาก



รถสามล้อ (Auto Rickshaw)

รถสามล้อ หรือ Auto Rickshaw เป็นรูปแบบการเดินทางที่พบเห็นได้ทั่วไปในอินเดีย เหมาะสำหรับการเดินทางระยะสั้นภายในเมือง สามารถเรียกใช้บริการได้จากข้างทาง หรือผ่านแอปพลิเคชัน Uber และ Ola หากใช้บริการจากข้างทาง ควรตกลงอัตราค่าโดยสารล่วงหน้า หรือขอให้ผู้ขับขี่เปิดมิเตอร์ก่อนเริ่มการเดินทาง



แท็กซี่ (Taxi)

แท็กซี่มีให้บริการตามสนามบิน โรงแรม และจุดจอดแท็กซี่ทั่วไป โดยเฉพาะที่สนามบินนานาชาติ อินทิรา คานธี ซึ่งมีบริการ Prepaid Taxi ที่กำหนดอัตราค่าโดยสารล่วงหน้า ช่วยลดความเสี่ยงในการถูกเรียกเก็บค่าโดยสารเกินจริง และเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับผู้เดินทางที่เพิ่งเดินทางถึงอินเดีย



ข้อควรระวังในการใช้บริการรถโดยสาร

เพื่อความปลอดภัย ควรใช้บริการรถผ่านแอปพลิเคชันหรือเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเป็นทางการ หลีกเลี่ยงการใช้บริการจากบุคคลที่เข้ามาเสนอรับส่งภายในสนามบินหรือสถานีรถไฟ ก่อนขึ้นรถควรตรวจสอบหมายเลขทะเบียนรถ ชื่อผู้ขับขี่ และรายละเอียดการเดินทางให้ตรงกับข้อมูลในแอปพลิเคชัน และไม่ควรชำระเงินนอกระบบเมื่อใช้บริการผ่านแอปเรียกรถ

2.7 ข้อควรระวังด้านความปลอดภัยและการดูแลสุขอนามัย

2.7.1 ไม่รับสิ่งของจากบุคคลที่ไม่รู้จัก

ไม่ควรรับอาหาร เครื่องดื่ม ของฝาก หรือพัสดุจากบุคคลที่ไม่รู้จัก ทั้งในสนามบิน สถานีรถไฟ และพื้นที่สาธารณะ เพื่อป้องกันการหลอกลวงหรือเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์

2.7.2 การใช้บริการรถโดยสาร (Taxi Scam)

ควรใช้บริการรถผ่านแอปพลิเคชันที่น่าเชื่อถือ เช่น Uber หรือ Ola หรือใช้บริการ Prepaid Taxi ภายในสนามบิน หลีกเลี่ยงการใช้บริการจากผู้ที่ไม่เข้ามาเสนอรับส่งโดยตรง และควรตรวจสอบหมายเลขทะเบียนรถ ชื่อผู้ขับขี่ และรายละเอียดการเดินทางให้ตรงกับข้อมูลในแอปพลิเคชันก่อนขึ้นรถทุกครั้ง

2.7.3 มัคคุเทศก์แอบอ้าง (Fake Guide)

บริเวณแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอาจมีบุคคลแอบอ้างเป็นมัคคุเทศก์หรือเจ้าหน้าที่ โดยอ้างว่าสถานที่ท่องเที่ยวปิด หรือเสนอพาไปยังร้านค้าและสถานที่อื่น ผู้เดินทางไม่ควรหลงเชื่อ และควรใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น

2.7.4 การแลกเปลี่ยนเงินตรา (Currency Exchange)

ควรแลกเปลี่ยนเงินตรากับธนาคาร ร้านรับแลกเงินที่ได้รับอนุญาต หรือเคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงิน ภายในสนามบิน หลีกเลี่ยงการแลกเงินกับบุคคลทั่วไปหรือร้านค้าที่ไม่น่าเชื่อถือ และควรตรวจนับจำนวนเงินก่อนออกจากเคาน์เตอร์ทุกครั้ง

2.7.5 สุขอนามัยด้านอาหารและน้ำดื่ม

ควรเลือกรับประทานอาหารจากร้านที่สะอาด ได้มาตรฐาน และมีผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง ดื่มน้ำดื่มบรรจุขวดที่ปิดผนึกจากโรงงาน และหลีกเลี่ยงการดื่มน้ำประปาหรือน้ำแข็งจากแหล่งที่ไม่ทราบมาตรฐาน หากรับประทานอาหารริมทาง ควรเลือกอาหารที่ปรุงสุกใหม่และยังมีความร้อน

