Executive Summary

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป (Food Processing Industry) ของอินเดียกำลังก้าวขึ้นเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจยุทธศาสตร์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของประเทศ ภายใต้บริบทที่อินเดียมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับต้นๆ ของโลก ประชากรมากกว่า 1.4 พันล้านคน และกำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่สังคมเมืองอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ความต้องการบริโภคอาหารที่มีความสะดวก ปลอดภัย และมีมูลค่าเพิ่มสูง เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของอินเดียมีมูลค่าประมาณ 354.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 535 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปีงบประมาณ 2568–2569 ก่อนขยายตัวสู่ระดับ 700 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2573 และคาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 1.1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2578 สะท้อนถึงศักยภาพการเติบโตระยะยาวของตลาดที่ได้รับแรงสนับสนุนจากกำลังซื้อของชนชั้นกลาง การขยายตัวของเมือง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิต และการพัฒนาช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ทั่วประเทศ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อินเดียมีความโดดเด่นในฐานะศูนย์กลางอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป คือ ความแข็งแกร่งของภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็นฐานวัตถุดิบขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก อินเดียเป็นผู้ผลิตนมและเครื่องเทศรายใหญ่ที่สุดของโลก และเป็นผู้ผลิตชั้นนำในกลุ่มผลไม้ ผัก สัตว์ปีก เนื้อสัตว์ และอาหารทะเล ความหลากหลายของสภาพภูมิอากาศและทรัพยากรทางการเกษตรส่งผลให้อินเดียสามารถผลิตวัตถุดิบได้ตลอดทั้งปี รวมถึงทำให้อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารมีต้นทุนวัตถุดิบที่แข่งขันได้เมื่อเทียบกับหลายประเทศ ขณะเดียวกัน อุปสงค์การบริโภคอาหารภายในประเทศที่คาดว่าจะมีมูลค่ารวมสูงถึง 1.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2568–69 ยังเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ทำให้อินเดียเป็นทั้งฐานการผลิตและตลาดปลายทางที่มีศักยภาพสูงอีกด้วย

ทั้งนี้ อีกหนึ่งปัจจัยที่ผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรม ได้แก่ การสนับสนุนเชิงนโยบายของรัฐบาลอินเดียที่ดำเนินอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม โดยรัฐบาลได้กำหนดให้อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจเป้าหมายผ่านมาตรการสำคัญ อาทิ โครงการ Pradhan Mantri Kisan SAMPADA Yojana (PMKSY) ที่มุ่งยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านการแปรรูปอาหาร ลดการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว และเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่เกษตรกรจนถึงตลาดปลายทาง รวมถึงการเปิดให้มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ร้อยละ 100 ภายใต้ระบบ Automatic Route ซึ่งช่วยดึงดูดเม็ดเงินลงทุนจากต่างประเทศเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ โครงการ Production Linked Incentive Scheme for Food Processing Industries (PLISFPI) ยังเป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นการลงทุน โดยมีการอนุมัติโครงการแล้วกว่า 170 โครงการ ส่งผลให้เกิดกำลังการผลิตเพิ่มเติมกว่า 3.4 ล้านตันต่อปี สร้างการจ้างงานกว่า 339,000 ตำแหน่ง และผลักดันการส่งออกอาหารแปรรูปของอินเดียให้เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 13.23 ต่อปีในช่วงที่ผ่านมา

ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน อินเดียกำลังเร่งลงทุนในระบบห่วงโซ่ความเย็น (Cold Chain Infrastructure) ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปยุคใหม่ ปัจจุบันมีโครงการ Cold Chain ที่ได้รับอนุมัติแล้วประมาณ 400 โครงการ มีโรงเก็บรักษาสินค้าเย็นรวมกว่า 1.03 ล้านตันเมตริก และรถขนส่งควบคุมอุณหภูมิกว่า 1,800 คัน อย่างไรก็ตาม การสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยวยังคงอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มผักและผลไม้ที่มีอัตราการสูญเสียประมาณร้อยละ 15–20 ของผลผลิตทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าการลงทุนด้านห้องเย็น เทคโนโลยีแช่แข็ง และระบบโลจิสติกส์ควบคุมอุณหภูมิยังมีช่องว่างให้พัฒนาอีกมาก ขณะเดียวกัน รัฐบาลยังได้พัฒนา Mega Food Parks จำนวน 24 แห่งทั่วประเทศ และตั้งเป้าขยายเป็น 42 แห่ง เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้แปรรูป และผู้ค้าปลีก ลดต้นทุนโลจิสติกส์ และเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานอาหารทั้งระบบ

เมื่อพิจารณาในระดับอุตสาหกรรมย่อย พบว่า กลุ่มผลไม้และผักแปรรูปเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงที่สุดกลุ่มหนึ่ง เนื่องจากอินเดียมีผลผลิตพืชสวนมากกว่า 367 ล้านตันต่อปี แต่มีอัตราการแปรรูปผลไม้เพียงร้อยละ 4.5 และผักเพียงร้อยละ 2.7 เท่านั้น ซึ่งต่ำกว่าผู้ส่งออกอาหารหลักจากหลายประเทศเป็นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยวในระดับสูงถึงร้อยละ 35–40 ของผลผลิตทั้งหมด สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงโอกาสมหาศาลสำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีการแปรรูป การถนอมอาหาร และระบบห่วงโซ่ความเย็น โดยเฉพาะเทคโนโลยี Individual Quick Freezing (IQF) บรรจุภัณฑ์แบบ Modified Atmosphere Packaging (MAP) และการผลิตวัตถุดิบอาหารกึ่งสำเร็จรูปสำหรับภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

นอกจากนี้ กลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat: RTE) อาหารพร้อมปรุง (Ready-to-Cook: RTC) อาหารบรรจุภัณฑ์ และอาหารเพื่อสุขภาพ กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตเมือง เทคโนโลยีการแปรรูปสมัยใหม่ อาทิ Retort Processing, High Pressure Processing (HPP), Spray Drying, Freeze Drying และ Aseptic Processing ถูกนำมาใช้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ขณะเดียวกัน แนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารจากพืช (Plant-Based Food) อาหารฟังก์ชัน (Functional Food) และผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ขยายตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ยของตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคเมืองและชนชั้นกลางรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มกำลังซื้อสำคัญของอินเดียในอนาคต

สำหรับประเทศไทย การเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอินเดียถือเป็นโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ทั้งในมิติการส่งออกสินค้า การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการลงทุนร่วม โดยผู้ประกอบการไทยมีจุดแข็งในด้านเทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร ระบบห่วงโซ่ความเย็น มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับช่องว่างที่ยังมีอยู่ในตลาดอินเดีย โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้า Frozen Pulp, Fruit Puree, IQF Fruits & Vegetables, Ready-to-Eat Foods, Functional Foods และผลิตภัณฑ์ประมงแปรรูป นอกจากนี้ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นในอินเดียอย่างต่อเนื่อง การเข้าไปเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการที่ได้รับสิทธิประโยชน์ภายใต้โครงการ PLI หรือการจัดตั้งฐานการผลิตใน Mega Food Parks พร้อมทั้งใช้ประโยชน์จากสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนและเครือข่ายการกระจายสินค้าภายในประเทศ โดยคำนึงถึงการปฏิบัติตามกฎระเบียบของอินเดียด้านการนำเข้า มาตรฐานความปลอดภัยอาหารและการปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงาน Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) กรมการค้าต่างประเทศ Directorate General of Foreign Trade (DGFT) และ Central Board of Indirect Taxes and Customs (CBIC) จะช่วยลดอุปสรรคและช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าถึงตลาดอินเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของอินเดียอยู่ในช่วงขยายตัวอย่างรวดเร็วภายใต้แรงสนับสนุนจากอุปสงค์ภายในประเทศ การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และนโยบายภาครัฐที่เอื้อต่อการลงทุนและการส่งออก แม้อินเดียจะมีความได้เปรียบด้านวัตถุดิบและขนาดตลาด แต่ยังมีช่องว่างสำคัญในด้านเทคโนโลยีการแปรรูป การบริหารจัดการห่วงโซ่ความเย็น และการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าไปมีบทบาทได้อย่างชัดเจน ดังนั้น การกำหนดให้อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของอินเดียเป็นหนึ่งในตลาดยุทธศาสตร์สำคัญของไทยในระยะ 5–10 ปีข้างหน้า จะเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจอินเดีย และช่วยสร้างโอกาสใหม่ให้แก่ภาคเกษตร อาหาร และอุตสาหกรรมแปรรูปของไทยในระยะยาวต่อไป

สคต.มุมไบ
สิงหาคม 2569

1. บทนำ: ภาคอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในสาธารณรัฐอินเดีย

