

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์ศักยภาพทางการค้าและแนวทางการเพิ่มโอกาสของอุตสาหกรรมการส่งออกอาหารแปรรูปจากผักและผลไม้ของไทยในตลาดประเทศอินเดีย เป็นโครงการวิจัยเพื่อศึกษาระบบและกลไกการส่งออก โครงสร้างตลาด สภาพการแข่งขัน มาตรการทางการค้า กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก-นำเข้า ระบบการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของการส่งออกอาหารแปรรูปจากผักและผลไม้แปรรูปของไทยไปยังตลาดอินเดีย รวมไปถึงการศึกษาโครงสร้างตลาด พฤติกรรมการจัดซื้อ/การบริโภคของชาวอินเดีย การวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจของการส่งออกอาหารแปรรูปของไทย และการวิเคราะห์เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการส่งออกอาหารแปรรูป โดยใช้วิธีการและแนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs การวิเคราะห์การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ และการศึกษาลิทธิพันธ์ที่มีศักยภาพในอนาคต ซึ่งในส่วนของผู้ประกอบการ SMEs ภาคอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจากผักและผลไม้ของไทย (Supply Side) ใช้วิธีการสัมภาษณ์และแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยพบว่า กลยุทธ์เด่นที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ คือการให้ความสำคัญกับบรรจภัณฑ์และภาพลักษณ์ของสินค้า และปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการรายเล็กส่วนใหญ่ คือการปรับปรุงพัฒนาจากคำติชมของลูกค้า ในขณะที่ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางส่วนใหญ่ คือคุณภาพและการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย จากแบบสอบถามพบว่า ผู้ประกอบการกว่าร้อยละ 81 มีความสนใจส่งออกไปยังตลาดอินเดีย โดยมีความต้องการส่งออกทั้งแบบแบรนด์ของตัวเอง และแบบรับจ้างผลิต (OEM) เพื่อส่งออก โดยการส่งออกด้วยตัวเอง และโดยการส่งออกผ่านผู้ส่งออกไทย/Broker ชาวอินเดีย ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจตลาดประเทศอินเดียและนำสินค้าไปทดลองตลาด (Demand Side) พบว่า สินค้าแปรรูปจากลำไยเป็นสินค้าชนิดใหม่ที่ยังไม่มีมีการเข้าสู่ตลาดอินเดีย จึงต้องการการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ชาวอินเดียรู้จักมากขึ้น สำหรับมะพร้าวนั้น อินเดียมีผลผลิตมะพร้าวสดจำนวนมากแต่ยังไม่มีมีการแปรรูปในลักษณะอาหารทานเล่น มะพร้าวแปรรูปของไทยจึงสามารถตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคในตลาดระดับบน สำหรับมะขามแปรรูป พบว่า ชาวอินเดียมีความคุ้นเคยกับมะขามอยู่แล้ว มะขามแปรรูปของไทยจึงเป็นสินค้าที่ชาวอินเดียให้ความสนใจ โดยเฉพาะลูกอมมะขามที่สามารถเคี้ยวได้ (Chewy) ในขณะที่ผักแปรรูปอย่างข้าวโพดหวานแช่แข็งและถั่วลันเตาแช่แข็งมีขายทั่วไปใน Supermarket ของอินเดีย และมีราคาถูกมาก ผักแปรรูปของไทยจึงเสียเปรียบด้านการแข่งขันทางราคาอยู่มาก โดยสำหรับตลาดที่มีศักยภาพสำหรับการส่งออกและจำหน่ายผลไม้แปรรูปจากไทย ได้แก่ ตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ตลาดค้าส่ง และตลาด Niche Market

Abstract

The Analysis of Trade Performance and Business Opportunities Enhancement of Thai Processed Vegetable and Fruit Export into India Market is the project that aims to study and analyze logistics and supply chain management of Thai processed vegetables and fruits in India market in order to enhance the business opportunities of Thai small to medium-sized enterprises (SMEs) and develop export level of Thai processed vegetables and fruits to India market. The research's idea bases on some crucial concepts and tools such as Analysis of the potential of SMEs, Supply Chain management and Logistics analysis, deep interview, and questionnaires. The results of the study show some remarkable aspects for both supply side (Thai processed vegetable and fruit producers) and demand side (India market). As for supply side result, Thai small to medium-sized enterprises (SMEs) apply the packaging-and-appearance strategy as the most outstanding strategy. On the one hand, the most important key success factor in business of small-sized enterprises is product improvement from customer's feedbacks. On the other hand, quality and easy fund-access are key success factors for medium-sized enterprise. The SMEs around 81 percent want to expand their market to India by both self-exporting and exporting through Thai exporter or Indian broker. As for demand side, a research team took a field research in India and brought some examples of Thai processed fruit products, such as dried longan, coconut crispy chip, and tamarind candy to test a consumer behavior. The study reveals that processed longan products like dried longan and freeze-dried longan are brand-new products for Indian consumers which need to be more advertised among Indian customers. Thai processed coconut and tamarind seem to be more popular comparing to processed longan, the former could positioned in premium market and the latter could get along with all market segments as a tamarind chewy candy. Conversely, Thai processed vegetables like freeze sweet corn and freeze green bean could not compete with the India local products due to their higher price. As for India market, modern trade, wholesale market, and niche market are potential markets for selling and distributing Thai processed fruits.