2.7.6 การให้เงินแก่ผู้ขอทาน

ในบางพื้นที่อาจพบผู้ขอทานหรือเด็กเข้ามาขอเงินจากนักท่องเที่ยว การให้เงินอาจทำให้มีบุคคลอื่นเข้ามาขอเพิ่มเติมหรือเกิดความไม่สะดวกในการเดินทาง จึงควรปฏิเสธอย่างสุภาพ และหลีกเลี่ยงการแสดงเงินสดหรือทรัพย์สินมีค่าในที่สาธารณะ

2.7.7 สภาพอากาศ

ในช่วงเดือนมีนาคม-มิถุนายน กรุงนิวเดลีอาจมีอุณหภูมิสูงกว่า 40-45 องศาเซลเซียส ผู้เดินทางควรดื่มน้ำให้เพียงพอ สวมใส่เสื้อผ้าที่ระบายอากาศได้ดี ใช้หมวกหรือร่มเมื่อต้องอยู่กลางแจ้ง และหลีกเลี่ยงกิจกรรมกลางแจ้งเป็นเวลานานในช่วงบ่าย เพื่อลดความเสี่ยงจากภาวะลมแดด (Heat Stroke)

2.7.8 การดูแลทรัพย์สินภายในงานแสดงสินค้า

ระหว่างการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ควรเก็บหนังสือเดินทาง เงินสด และทรัพย์สินมีค่าไว้กับตัว หรือในที่จัดเก็บที่สามารถล็อกได้ ไม่ควรวางโทรศัพท์มือถือ กระเป๋า หรือคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กไว้ที่ดูหาแสดงสินค้าโดยไม่มีผู้ดูแล โดยเฉพาะในช่วงก่อนเปิดงาน ระหว่างการติดตั้ง และหลังปิดงาน ซึ่งมักมีผู้ปฏิบัติงานและผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก

ส่วนที่ 3: การออกงานให้ได้ผล (Operational Checklist)

3.1 Checklist การออกงานแสดงสินค้าในอินเดีย

ท่านสามารถตรวจสอบ checklist นี้ เพื่อเตรียมความพร้อมในการออกงานแสดงสินค้าในอินเดียให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

CHECKLIST การออกงานอีเว้นต์ในอินเดีย

ก่อนเปิดงาน (PRE-EVENT CHECKLIST)

BOOTH	เอกสารการขาย	SAMPLE	บุคลากรและล่าม
☐ ตรวจสอบขนาดบูธตรงตามที่จอง ☐ ตรวจสอบตำแหน่งบูธและทิศทางการสัญจร ☐ ตรวจสอบโครงสร้างบูธและอุปกรณ์ภายในบูธ ☐ ตรวจสอบระบบไฟฟ้าและปลั๊กไฟ ☐ ติดตั้งป้ายชื่อ/โลโก้ให้มองเห็นชัดเจน ☐ จัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบตามแผนการนำเสนอ	☐ จัดเตรียมแคตตาล็อกภาษาอังกฤษ ☐ ข้อมูลสินค้า จุดเด่น และช่องทางติดต่อครบถ้วน ☐ จัดเตรียม Price List ☐ ตรวจสอบ QR Code ใช้งานได้จริง ☐ จัดเตรียม Business Card ให้เพียงพอ	☐ จัดเตรียมสินค้าหลักสำหรับจัดแสดง ☐ จัดเตรียมสินค้าตัวอย่างสำหรับแจกหรือสาธิต ☐ ตรวจสอบสภาพสินค้าให้อยู่ในบูธ ☐ แยกสินค้าที่ต้องการจัดแสดงและการสาธิต	☐ จัดเตรียมล่ามประจำบูธ ☐ กำหนดบทบาทหน้าที่ของทีมงานชัดเจน ☐ เตรียมแนวทางการเปิดบทสนทนาเบื้องต้น

ระบบอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์	การเตรียมความพร้อมส่วนบุคคล
☐ จัดเตรียมอินเทอร์เน็ตในประเทศอินเดีย ☐ เตรียมอุปกรณ์สำรองอินเทอร์เน็ต (Hotspot) ☐ ทดสอบความพร้อมของไฟล์และ QR Code	☐ ตรวจสอบวีซ่า หนังสือเดินทาง และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ☐ จัดเตรียมเอกสารและการเชื่อมต่อสื่อสาร ☐ เตรียมยาและอุปกรณ์จำเป็นที่จำเป็น ☐ เตรียมแผนการฉุกเฉินและทำางานฉุกเฉิน ☐ เตรียมความพร้อมด้านร่างกายและการพักผ่อนให้เพียงพอ

ระหว่างงาน (ON-SITE CHECKLIST)

กิจกรรม	รายละเอียด
ดึงคนเข้าบูธ	☐ ใช้การจัดแสดงสินค้าที่ดึงดูดความสนใจ ☐ จัดเจ้าหน้าที่ประจำบูธเพื่อเชิญชวนผู้เข้าชม ☐ ใช้การสาธิตสินค้าเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วม
เปิดบทสนทนา	☐ ใช้คำถามเชิงธุรกิจเพื่อเริ่มการสนทนา ☐ หลีกเลี่ยงคำถามทั่วไปที่ไม่ก่อให้เกิดข้อมูลเชิงลึก ☐ มุ่งเน้นให้ผู้เข้าชมระบุความต้องการของตนเอง
คัดกรองลูกค้า	☐ แยกกลุ่มผู้เข้าชมตามศักยภาพ (ผู้ซื้อ/ตัวแทน/ผู้สนใจทั่วไป) ☐ ประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจเบื้องต้น ☐ ใช้เวลาอย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลัก
บันทึกข้อมูลลูกค้า (Lead)	☐ บันทึกข้อมูลบริษัทและผู้ติดต่อทันที ☐ บันทึกความสนใจในสินค้าและความต้องการเฉพาะ ☐ บันทึก MOQ และช่องทางการติดต่อ (WhatsApp/Email)
จัดเก็บข้อมูลและหลักฐาน	☐ บันทึกข้อมูลลูกค้าด้วยระบบหรือแบบฟอร์ม ☐ ถ่ายภาพการพบปะและการนำเสนอสินค้า ☐ จัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการติดตามภายหลัง
ร่วมกิจกรรมในบูธ	☐ จัดกิจกรรมหรือสาธิตที่ดึงดูดต่อเนื่อง ☐ เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายภายในงาน ☐ เพิ่มการมองเห็นของสินค้าในพื้นที่จัดแสดง

เจรจาการค้า (NEGOTIATION CHECKLIST)

หัวข้อ	รายละเอียด
MOQ	☐ กำหนดปริมาณสั่งซื้อขั้นต่ำอย่างชัดเจน ☐ จัดเตรียมระดับราคา (Price Tier) ให้เหมาะสม ☐ หลีกเลี่ยงการลด MOQ โดยไม่เพิ่มผลประโยชน์
Incoterms	☐ ระบุเงื่อนไขการส่งมอบสินค้า (EXW/FOB/CIF) ☐ ใช้เงื่อนไขมาตรฐานเดียวกันในการเจรจา
Payment Terms	☐ กำหนดรูปแบบการชำระเงิน (Advance/LC/Credit) ☐ ประเมินความเสี่ยงของคู่ค้าแต่ละราย ☐ หลีกเลี่ยงเงื่อนไขเครดิตที่มีความเสี่ยงสูง
Lead Time	☐ กำหนดระยะเวลาการผลิตและส่งออกที่ป็นจริง ☐ หลีกเลี่ยงการให้ข้อมูลที่เกินกว่าความสามารถในการผลิต
Exclusive Distributor	☐ ประเมินศักยภาพของผู้ซื้อสิทธิ์ ☐ กำหนดเงื่อนไขขั้นต่ำที่เสนอขาย ☐ ไม่ให้สิทธิแบบ Exclusive โดยไม่มีหลักประกัน
Marketing Support	☐ กำหนดขอบเขตการสนับสนุนอย่างชัดเจน ☐ ระบุภาระค่าใช้จ่ายของแต่ละฝ่าย ☐ จัดทำข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษร

หลังงาน (POST-EVENT CHECKLIST)