1.1 ภูมิทัศน์อุตสาหกรรม

อินเดียเป็นเศรษฐกิจขนาดใหญ่อันดับสี่ของโลก (รองจากสหรัฐอเมริกา จีน และเยอรมนี) และมีแนวโน้มที่จะเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเร็วที่สุดในกลุ่มประเทศสมาชิก G20 โดยคาดว่าอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จะอยู่ที่ร้อยละ 6.9 ในปีงบประมาณ 2569 ภายใต้การเติบโตดังกล่าว อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารได้ก้าวขึ้นมาเป็นภาคส่วนสำคัญที่มีบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยได้รับแรงสนับสนุนจากนโยบายเชิงรุกของกระทรวงอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (Ministry of Food Processing Industries: MoFPI) ภาคส่วนนี้มีบทบาทสำคัญต่อ GDP การสร้างงาน และการลงทุนภาคอุตสาหกรรม โดยในปี 2567 มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 8.80 และ 8.39 ของมูลค่าเพิ่มรวม (Gross Value Added: GVA) ในภาคการผลิตและภาคเกษตรกรรมตามลำดับ อีกทั้งยังมีส่วนสนับสนุนการส่งออกร้อยละ 13 ของประเทศ และคิดเป็นร้อยละ 6 ของการลงทุนอุตสาหกรรมโดยรวม ทั้งนี้ ในเชิงมูลค่าเพิ่ม Gross Value Added (GVA) จากอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารเพิ่มขึ้นจาก 1.61 แสนล้านรูปี (1.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในปี 2558/2559 เป็น 1.92 แสนล้านรูปี (2.29 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในปี 2565/2566 ตามข้อมูลของกระทรวงสถิติ Ministry of Statistics and Programme Implementation (MoSPI)

อินเดียมีความได้เปรียบจากความหลากหลายของสภาพภูมิอากาศทางการเกษตร ซึ่งเอื้อต่อการเป็นแหล่งวัตถุดิบที่เข้มแข็งและยั่งยืน โดยประเทศได้ก้าวขึ้นเป็นผู้นำระดับโลกด้านการผลิตน้ำนม คิดเป็นประมาณร้อยละ 25 ของผลผลิตโลกในปี 2566/2567 นอกจากนี้ อินเดียยังอยู่ในอันดับที่สองของโลกในการผลิตผัก ผลไม้ และไข่ (รองจากจีน) และอยู่ในอันดับที่สี่ในการผลิตเนื้อสัตว์ (รองจากจีน USA บราซิล) รวมทั้งยังเป็นผู้ผลิตเครื่องเทศรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีปริมาณการผลิต 11.80 ล้านตันในปีงบประมาณ 2567 ตามข้อมูลของคณะกรรมการเครื่องเทศอินเดีย (Ministry of Commerce & Industry / Spices Board,2024)

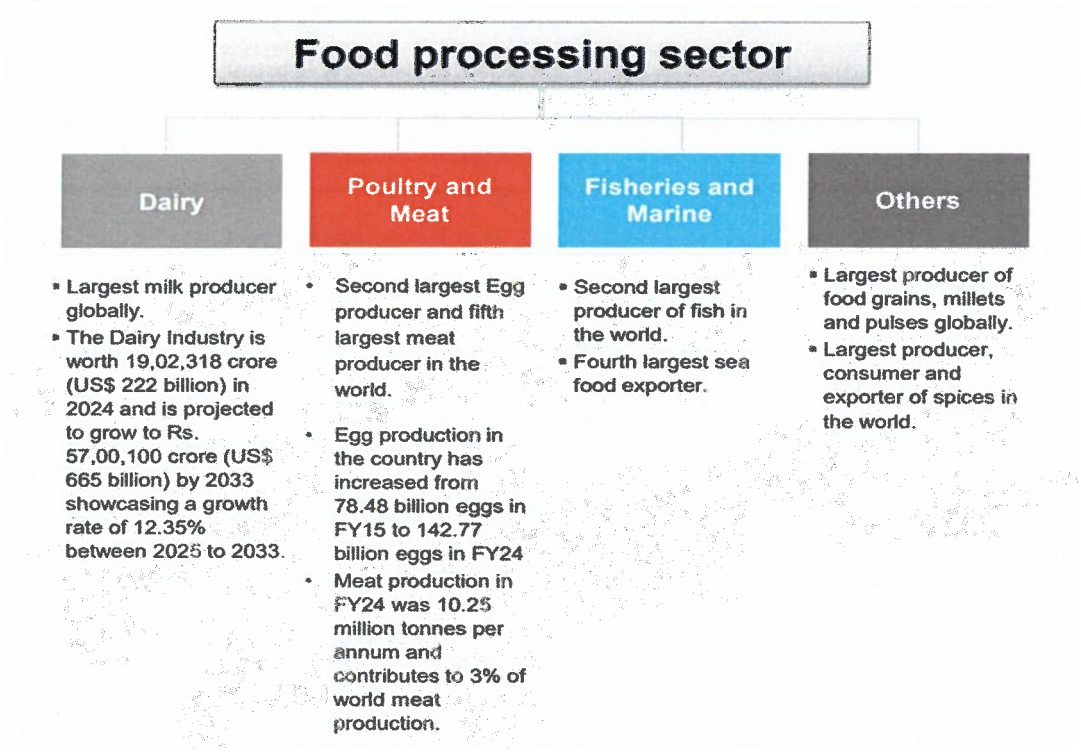
ตลาดอาหารและของชำของอินเดียมีขนาดใหญ่เป็นอันดับหกของโลก โดยภาคค้าปลีกมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 70 ของยอดขายทั้งหมด ขณะที่อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารมีสัดส่วนร้อยละ 32 ส่งผลให้เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศ และอยู่ในอันดับที่ห้าของโลกในด้านการผลิต การบริโภค การส่งออก และแนวโน้มการเติบโต

การมีภาคอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารที่เข้มแข็งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการรับมือกับความท้าทายด้านความมั่นคงทางอาหารและโภชนาการของอินเดีย อาหารแปรรูปช่วยยืดอายุการเก็บรักษา เพิ่มความสะดวกในการบริโภค สนับสนุนการกระจายสินค้าไปยังพื้นที่ห่างไกล และเพิ่มการเข้าถึงของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกัน ยังช่วยให้เกษตรกรสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตและเข้าถึงตลาดได้กว้างขึ้น ก่อให้เกิดผลคูณทางเศรษฐกิจ (multiplier effect) อย่างมีนัยสำคัญในระบบเศรษฐกิจโดยรวม

อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารยังคงเป็นภาคส่วนสำคัญที่มีบทบาทอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของอินเดีย ซึ่งภาคส่วนดังกล่าวยังมีส่วนสำคัญต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ผลผลิตภาคอุตสาหกรรม และการจ้างงาน โดยอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารคิดเป็น 12.41% ของการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมที่มีการ

จัดการอย่างเป็นระบบ (organized manufacturing sector) ตามรายงาน Annual Survey of Industries (ASI) ปี 2022-23 โดยมีจำนวนการจ้างงานทั้งสิ้น 2.07 ล้านตำแหน่ง อย่างไรก็ตาม หากรวมการจ้างงานทั้งในและนอกระบบตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตัวเลขอาจเพิ่มสูงถึงกว่า 7 ล้านตำแหน่ง ตามรายงานของ Deloitte-FICCI ในปี 2024

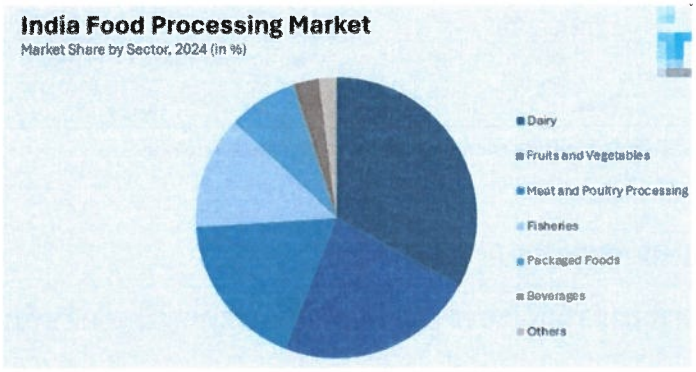
ทั้งนี้ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารถือเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น (labour-intensive) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการจ้างงาน โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทและกึ่งเมือง อันมีส่วนช่วยยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานรากของประเทศอย่างมีนัยสำคัญ

