

ข้อมูลตลาดสินค้าผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง

ชนิด	ข้อมูลด้าน Logistic	ลักษณะการกระจายสินค้า	การทำ Branding/Packaging	แนวทาง/กิจกรรมส่งเสริม
<p>1. สัดส่วนการนำเข้าผลไม้ไทยโดยประมาณ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มะขามหวาน ร้อยละ 50</li> <li>- เงาะ ลำไย ลิ้นจี่ ร้อยละ 30</li> <li>- มังคุด และอื่นๆ ร้อยละ 20</li> </ul> <p>2. ทูเรียนยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในตลาดอินเดีย และน่าจะแข่งขันกับผลไม้อื่นในตลาดได้ยากเนื่องจากมีราคาต่อหน่วยสูง</p> <p>3. คนอินเดียนิยมบริโภคมะม่วงท้องถิ่นของอินเดียเองซึ่งมีให้เลือกมากกว่า 10 สายพันธุ์ ไม่ปรากฏมะม่วงนำเข้าจำหน่ายในตลาด</p>	<p>1. ใช้ขนส่งทางอากาศจากประเทศไทย และขนส่งทางรถยนต์เพื่อกระจายสินค้าในประเทศอินเดีย</p> <p>2. ระยะเวลาที่ใช้ในการกระจายสินค้าจากผู้นำเข้าไปสู่ผู้บริโภคประมาณ 3-5 วัน</p> <p>3. ระบบพิธีการศุลกากรยังไม่ทันสมัย ค่าใช้จ่ายและไม่แน่นอน การขนส่งทางรถยนต์ไม่มีมาตรฐานที่ดีทำให้สินค้าเสียหายค่อนข้างมาก</p>	<p>1. ผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศจะมีจำหน่ายเฉพาะในเมืองใหญ่ที่มีท่าอากาศยานและบริเวณใกล้เคียงเท่านั้น</p> <p>2. ผลไม้นำเข้ารวมทั้งผลไม้ไทยจะมีจำหน่ายที่ตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ เท่านั้น ทั้งนี้ผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศที่พบได้ ได้แก่ แอปเปิ้ลและกีวี่จากนิวซีแลนด์ ผลไม้เมืองหนาว และผลไม้ไทยบางชนิด</p> <p>3. ผลไม้ท้องถิ่นของอินเดียเองมีจำหน่ายทั่วไป และมีปริมาณมากและหลากหลายตลอดทั้งปี</p>	<p>1. ไม่มีการทำ Branding ผลไม้สดอย่างชัดเจน ผลไม้นำเข้าและผลไม้ท้องถิ่นที่มีคุณภาพดี และมีราคาสูงกว่าผลไม้ทั่วไปจะถูกคัดเลือกไปวางจำหน่ายในไฮเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ</p> <p>2. ไม่มีการทำ Packaging ผลไม้สดเป็นพิเศษ นอกจากอาจจะมีการแพ็คใส่ถาดโฟมหรือกล่องกระดาษสำหรับผลไม้ในบางชนิด</p>	<p>1. การจัด In-store Promotion ร่วมกับสินค้าไทยอื่นๆ</p> <p>2. การแนะนำให้ร้านอาหารไทยสั่งซื้อผลไม้ไทยมาจัดเป็นเมนูพิเศษของร้านเพิ่มเติมจากผลไม้ท้องถิ่น</p> <p>3. มะขามหวานของไทยเป็นที่นิยมในตลาดอินเดีย เห็นควรแนะนำให้ผู้ส่งออกที่สนใจพิจารณาช่องทางการส่งออกผลไม้แห้งและผลไม้แปรรูปน่าจะมีโอกาสที่ดีกว่าในตลาดอินเดีย เนื่องจากคนอินเดียนิยมรับประทานขนมขบเคี้ยว และมีความทนทานในการขนส่งมากกว่าผลไม้สด</p>

ข้อมูลตลาดสินค้าผลไม้กระป๋องและแปรรูป

ชนิด	ข้อมูลด้าน Logistic	ลักษณะการกระจายสินค้า	การทำ Branding/Packaging	แนวทาง/กิจกรรมส่งเสริม
1. สับปะรดกระป๋อง (แบบสไลด์)	1. ใช้การขนส่งทางเรือ จาก ประเทศไทยมาอินเดียระยะเวลา ประมาณ 45-60 วัน ทำเรือขนส่ง สินค้าที่สำคัญอยู่ที่เมืองมุมไบ และเมืองเจนไน	1. สินค้านำเข้ามีจำหน่ายเฉพาะ ที่ตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ ไฮเปอร์ มาร์เก็ต และซูเปอร์มาร์เก็ตของ ห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ เท่านั้น	1. อาหารกระป๋องรวมทั้งผลไม้ กระป๋องที่นำเข้าจากต่างประเทศ จะถูกนำมาวางจำหน่ายในตรา สินค้าของตัวเองเป็นส่วนใหญ่ ไม่ค่อยมีการทำ Branding ใน ตลาดอินเดียเพิ่มเติม	1. การจัด In-store Promotion ร่วมไปกับสินค้าไทยอื่นๆ
2. เงาะกระป๋อง	2. ขั้นตอนการผ่านพิธีการทาง ศุลกากรใช้เวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์ (บางครั้งอาจนานถึง 1 เดือน)	2. ผู้บริโภคทั่วไปนิยมซื้อสินค้า อู๊ปโภคบริโภคจากตลาดและ ร้านขายปลีกท้องถิ่น (โชห่วย) เฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ขึ้นไปจึงจะซื้อสินค้าจาก ห้างสรรพสินค้า	2. การ Packaging สินค้าอาหาร กระป๋องและอาหารสำเร็จรูป ในอินเดียส่วนใหญ่จะเป็นแบบ พื้นฐาน ไม่มีการออกแบบ มากมายนัก โดยเฉพาะหากเป็น สินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นจริงๆ การ Packaging จะดูไม่ค่อยได้ มาตรฐานนัก	2. การแนะนำให้ร้านอาหารไทย นำผลไม้กระป๋องไทย อาทิ เงาะ ลำไย ลิ้นจี่ มาเพิ่มเติมในรายการ อาหารของทางร้าน
3. มะขามแก้ว	3. ใช้การขนส่งทางรถยนต์ใน การกระจายสินค้าจากผู้นำเข้า ไปยังผู้บริโภค ใช้เวลาประมาณ 3-5 วัน			3. คนอินเดียมีทัศนคติไม่ค่อยดี เกี่ยวกับผลไม้กระป๋องในเรื่อง ของคุณภาพว่าเป็นผลไม้คุณภาพ ต่ำกว่าผลไม้สด และกังวลว่า อาจมีสารเคมีตกค้าง
4. ทูเรียนทอดกรอบ/อบกรอบ				4. ผลไม้แห้งและผลไม้แปรรูป น่าจะมีโอกาสที่ดีกว่าในตลาด อินเดีย เนื่องจากคนอินเดียนิยม รับประทานขนมขบเคี้ยว