การติดตามผล (FOLLOW-UP)	การจัดลำดับลูกค้าเป้าหมาย	การจัดเก็บข้อมูลในระบบ	การสรุปผลการดำเนินงาน	หมายเหตุสำคัญ
☐ ส่งอีเมลติดตามภายใน 24-72 ชั่วโมง ☐ แบบเอกสารเสนอสินค้า ☐ แบบ Price List ☐ แบบ QR Code หรือช่องทางติดต่อเพิ่มเติม	☐ แยกกลุ่มลูกค้าเป็น Hot / Warm / Cold Lead ☐ กำหนดลำดับความสำคัญในการติดตามผล	☐ บันทึกข้อมูลลูกค้าลงในระบบ CRM หรือฐานข้อมูล ☐ จัดหมวดหมู่ตามประเทศและประเภทสินค้า	☐ สรุปสินค้าที่ได้รับ ☐ สรุปข้อผิดพลาด ☐ วิเคราะห์คู่แข่งและแนวโน้มตลาด	- รักษามารยาททางธุรกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น - ความตรงต่อเวลาเป็นสิ่งสำคัญ - ติดตามและอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาโอกาสทางธุรกิจ

ข้อควรจำ: การเตรียมตัวที่ดี ทำให้งานสำเร็จครึ่งหนึ่ง การติดตามผลที่มีประสิทธิภาพ คือการปิดดีล

3.2 บทบาทของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี (สคต.)

สคต. ณ กรุงนิวเดลี (Thai Trade Center, New Delhi) ทำหน้าที่สนับสนุน อำนวยความสะดวก และเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทยเข้าสู่ตลาดอินเดีย โดยขอบเขตการสนับสนุนมีดังนี้:

- ให้ข้อมูลภาพรวมตลาดอินเดีย ข้อมูลเศรษฐกิจ และแนวโน้มรายอุตสาหกรรม

- ให้ข้อมูลรายชื่อผู้นำเข้า หรือผู้จัดจำหน่ายรายสำคัญในอินเดียเบื้องต้น
- ประสานงานและจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching)
- ช่วยตรวจสอบข้อมูลสถานะเบื้องต้นของบริษัทคู่ค้าในอินเดีย (Preliminary Background Check) เพื่อลดความเสี่ยง

**หมายเหตุ: สดต. ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานและให้ข้อมูลอ้างอิงเท่านั้น ไม่สามารถเป็นผู้รับรองความน่าเชื่อถือหรือสถานะทางการเงินของบริษัทเอกชนอินเดียรายใดรายหนึ่งอย่างเป็นทางการ และไม่สามารถรับประกันผลลัพธ์เชิงพาณิชย์ของการเจรจาได้*

ส่วนที่ 4: ภาคผนวก (Appendix)

4.1 รายชื่อเบอร์ติดต่อและหน่วยงานที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน

หน่วยงาน / องค์กร	บทบาทหน้าที่และความช่วยเหลือ	หมายเลขติดต่อด่วน
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี (สคต.)	ประสานงานการค้า ข้อมูลตลาด ช่วยเหลือผู้ประกอบการไทย	+91 11 4326 8888
สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงนิวเดลี	งานกงสุล หนังสือเดินทาง สูญหาย ช่วยเหลือคนไทยในกรณีฉุกเฉินร้ายแรง	+91 11 2419 7156
Tourist Helpline (สายด่วนท่องเที่ยวทั่วอินเดีย)	ช่วยเหลือและให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตลอด 24 ชั่วโมง (หลายภาษา)	1363 หรือ 1800-111-363
ตำรวจฉุกเฉิน (Police)	ระงับเหตุ ทะเลาะวิวาท ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	112
รถพยาบาลฉุกเฉิน (Ambulance)	บริการรถพยาบาลและเจ้าหน้าที่กู้ชีพ เจ็บป่วยรุนแรงหรืออุบัติเหตุ	102
หน่วยดับเพลิง (Fire)	แจ้งเหตุเพลิงไหม้ คว้นไฟ หรือภัยพิบัติสาธารณะในพื้นที่	101

4.2 รายชื่อโรงพยาบาลแนะนำในกรณีฉุกเฉิน

- AIIMS New Delhi (All India Institute of Medical Sciences): ย่านเดลีตอนใต้ (South Delhi)
- Indraprastha Apollo Hospital: ย่านเดลีตอนใต้ (South Delhi)
- Max Super Speciality Hospital: ย่านซาเก็ต (Saket)
- Fortis Memorial Research Institute: เมืองกูรูग्रาม / ปริมณฑล (Gurugram)
- Medanta – The Medicity: เมืองกูรูग्रาม / ปริมณฑล (Gurugram)