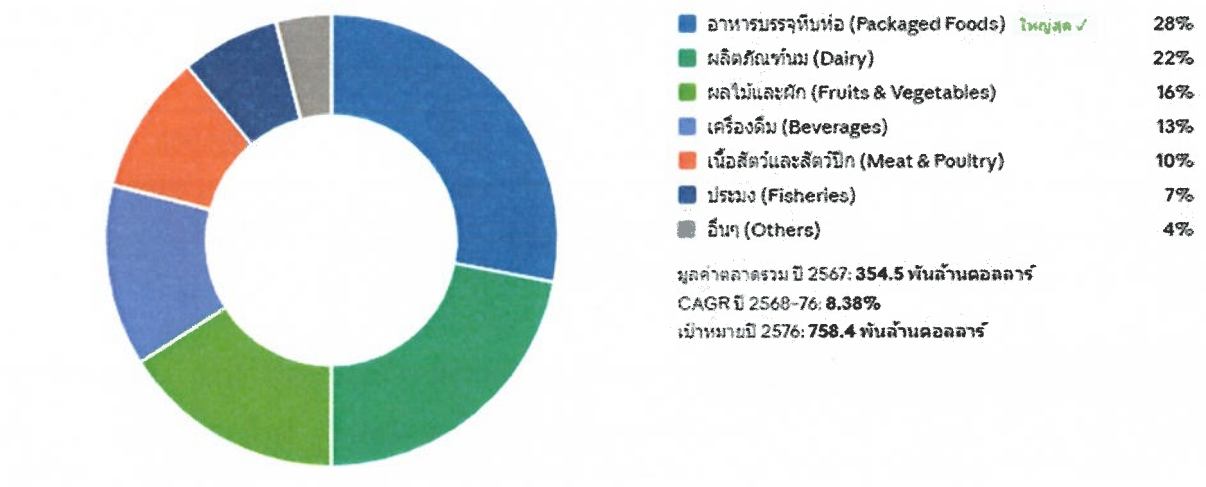


ที่มา: Ministry of Food Processing Industries (MoFPI), PIB, IMARC, Ministry of fisheries, animal husbandry and dairying

ภาคเกษตรและอาหารของอินเดียมีความหลากหลายและมีศักยภาพสูงในระดับโลก โดยอินเดียเป็นผู้ผลิตนมรายใหญ่ที่สุดของโลก ซึ่งมีมูลค่าตลาดประมาณ 222 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และคาดว่าจะขยายตัวสู่ 665 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2576 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 12.35 ต่อปี ขณะเดียวกัน ภาคสัตว์ปีกและเนื้อสัตว์มีบทบาทสำคัญ โดยอินเดียเป็นผู้ผลิตไข่อันดับสองของโลก ด้วยปริมาณ 142.77 พันล้านฟองในปี 2567 และเป็นผู้ผลิตเนื้อสัตว์อันดับที่สี่ของโลก ด้วยปริมาณ 10.5 ล้านตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 3 ของผลผลิตโลก ในด้านประมง อินเดียเป็นผู้ผลิตปลารายใหญ่อันดับสองของโลก และเป็นผู้ส่งออกอาหารทะเลอันดับที่สี่ของโลก นอกจากนี้ อินเดียยังเป็นผู้ผลิตรายสำคัญของสินค้าเกษตรอื่น ๆ โดยเฉพาะธัญพืช ข้าวฟ่าง และพืชตระกูลถั่ว รวมถึงเป็นผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ส่งออกเครื่องเทศรายสำคัญของโลก สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทานเกษตรและอาหารของประเทศในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ

การจำแนกประเภทของอุตสาหกรรม



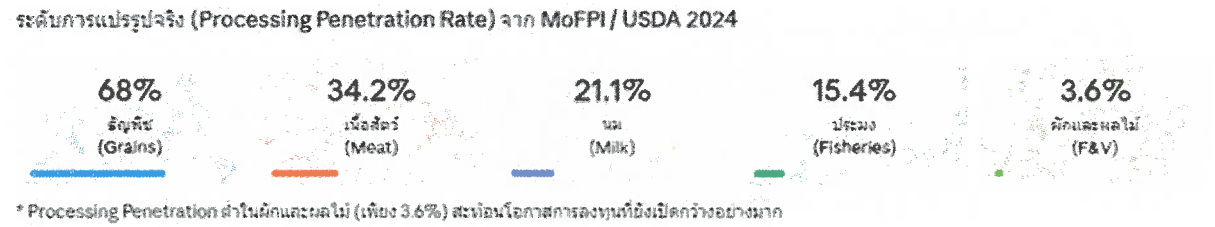


ที่มา: IMARC, 2026

ตลาดอินเดียสามารถจำแนกประเภทอุตสาหกรรม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม ผลไม้และผัก การแปรรูปเนื้อสัตว์และสัตว์ปีก ประมง อาหารบรรจุภัณฑ์ เครื่องดื่ม และอื่นๆ โดยพบว่า กลุ่มอาหารบรรจุภัณฑ์มีสัดส่วนมากที่สุดของตลาด

การเพิ่มขึ้นของความตระหนักด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค ส่งผลให้ความต้องการอาหารบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการแปรรูปน้อยและมีคุณค่าสูงทางโภชนาการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เทคโนโลยีการแปรรูปอาหารเอื้อให้ผู้ผลิตสามารถเสริมส่วนผสมเชิงหน้าที่ (functional ingredients) เพิ่มสารอาหารที่จำเป็น และลดองค์ประกอบที่ไม่พึงประสงค์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ

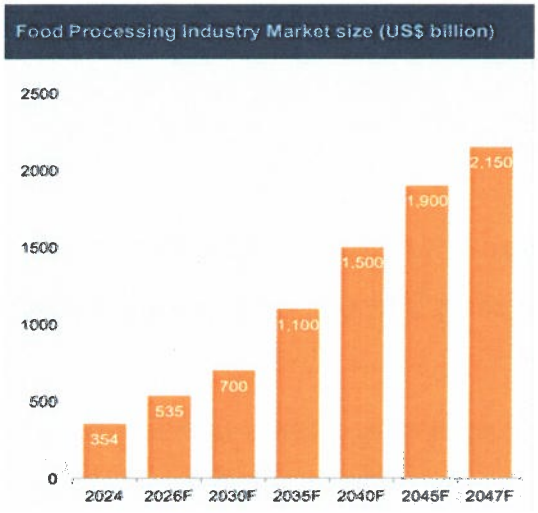
ขณะเดียวกัน การขยายตัวของเมืองและวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้ความต้องการอาหารที่สะดวกและพร้อมบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยการแปรรูปอาหารช่วยให้สามารถผลิตอาหารพร้อมรับประทาน (RTE) ผลไม้และผักตัดแต่ง รวมถึงสินค้า convenience อื่น ๆ ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มีข้อจำกัดด้านเวลา นอกจากนี้ กระบวนการแปรรูปยังช่วยยืดอายุการเก็บรักษา ลดการสูญเสียอาหาร และสร้างความมั่นคงด้านอุปทาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการขยายตัวของตลาดในระยะยาว



ขนาดตลาดของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารอินเดีย

- ปี 2567 ตลาดอาหารและของชำของอินเดียมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่หกของโลก โดยภาคค้าปลีกมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 70 ของยอดขายทั้งหมด ขณะที่อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 32 ของตลาดอาหารรวมของประเทศ นับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของอินเดีย และอยู่ในอันดับที่ห้าของโลกในด้านการผลิต การบริโภค การส่งออก และแนวโน้มการเติบโต

US$ 354.5B	**US$ 535B**	**US$ 700B**	**US$ 2,150B**
มูลค่าตลาด ปี 2024	คาดการณ์ สิ้นปี FY26	คาดการณ์ ปี 2030	เป้าหมาย Viksit Bharat 2047

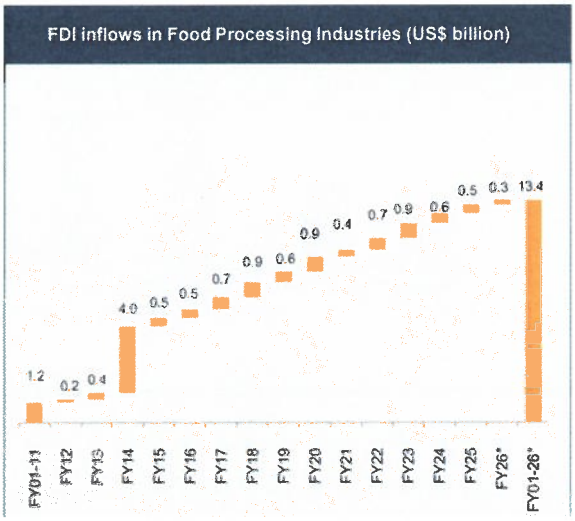


- ขนาดตลาดอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียมีมูลค่า **354.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2567** และคาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น **535 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในสิ้นปี 2569**
- มูลค่าเพิ่มรวม (Gross Value Added: GVA) ในภาคอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียเพิ่มขึ้นจาก 24.43 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2558/2559 เป็น 24.60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2565/2566 ทั้งนี้ รัฐบาลอินเดียมีเป้าหมายในการพัฒนาประเทศสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้วภายในปี 2590 โดยกำหนดเป้าหมาย GVA ของภาคส่วนดังกล่าวไว้ที่ 84.24 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 10.4
- ในระยะยาว อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 700 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2573 และเพิ่มขึ้นเป็น 1,100 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2578 และ 1,500 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2583 ตามการประเมินของ PHD Chamber of Commerce and Industry

- ปีงบประมาณ 2568 (เมษายน–ธันวาคม 2567) มีจำนวนโครงการโซ่ความเย็นแบบครบวงจรรวม 394 โครงการ โดยดำเนินการแล้วเสร็จ 286 โครงการ และอยู่ระหว่างดำเนินการอีก 108 โครงการ คาดว่าจะก่อให้เกิดกำลังการจัดเก็บและแปรรูปที่สำคัญ ได้แก่ ความจุห้องเย็นรวม 10.06 แสนเมตริกตัน กำลังการแช่แข็งแบบรวดเร็ว (Individual Quick Freezing: IQF) 331 เมตริกตันต่อชั่วโมง และกำลังการแปรรูป/จัดเก็บน้ำนม 190.98 ล้านลิตรต่อวัน รวมถึงยานพาหนะห้องเย็นจำนวน 1,918 คัน
- ในด้านการผลิตน้ำนม อินเดียยังคงขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 63.56 ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จาก 146.3 ล้านตันในปีงบประมาณ 2558 เป็น 239.2 ล้านตันในปีงบประมาณ 2567 และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.7 ต่อปี นอกจากนี้ การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของภาครัฐ และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจชนบท ยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ผลักดันให้อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียเติบโตในทิศทางเชิงบวกอย่างต่อเนื่อง

มูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ที่ไหลเข้าสู่อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

กราฟแสดงให้เห็นถึงเม็ดเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI Inflow) ในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมียอดสะสมตั้งแต่ปี FY01 จนถึงกลางปี FY26 รวมทั้งสิ้น 13.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจุดเปลี่ยนสำคัญเกิดขึ้นในปี FY14 ที่มีเงินทุนกระโดดสูงถึง 4.0 พันล้านดอลลาร์ และหลังจากนั้นเงินลงทุนรายปีทรงตัวอยู่ในช่วง 0.4 - 0.9 พันล้านดอลลาร์ สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในช่วงปี FY22-FY25 ที่มีการขยายตัวชัดเจนจากการสนับสนุนของนโยบายภาครัฐ ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้กลายเป็นเป้าหมายหลักในการสร้างฐานการผลิตและส่งออกระดับโลกของอินเดีย



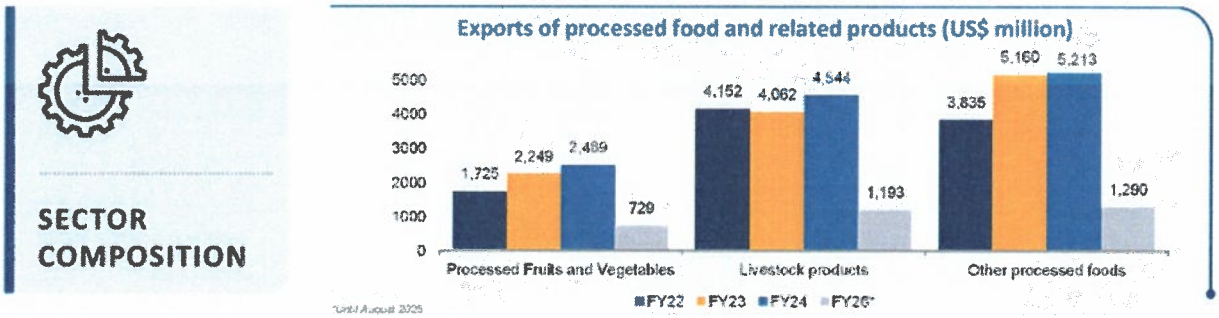
(หน่วย: พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ที่มา: Ministry of Food Processing Industries (MoFPI), PIB, News articles, DPIIT

- ภายใต้โครงการ Pradhan Mantri Kisan SAMPADA Yojana (PMKSY) ณ เดือนมิถุนายน 2568 ได้มีการอนุมัติโครงการด้านการแปรรูปและถนอมอาหารจำนวน **1,601 โครงการ** โดยดำเนินการแล้วเสร็จ **1,133 โครงการ** และก่อให้เกิดประโยชน์แก่เกษตรกรประมาณ **3.415 ล้านราย**ทั่วประเทศ

- ขณะเดียวกัน Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority ได้ดำเนินโครงการ BHARATI Initiative เพื่อส่งเสริมสตาร์ทอัพด้านเกษตรและอาหารจำนวน 100 ราย โดยมุ่งยกระดับนวัตกรรมและความพร้อมด้านการส่งออก เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารมูลค่า 50 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2573
- นอกจากนี้ โครงการ Production Linked Incentive Scheme for Food Processing Industry ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2564 ยังคงเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการลงทุน โดย ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2567 มีการอนุมัติ **171 โครงการ** และเกิดการลงทุนรวมประมาณ **1.03 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ** พร้อมการจ่ายเงินสนับสนุนแล้วประมาณ **125.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ** เพื่อกระตุ้นการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารอินเดียในตลาดโลก
- ในเดือนกรกฎาคม 2568 คณะรัฐมนตรีอินเดียได้อนุมัติงบประมาณเพิ่มเติมภายใต้โครงการ Pradhan Mantri Kisan SAMPADA Yojana (PMKSY) จำนวน 219 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่งผลให้วงเงินงบประมาณรวมของโครงการเพิ่มขึ้นเป็น 745 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับรอบของคณะกรรมาธิการการคลังชุดที่ 15 ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการถึงวันที่ 31 มีนาคม 2569 ทั้งนี้ การอนุมัติดังกล่าวครอบคลุมงบประมาณจำนวน 114 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการจัดตั้งหน่วยฉายรังสีอาหารแบบหลายผลิตภัณฑ์ (Multi-Product Food Irradiation Units) จำนวน 50 แห่ง ภายใต้องค์ประกอบโครงสร้างพื้นฐานโซ่ความเย็นและการเพิ่มมูลค่า (Integrated Cold Chain and Value Addition Infrastructure: ICCVAI) เพื่อยกระดับศักยภาพด้านการเก็บรักษาและความปลอดภัยของอาหารในห่วงโซ่อุปทานของประเทศ

มูลค่าการส่งออกอาหารแปรรูปและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องของอินเดีย (รายภาคส่วน)



ที่มา: Agricultural & Processed Food Products Export Development Authority (APEDA)

จากข้อมูลกราฟแสดงให้เห็นว่า อินเดียส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปที่สำคัญหลากหลายประเภท อาทิ พืชตระกูลถั่ว ผักและผลไม้แปรรูป น้ำผลไม้ ถั่วลิสง กัวร์กัม ผลิตภัณฑ์จากธัญพืช เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกากน้ำมันพืช เป็นต้น ในปีงบประมาณ 2569 (เมษายน–สิงหาคม 2568) การส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปของอินเดียมีมูลค่าที่สำคัญ ได้แก่ การส่งออกผลไม้และผักแปรรูปมูลค่า 729 ล้านดอลลาร์สหรัฐ การส่งออกผลิตภัณฑ์จากสัตว์มูลค่า 1,193 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการส่งออกอาหารแปรรูปอื่น ๆ มูลค่า 1,290 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ในปีงบประมาณ 2569 (เมษายน–สิงหาคม 2568) มูลค่าการส่งออกรวมของสินค้าเกษตรและอาหารของอินเดีย ได้แก่ ไม้ดอก ผลไม้และผักสด ผลไม้และผักแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ อาหารแปรรูปอื่น ๆ ธัญพืช เม็ดมะม่วงหิมพานต์ และพืชสมุนไพร มีมูลค่า **6,899 ล้านดอลลาร์สหรัฐ**

ขณะเดียวกัน โครงการ Production Linked Incentive Scheme for Food Processing Industry ได้อนุมัติคำขอจำนวน **170 โครงการ** ณ เดือนกันยายน 2568 ส่งผลให้กำลังการแปรรูปอาหารเพิ่มขึ้น **35 แสนเมตริกตันต่อปี** และก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมประมาณ **339,000 ตำแหน่ง** อีกทั้งยังมีส่วนช่วยผลักดันการส่งออกอาหารแปรรูปให้เติบโตเฉลี่ย **ร้อยละ 13.23 ต่อปี** นับตั้งแต่ปี 2562/2563 เป็นต้นมา

2. พลวัตและปัจจัยขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรม

ตลอดระยะเวลากว่าสองทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้น การพัฒนาโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น

2.1 ปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารในอินเดีย

ปัจจัยด้านอุปทาน (Supply-side)

ผู้นำด้านเครื่องเทศและพืชผัก

อินเดียครองอันดับ 1 ในการผลิตเครื่องเทศระดับโลก และอันดับ 2 ในการผลิตผลไม้และผัก โดยผลผลิตรวมอยู่ที่ราว 320 ล้านตันต่อปี (2023–24) มีความหลากหลายทางเกษตรกรรมสูงเนื่องจากความแตกต่างของระบบนิเวศน์และภูมิอากาศ

ฐานปศุสัตว์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

อินเดียเป็นผู้ผลิตนมอันดับ 1 ของโลก (ประมาณ 230 ล้านตัน ในช่วงปี 2023–24) และอันดับ 5 ด้านการผลิตเนื้อสัตว์ มีประชากรปศุสัตว์กว่า 535 ล้านตัว ซึ่งเป็นทุนสำคัญด้านโปรตีนอาหาร

มหาอำนาจด้านประมง

อินเดียเป็นประเทศผู้ผลิตสัตว์น้ำอันดับ 3 ของโลก สร้างผลผลิตกว่า 17.5 ล้านตันต่อปี (2023–24) และครองอันดับ 2 ด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (ผลผลิตปลาเพิ่มจาก 8% ⟶ ประมาณ 8.5%) ของผลผลิตโลก ประเทศมีแนวชายฝั่งยาวกว่า 7,500 กม. และแหล่งน้ำจืดภายในประเทศกว่า 3.9 ล้านเฮกตาร์

ปัจจัยด้านอุปทาน: *อินเดียแซงหน้าจีนในฐานะประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกตั้งแต่เมษายน 2566 ซึ่งส่งผลต่อแรงกดดันด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) และโอกาสการลงทุนในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของภาคอุตสาหกรรมแปรรูป*

ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand-side)

โครงสร้างประชากรที่สนับสนุน

อินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลก (ผ่านจำนวน 1.477 พันล้านคน ปี 2026) และจะยังคงมีโครงสร้างประชากรอายุน้อยต่อเนื่องถึงปี 2030 อายุเฉลี่ยของประชากรอยู่ที่ 29 ปี เทียบกับ 39 ปีของจีน

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภค

รายได้ที่ใช้จ่ายได้เพิ่มขึ้น กระบวนการขยายตัวของเมือง และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค เช่น อาหารแช่แข็ง อาหารสำเร็จรูป อาหารสุขภาพ ช่วยผลักดันอุปสงค์ภายในประเทศอย่างมีนัยสำคัญ

ตลาดอาหารมูลค่า 1.2 ล้านล้านดอลลาร์

การบริโภคอาหารทั้งหมดในอินเดียคาดว่าจะแตะ 1.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2568–2569 โดยอาหารแปรรูปจะมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ปัจจุบันคิดเป็นประมาณ 32% ของมูลค่าตลาดอาหารรวม)

ปัจจัยด้านอุปสงค์: *อัตราการขยายตัวของเมือง (Urbanization Rate) ของอินเดียปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ 36% และคาดว่าจะแตะ 50% ภายในปี 2590 ซึ่งเป็นตัวเร่งสำคัญให้ความต้องการอาหารแปรรูปเพิ่มขึ้น เนื่องจากวิถีชีวิตในเมืองสร้างอุปสงค์สำหรับอาหารสำเร็จรูปและอาหารแช่แข็ง*

โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

เครือข่ายคมนาคมขนาดใหญ่

อินเดียมีเครือข่ายถนนใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก (ระยะทางกว่า 6.37 ล้านกม. / รองจากสหรัฐอเมริกา) และเครือข่ายรถไฟใหญ่เป็นอันดับ 4 (กว่า 67,000 กม.) รองรับห่วงโซ่อุปทานอาหารขนาดใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Mega Food Parks — เชื่อมเกษตรกรถึงตลาด

มี Mega Food Parks ที่ดำเนินการอยู่แล้ว 24 แห่ง เชื่อมโยงเกษตรกร ผู้แปรรูป และผู้ค้าปลีกเข้าด้วยกัน ลดการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว (Post-harvest Loss) และเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตดิบ ทั้งนี้ รัฐบาลกำหนดเป้าหมายขยายการดำเนินการให้บรรลุ 42 แห่งภายใน 2569 ซึ่งได้อนุมัติแล้วทั้งสิ้น 41 แห่งทั่วประเทศ

ข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งทางยุทธศาสตร์

ชายฝั่งด้านตะวันตกของอินเดียเชื่อมกับตลาดยุโรปและตะวันออกกลาง ส่วนชายฝั่งตะวันออกเชื่อมกับเอเชีย-แปซิฟิก ทำให้มีศักยภาพสูงในการส่งออกสินค้าแปรรูปอาหาร

การสนับสนุนด้านนโยบาย (Policy support)

- **Pradhan Mantri Kisan SAMPADA Yojana (PMKSY) — ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานแปรรูปอาหาร**

โครงการ Pradhan Mantri Kisan Sampada Yojana (PMKSY) มุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพิ่มรายได้เกษตรกร สร้างงานชนบท ลดการสูญเสียหลังเก็บเกี่ยว และส่งเสริมการส่งออกอาหารแปรรูป

- **FDI 100% — เปิดกว้างสำหรับนักลงทุนต่างชาติ**

อนุญาตให้ลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ในภาคแปรรูปอาหารได้ 100% ภายใต้เส้นทางอัตโนมัติ (Automatic Route) ส่งผลให้ FDI ที่ไหลเข้ามาในภาคนี้สามารถบรรลุมูลค่าเกิน 4.3 พันล้านดอลลาร์ (2019–2024)

- **PLI Scheme (Production Linked Incentive Scheme for Food Processing Industries :PLISFPI) — กระตุ้นกำลังการผลิต**

โครงการส่งเสริมการผลิตอาหารแปรรูป (Production Linked Incentive) รัฐบาลอินเดียได้จัดสรรงบประมาณ 1.26 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ผ่านการอนุมัติ 165 ใบสมัคร (ถึงกุมภาพันธ์ 2569) ครอบคลุม 274 โครงการทั่วประเทศ ขยายกำลังการผลิตได้ 34 แสนตันต่อปี สร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมประมาณ 3.39

แสนตำแหน่ง และส่งออกอาหารแปรรูปเติบโตในอัตราเฉลี่ยสะสม CAGR 13.23% ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2562–63 ถึง 2567–68 ทั้งนี้ PLISFPI ถือเป็นมาตรการเชิงนโยบายที่สำคัญสำหรับภาคอาหารแปรรูปของอินเดีย โดยครอบคลุมกลุ่มสินค้าเป้าหมาย ได้แก่ อาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat) ผลไม้และผักแปรรูป (Processed Fruits & Vegetables) และผลิตภัณฑ์ทางทะเล (Marine Products) ซึ่งล้วนเป็นจุดแข็งของผู้ประกอบการไทย ในการนี้ ผู้ประกอบการไทยที่ประสงค์จะเข้าสู่ตลาดอินเดียควรพิจารณาจัดตั้งบริษัทร่วมทุน (Joint Venture) กับคู่ค้าท้องถิ่น เพื่อให้มีคุณสมบัติครบถ้วนในการยื่นขอรับสิทธิประโยชน์ภายใต้โครงการดังกล่าว อันจะเป็นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและขยายฐานการผลิตในอินเดียได้อย่างยั่งยืน

2.2 แนวโน้มสำคัญ 6 ประการในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดีย (TREND:T)

T1 วิถีการเติบโตของตลาดระยะยาว (Long-term Market Growth Trajectory)

- ตลาดแปรรูปอาหารอินเดียมีมูลค่า 354.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 คาดว่าจะเติบโตสู่ระดับ 535 พันล้านดอลลาร์ภายในสิ้นปีงบประมาณ 2568–69 และแตะระดับ 1.1 ล้านล้านดอลลาร์ ภายในปี 2578

- ขณะที่ สถาบัน IMARC Group ประเมินการเติบโตเฉลี่ยสะสม (ถึงปี 2568–76) อยู่ที่ประมาณ 8.38% สะท้อนความแข็งแกร่งเชิงโครงสร้างของภาค โดยตามการคาดการณ์ของ PHDCCI ตลาดจะขยายตัวสู่ 2.15 ล้านล้านดอลลาร์ภายในปี 2590 ซึ่งเป็น Vision India@100

T2 การขยายโครงสร้างพื้นฐาน Cold Chain (Infrastructure Expansion)

- ภายใต้โครงการ PMKSY มีโครงการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการห่วงโซ่ความเย็น (Cold Chain) ที่ได้รับการอนุมัติแล้ว 399 โครงการ และสร้างกำลังการแช่แข็งแบบเร็ว (IQF) ได้ 274 ตันต่อชั่วโมง ในปี 2567

- ข้อมูลจากกระทรวงอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารแห่งอินเดีย (MoFPI) ตั้งเป้าหมายภายในปีงบประมาณ 2025 (จากโครงการที่แล้วเสร็จ) ให้มีจำนวนรถขนส่งควบคุมอุณหภูมิ (Reefer Vehicles) 1,860 คัน และโรงเก็บสินค้าเย็น 10.3 แสนตันเมตริก (MT) ซึ่งสถานการณ์ในปัจจุบันยังเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจที่ต้องลงทุนเพิ่ม

- การสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว (Post-harvest Loss) ยังสูงถึง 15–20% ของผลผลิตทั้งหมด ทำให้ระบบ Cold Chain เป็นโอกาสลงทุนที่สำคัญมาก

T3 ศักยภาพการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด (Surging Agri-Food Export Momentum)

-ในปีงบประมาณ 2567–68 การส่งออกอาหารมูลค่ารวม 49 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยอาหารแปรรูปมีสัดส่วนประมาณ 20% ของการส่งออกสินค้าเกษตรทั้งหมด

- ขณะเดียวกัน อินเดียส่งออกข้าวจำนวน 20.1 ล้านตัน มูลค่า 12.95 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ไปยัง 172 ประเทศ หลังรัฐบาลอินเดียออกมาตรการยกเว้นการจำกัดการส่งออก

- ในปี 2567 อินเดียส่งออกชา 255 ล้านกิโลกรัม ขยายตัว 10% จากปีที่ผ่านมานับเป็นสถิติที่สูงสุดในรอบ 10 ปี สะท้อนความสามารถในการแข่งขันระดับโลก

T4 การบูรณาการเทคโนโลยีและ AI ในโรงงาน (Tech & AI Integration in Processing Plants)

- ปี 2567 มูลค่าตลาดเครื่องจักร ระบบอัตโนมัติ และเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิตอาหารของอินเดีย มีมูลค่าประมาณ 30 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (2.5 แสนล้านรูปี) ซึ่ง McKinsey & Company ประเมินว่าผู้ผลิตอาหารกว่า 60% ในอินเดียจะนำระบบ Automation และ AI มาใช้ในกระบวนการผลิตภายในปี 2568 เทคโนโลยีที่มีการนำมาใช้ ได้แก่ Computer Vision สำหรับการตรวจสอบคุณภาพ, IoT สำหรับห่วงโซ่ความเย็น Blockchain สำหรับการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และ AI สำหรับการพยากรณ์อุปสงค์ของตลาด

- หน่วยงาน APEDA ส่งเสริมการใช้ GI Tags และระบบ Traceability เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าส่งออก อันเป็นโอกาสสำหรับพันธมิตรด้านเทคโนโลยีจากไทย

T5 ตลาดสินค้าที่ทำจากพืช Plant-Based ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก & อาหารเพื่อสุขภาพ (Health-Oriented & Plant-Based Food Boom)

- ตลาดสินค้าที่ทำจากพืช หรือ Plant-based Meat มีมูลค่า 98.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 เติบโตในอัตรา CAGR 22.3% คาดว่าจะแตะมูลค่า 737.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2576 ซึ่งผลักดันโดยกลุ่ม Urban Millennials

- ตลาดอาหารออร์แกนิกของอินเดียมีมูลค่า 8.63 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และคาดว่าจะขยายตัวสู่ระดับ 21.99 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2576 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 10.94 (Renub Research, พฤศจิกายน 2568) โดยผู้บริโภคชาวอินเดียร้อยละ 60 มีความพร้อมและยินดีจ่ายสินค้าออร์แกนิกในราคาระดับพรีเมียม

- กลุ่มสินค้า Functional Food, Gut-health, High-protein และ Low-sugar กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว สะท้อนการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่

T6 การปฏิวัติระบบ D2C และ FoodTech Startups (D2C Revolution & FoodTech Startup Ecosystem)

- ตลาด Direct to Customer (D2C) อินเดียโดยรวมมีมูลค่าประมาณ 100,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 โดยภาค Food & Grocery มีสัดส่วนประมาณ 33% สะท้อนศักยภาพในการเข้าถึงผู้บริโภค 700 ล้านคนที่สามารถเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตได้

- ภาคอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) สะสมรวม 15.86 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (เม.ย. 2543 – มิ.ย. 2568) ส่งผลให้ภาคนี้เป็นผู้รับเม็ดเงินลงทุน FDI สูงสุดเป็นอันดับที่ 15 ของประเทศ และคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.8 ของ FDI ทั้งหมดที่อินเดียได้รับในช่วงเวลาเดียวกัน สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติที่มีต่อศักยภาพระยะยาวของภาคอาหารแปรรูปอินเดีย แม้จะยังมีสัดส่วนไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ แต่ได้บ่งชี้ถึงช่องว่างและโอกาสในการขยายการลงทุนเพิ่มเติมในอนาคต

- แบรนด์ของอินเดียอาทิ Rebel Foods, Licious, iD Fresh, Curefoods เป็นตัวอย่าง FoodTech ที่กำลังขยายสู่ตลาดอาเซียน สะท้อนถึงการเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างนักลงทุนไทยและ Ecosystem อินเดีย

3. จุดเด่นของตลาดอินเดียต่ออุตสาหกรรม

3.1 อุปสงค์ที่แข็งแกร่ง (Robust Demand)

อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียเป็นฟันเฟืองหลักทางเศรษฐกิจโดยมีสัดส่วนประมาณ 10% ของ GDP และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (AAGR) ที่ 7.26% ในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา โดยมูลค่าตลาดขยายตัวอย่างก้าวกระโดดจาก 3.545 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปีงบประมาณ 2024 สู่เป้าหมาย 5.35 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปีงบประมาณ 2026 ด้วยอัตราการเติบโต (CAGR) สูงถึง 22.8% ซึ่งได้รับแรงหนุนจากรายจ่ายเพื่อการบริโภคขั้นสุดท้ายของภาคเอกชนที่เติบโต 7.0% จนมีสัดส่วนเป็น 61.5% ของ GDP ขณะที่ความต้องการภายในประเทศพุ่งสูงขึ้นจากการที่ครัวเรือนเข้าถึงอาหารแปรรูปบรรจุหีบห่อถึง 96.55% ประกอบกับความแข็งแกร่งของชนชั้นกลางที่มีสัดส่วน 31% ของประชากร ซึ่งถูกคาดการณ์ว่าจะขับเคลื่อนรายจ่ายการบริโภคให้มีส่วนแบ่งสูงถึง 93% ของรายจ่ายทั้งหมดในอินเดียภายในปี 2036

3.2 ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage)

อินเดียมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจากฐานการผลิตภาคเกษตรที่แข็งแกร่ง ด้วยอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารที่มีสัดส่วนถึง 32% ของตลาดอาหารรวม และสร้างมูลค่าเพิ่มมวลรวม (GVA) ได้สูงถึง 23,490 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 2.24 แสนล้านรูปี) ในปีงบประมาณ 2024 ความแข็งแกร่งนี้ได้รับแรงหนุนจากรายจ่ายเพื่อการบริโภคภาคเอกชนที่พุ่งสูงถึง 61.5% ของ GDP ซึ่งช่วยผลักดันมูลค่าตลาดให้มุ่งสู่เป้าหมาย 5.35 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปีงบประมาณ 2026 อินเดียยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของสภาพภูมิอากาศทางการเกษตร (agro-climatic diversity) ซึ่งเอื้อต่อการมีฐานวัตถุดิบที่หลากหลายและมีปริมาณเพียงพอ รองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

นอกจากนี้ ภาคการผลิตยังเร่งเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลโดยคาดว่าผู้ผลิตกว่า 60% จะเริ่มใช้ AI และ IoT ภายในปี 2025 ควบคู่ไปกับโครงสร้างพื้นฐาน Mega Food Park 41 แห่ง และห้องปฏิบัติการ NABL ใหม่ 100 แห่ง เพื่อคุมมาตรฐาน นอกจากนี้ นโยบายเปิดรับ FDI 100% และการยกระดับวิสาหกิจ MSME กว่า 200,000 ราย ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดการลงทุนและเสริมขีดความสามารถในตลาดโลกอย่างยั่งยืน

3.3 โอกาส (Opportunities)

ภาคอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียมีแนวโน้มขยายตัวเชิงกลยุทธ์อย่างยั่งยืน โดยคาดการณ์มูลค่าตลาดจะพุ่งสูงถึง 1.1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2578 และแตะระดับ 1.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2583 สอดคล้องกับความเชื่อมั่นของนักลงทุนต่างชาติที่สะท้อนผ่านเงินลงทุนโดยตรง (FDI) สะสมตั้งแต่เดือนเมษายน 2543 ถึงมีนาคม 2569 ที่ขยายตัวแตะระดับ 13.95 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่มูลค่าการบริโภคภายในประเทศใกล้แตะระดับ 1.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2569 ซึ่งเป็นผลจากพลวัตการขยายตัวของเขตเมืองและการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของเซกเมนต์อาหารและเครื่องดื่มบรรจุภัณฑ์ ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้เป็นแกนกลางสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจมหภาคอย่างมีนัยสำคัญ

3.4 การสนับสนุนเชิงนโยบาย (Policy Support)

ภาครัฐของอินเดียมีบทบาทสำคัญในการผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารผ่านมาตรการเชิงนโยบายที่หลากหลาย โดยหน่วยงาน Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA) ได้ดำเนินโครงการ BHARATI Initiative เพื่อส่งเสริมสตาร์ทอัพด้านเกษตรและอาหารจำนวน 100 ราย มุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรม ยกระดับความพร้อมด้านการส่งออก และสนับสนุนเป้าหมายการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารมูลค่า 50 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2573

รัฐบาลยังได้ดำเนินโครงการ Production Linked Incentive Scheme for Food Processing Industry โดยจัดสรรงบประมาณรวม 1.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อจูงใจการลงทุนในภาคการผลิตอาหาร ส่งเสริมผลิตภัณฑ์นวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผลักดันการพัฒนาแบรนด์อินเดียในตลาดโลก ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในระยะยาว

4. ภาพรวมตลาดแปรรูปอาหารในอินเดีย

4.1 นมและผลิตภัณฑ์นม (Dairy)

4.1.1 แนวโน้มตลาดปัจจุบันและพัฒนาการในอดีต

- ตลาดนมและผลิตภัณฑ์นมในอินเดียจัดอยู่ในกลุ่มที่มีขนาดใหญ่และมีความมั่นคงมาก โดยมีปริมาณการผลิตนมรวมประมาณ 198.4 ล้านตัน (MMT) ปี 2019–2020 เพิ่มขึ้นเป็น 239.3 ล้านตันในปี 2023–24 และคาดว่าจะสูงถึง 267.6 ล้านตันในปี 2025–26 อินเดียครองสัดส่วน 23% ของผลผลิตนมโลก
- ปัจจัยสำคัญ: นโยบายภาครัฐ เช่น โครงการสนับสนุนสหกรณ์นม การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรวัว/แพะ รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการผสมเทียม (AI) และระบบโลจิสติกส์ควบคุมอุณหภูมิสำหรับน้ำนมดิบและผลิตภัณฑ์นมสด (Milk Cold Chain / Fresh Milk Logistics) นอกจากนี้ รัฐบาลได้อนุมัติโครงการ Rashtriya Gokul Mission วงเงิน 408 ล้านเหรียญสหรัฐ (มี.ค. 2568) เพื่อพัฒนาและอนุรักษ์พันธุ์โคพื้นเมือง รวมทั้งยกระดับประสิทธิภาพการผลิตน้ำนมและรายได้ของเกษตรกรในภาคปศุสัตว์

4.1.2 โครงสร้างการแข่งขัน

- ผู้เล่นรายใหญ่ประกอบด้วยสหกรณ์นมขนาดใหญ่ เช่น Amul โดย Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation Ltd. (GCMMF) และผู้บริษัทเอกชน/ข้ามชาติ เช่น Nestlé India, Parle Agro, Hatsun, Mother Dairy, Kwality, etc. ที่ครองส่วนแบ่งตลาดรายได้และช่องจำหน่าย
- ส่วนแบ่งตลาดของนมและผลิตภัณฑ์นมในทั้งระบบแปรรูปอาหารมีความสำคัญมาก โดยมูลค่าตลาดนมทั้งระบบในอินเดียในปี 2024 อยู่ที่ประมาณ 135.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยประมาณ (CAGR) 12.35% ระหว่าง 2025–2033 (Fortune BI,2025)
- อินเดียยังมีศักยภาพในการลงทุนด้านการแปรรูปนม เนื่องจากกว่าร้อยละ 65 ของผลผลิตน้ำนมยังจำหน่ายผ่านช่องทางดั้งเดิม (Unorganized Sector) ในรูปแบบน้ำนมดิบ ขณะที่ผลิตภัณฑ์นม A2 (A2 Milk) เป็นกลุ่มสินค้าที่เติบโตเร็วที่สุด (Fastest-Growing Segment) และผลิตภัณฑ์นมโปรตีนสูงของ Amul เติบโตร้อยละ 34 ในปีงบประมาณ 2568

4.1.3 แนวโน้มตลาดและคาดการณ์

- มูลค่าตลาดนมที่ผ่านการแปรรูป (Dairy Processing) คาดว่าจะเติบโตจาก 5.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2024 ขึ้นสู่ 10.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2034 (CAGR 6.6%) จากความต้องการน้ำนมและผลิตภัณฑ์นมแปรรูปเพิ่มขึ้น (Prophecy Market Insights, 2026)
- ตลาดอุปกรณ์แปรรูปนม (Dairy Processing Equipment) คาดว่าจะเติบโตจาก 1,794.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2024 เป็น 2,740.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2030 (CAGR 7.1–7.3%) สะท้อนการลงทุนในระบบพัสดุและอุปกรณ์

4.2 ผลไม้และผัก (Fruits & Vegetables)

4.2.1 แนวโน้มตลาดปัจจุบันและพัฒนาการในอดีต

- ปี 2567–68 ผลผลิตพืชสวน (Horticulture) มีฐานอุปทานที่เข้มแข็งรวม 367.72 ล้านตัน โดยจำแนกเป็นผลผลิตประเภทผักร้อยละ 59.74 (219.67 ล้านตัน) และผลไม้ร้อยละ 31.14 (114.51 ล้านตัน) ซึ่งเป็นปัจจัยต้นน้ำหลักในการขับเคลื่อนมูลค่าเพิ่มเชิงมหภาค ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว ผลไม้และผักสดเป็นกลุ่มที่มีการ

ผลิตสูงมากในอินเดีย แต่ยังมีอัตราการแปรรูปจริงต่ำ กล่าวคือ ผลไม้เพียง 4.5% และผัก 2.7% (USDA/MoFPI 2567) บ่งชี้ว่าการแปรรูปเป็นเพียงสัดส่วนเพียงเล็กน้อยจากปริมาณทั้งหมด กลายเป็น "ช่องว่าง" ของโอกาสสำหรับการแปรรูปเพื่อลดการสูญเสียผลิตผลหลังการเก็บเกี่ยว (Post-harvest Loss) สูงถึง 35–40% ในผักและผลไม้เนื่องจากห่วงโซ่ความเย็นยังพัฒนาไม่เต็มที่

- อินเดียในฐานะผู้ผลิตผลไม้และผักรายใหญ่อันดับ 2 ของโลก (รองจากจีน) แม้จะมีสถานะด้านการส่งออกยังอยู่ในระดับกลาง โดยเฉพาะกลุ่มผักสดซึ่งอยู่ในอันดับที่ 13 ของโลก ด้วยมูลค่า 2.63 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 (ITC Trade Map, 2024) รองจากผู้นำตลาดอย่างจีน เม็กซิโก และเนเธอร์แลนด์ สะท้อนถึงช่องว่างเชิงโครงสร้างระหว่างศักยภาพการผลิตกับสัดส่วนการส่งออกที่ยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก ทั้งนี้ ความต้องการผลไม้และผักแปรรูป เช่น น้ำผลไม้ ผักแช่แข็ง ผักตัดสด และผงผัก กำลังเติบโตตามไลฟ์สไตล์เมืองและกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการอาหารสะดวกและเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญสำหรับอินเดียในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างสินค้าเกษตรสู่ผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูง

4.2.2 โครงสร้างการแข่งขัน

- ผู้ประกอบการหลักในส่วนนี้มีทั้งกลุ่มผู้แปรรูปขนาดใหญ่ เช่น ITC, Dabur, Nestlé, PepsiCo, TastyBite ฯลฯ และผู้ผลิตท้องถิ่นที่เน้นผลไม้และผักเฉพาะถิ่น เช่น มะม่วง มะพร้าว มะละกอ ผักขม
- ปีงบประมาณ 2568 (เมษายน 2567 ถึง มีนาคม 2568) การส่งออกผักและผลไม้แปรรูป แสดงให้เห็นถึงการเติบโต กล่าวคือมียอดการส่งออกกลุ่มผักแปรรูปมูลค่า 897 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และกลุ่มผลไม้แปรรูปและน้ำผลไม้มูลค่า 722 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รวมเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจหมุนเวียนกว่า 1,619 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- ข้อได้เปรียบของอินเดีย คือ อินเดียมีจุดแข็งด้านวัตถุดิบที่หลากหลายและต้นทุนการผลิตต่ำ แม้ว่าระบบห่วงโซ่ความเย็นในพื้นที่ชนบทยังมีข้อจำกัด โดยรัฐบาลเร่งพัฒนาโครงการ Mega Food Parks ซึ่งเปิดดำเนินการแล้ว 24 แห่ง และตั้งเป้าขยายเป็น 42 แห่งภายในปี 2569 เพื่อเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้แปรรูป และผู้จัดจำหน่าย ตลอดจนยกระดับประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร

4.2.3 แนวโน้มตลาดและคาดการณ์

- การขยายโครงสร้างพื้นฐาน cold chain และโรงแปรรูป (ภายใต้นโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดีย (Ministry of Food Processing Industries: MoFPI)) คาดว่าจะผลักดันอัตราการแปรรูปผลไม้และผักจากระดับปัจจุบันที่ต่ำประมาณ 10% (ซึ่งถือว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้วที่ 70-80%) ให้สูงขึ้นถึง 20-25% ในช่วง 2025–2030 ผ่านนโยบายสนับสนุนต่าง ๆ
- ตลาดแปรรูปผัก/ผลไม้คาดว่าจะเติบโตควบคู่กับตลาดอาหารแปรรูปทั้งระบบ ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ที่ใกล้เคียงระดับ 8–9% ขึ้นอยู่กับการลงทุนในเทคโนโลยีและช่องทางจำหน่าย
- โอกาสสำหรับนักลงทุนไทย: ด้านเทคโนโลยีการแช่แข็งแบบรวดเร็ว (IQF) บรรจุภัณฑ์ปรับสภาพบรรยากาศ (Modified Atmosphere Packaging: MAP) และระบบห่วงโซ่ความเย็น (Cold Chain) ซึ่งเป็นสาขาที่ไทยมีความเชี่ยวชาญและศักยภาพในการแข่งขัน

4.3 การแปรรูปเนื้อสัตว์และสัตว์ปีก (Meat & Poultry Processing)

4.3.1 แนวโน้มตลาดปัจจุบันและพัฒนาการในอดีต

- ปี 2567 ตลาดแปรรูปเนื้อสัตว์มีมูลค่า 518.35 ล้านดอลลาร์ คาดว่าจะเพิ่มเป็น 1,188.86 ล้านดอลลาร์ภายในปี 2575 (CAGR 10.93%) อัตราการแปรรูปเนื้อสัตว์ปัจจุบันคิดเป็น 34.2% สูงกว่าการแปรรูปปลาและผักผลไม้อย่างมีนัยสำคัญ แต่ภาพรวมของอุตสาหกรรมยังต่ำกว่ายุโรป (>80%) และอเมริกา (>85%)
- อินเดียมีตลาดผู้บริโภคเนื้อสัตว์และสัตว์ปีกที่เติบโตเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มไก่เนื้อ (chicken) และเนื้อสัตว์แปรรูป เช่น ไส้กรอก แฮม นักเก็ต ซึ่งได้รับอิทธิพลจากไลฟ์สไตล์อาหารรวดเร็วและอาหารแปรรูป

• การแปรรูปยังอยู่ในช่วงเติบโต แต่สัดส่วนต่อปริมาณเนื้อสัตว์ทั้งหมดยังต่ำกว่าประเทศในยุโรปหรืออเมริกา ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ลงทุนในโรงแปรรูปและระบบ cold chain อาทิ อานธรประเทศและเตลังคานาเป็น Poultry Hub ที่ใหญ่ที่สุด ขณะที่ มหาราษฏระและคุชราต เป็นผู้นำด้านส่งออกผลิตภัณฑ์เนื้อฮาลาล

4.3.2 โครงสร้างการแข่งขัน

• ผู้เล่นหลักในกลุ่มเนื้อสัตว์และสัตว์ปีก ได้แก่ ผู้ผลิตไก่ขนาดใหญ่ของอินเดียและผู้ประกอบการแปรรูป เช่น Godrej Agrovet, Suguna, Venky's, Heritage Foods ฯลฯ รวมถึงผู้ผลิตอาหารแปรรูปที่มีสินค้าเนื้อสัตว์เป็นส่วนหนึ่งของพอร์ตโฟลิโอ

• ตลาดมีระดับการแข่งขันสูง ซึ่งผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน FSSAI และข้อกำหนดด้านสุขภาพสัตว์อย่างเคร่งครัด

4.3.3 แนวโน้มตลาดและคาดการณ์

• ตลาดแปรรูปเนื้อสัตว์และสัตว์ปีกคาดว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 2025–2033 ควบคู่กับความต้องการเนื้อสัตว์แปรรูปในเมือง ร้านอาหาร และระบบจำหน่ายแบบ fast-food/QSR โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตระดับ 10.93 % สะท้อนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค และตัวแปรด้านการลงทุนในโรงงานแปรรูป ระบบควบคุมอุณหภูมิ และการขยายช่องทางออนไลน์

• การขยายตัวของ QSR (Quick Service Restaurants) เช่น McDonald's, KFC, Burger King ในอินเดีย ผลักดันอุปสงค์เนื้อสัตว์แปรรูปคุณภาพสูง โดยสถิติการส่งออกเฉพาะกลุ่ม ผลิตภัณฑ์สัตว์ปีก (Poultry Products) ตลอดทั้งปีงบประมาณ 2568/69 (Provisional Data) เติบโตสู่ระดับ 206.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 168.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปีงบประมาณก่อนหน้า ในขณะที่ภาพรวมของเซกเมนต์ เนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์นม และสัตว์ปีก (Meat, Dairy & Poultry) มียอดการส่งออกที่แข็งแกร่งโดยเฉพาะในไตรมาสแรก (เม.ย.–มิ.ย. 2568) ที่ทำมูลค่าได้ถึง 1.18 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และขยายตัวต่อเนื่องจนมียอดส่งออกเฉพาะในเดือนมกราคม 2569 สูงถึง 610 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ โอมาน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มัลดีฟส์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม

4.4 ด้านประมงและผลิตภัณฑ์จากปลา (Fisheries)

4.4.1 แนวโน้มตลาดปัจจุบันและพัฒนาการในอดีต

• อินเดียเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านประมงสูง ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็ม แต่สัดส่วนการแปรรูปปลา เช่น ปลาแช่แข็ง ฟิเลต อาหารแปรรูปจากปลา ยังต่ำเมื่อเทียบกับปริมาณผลผลิตทั้งหมด

• ตลาดผู้บริโภคในเมืองต้องการปลาแปรรูปที่มีความสะดวกและปลอดภัย ซึ่งมีส่วนในการขับเคลื่อนการลงทุนสำหรับโรงแปรรูปปลาและระบบควบคุมอุณหภูมิ

• แม้อินเดียจะมีฐานการผลิตสัตว์น้ำขนาดใหญ่ แต่ข้อมูลจากกระทรวงอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (MoFPI) ชี้ว่าอัตราการแปรรูปในภาคการประมงอยู่ที่ 15.4% ของผลผลิตรวม ซึ่งแม้จะสูงกว่าภาคผลไม้ (4.5%) และผัก (2.7%) อย่างมีนัยสำคัญ แต่ยังต่ำกว่าภาคธัญพืช (68%) และภาคเนื้อสัตว์ (34.2%) (Invest India, 2026) ช่องว่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพที่ยังไม่ได้ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ อัตราการแปรรูปปลาของอินเดียที่ 15.4% ยังต่ำกว่าประเทศคู่แข่งในเอเชีย เช่น ไทยและเวียดนามที่มีอัตราการแปรรูปเกิน 40–50% ซึ่งชี้ให้เห็นว่าห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของอินเดียยังอยู่ในขั้นต้นน้ำมากกว่าปลายน้ำซึ่งมีมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์ปลาแปรรูปตลาดผลิตภัณฑ์ปลาและอาหารทะเลแปรรูปของอินเดียรวมกว่า 23.50 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025 และคาดว่าจะขยายตัวในอัตรา CAGR ที่ 7.78% ในช่วงปี 2025–2029 โดยปัจจุบันปลาสด (Fresh Fish) ยังครองสัดส่วนสูงสุดที่ 60.4% ของตลาดรวม รองลงมาคือผลิตภัณฑ์แช่แข็ง ซึ่งได้รับแรงหนุนจากการขยายตัวของ Cold Chain และการเข้าถึงตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ (IMARC,2026) สัดส่วนดังกล่าว

สะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมแปรรูปยังมีโอกาสในการขยายฐานจากอุตสาหกรรมดังเดิม ไปสู่การแปรรูปได้อีกมาก

4.4.2 โครงสร้างการแข่งขัน

- ผู้เล่นในกลุ่มนี้มีทั้งบริษัทที่ดำเนินการตั้งแต่จับปลาจนถึงแปรรูปและส่งออก เช่น ผู้ผลิตปลาแช่แข็งเพื่อส่งออก และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ปลาเฉพาะถิ่นเช่น ปลาเค็ม ปลาแห้ง
- ตลาดยังมีการรวมศูนย์อย่างจำกัด มีผู้ประกอบการรายใหญ่ไม่กี่ราย ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตขนาดเล็กยังมีสัดส่วนสูง ปัจจุบันมีหน่วยแปรรูปอาหารทะเลที่จดทะเบียนแล้วทั้งสิ้น 646 หน่วย กระจายอยู่ทั่วประเทศ (PIB,2026) โดยหน่วยเหล่านี้แบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่

➢ **กลุ่มโรงงานแปรรูปเพื่อการส่งออก (Export-Oriented Processing Units):** มาตรฐานระดับสากล ผ่านการรับรอง HACCP, ISO 22000 และ BRC เน้นผลิตภัณฑ์กุ้งแช่แข็ง ฟิเลตปลา และผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม

➢ **กลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลาง-เล็ก (SME/Artisanal Processors):** แปรรูปปลาเค็ม ปลาแห้ง และผลิตภัณฑ์ประมงเฉพาะถิ่น ส่วนใหญ่ยังอยู่นอกระบบการรับรองมาตรฐาน ซึ่งเป็นช่องว่างสำคัญที่รัฐบาลพยายามแก้ไข ผ่านนโยบายการนำผู้ประกอบการแปรรูปอาหารรายจิ๋วเข้าสู่ระบบอย่างเป็นทางการ (Pradhan Mantri Formalisation of Micro Food Processing Enterprises Scheme:PMFME)

เทคโนโลยีการแปรรูปที่ใช้ในปัจจุบัน

ผู้ประกอบการแปรรูปอาหารทะเลของอินเดียกำลังลงทุนในเทคโนโลยีขั้นสูง ได้แก่ **Individual Quick Freezing (IQF) การบรรจุสุญญากาศ (Vacuum Packaging) High-Pressure Processing (HPP)** และ **Cold Smoking** ซึ่งกำลังกลายเป็นมาตรฐานในโรงงานระดับส่งออก รายการผลิตภัณฑ์แปรรูปยอดนิยม ได้แก่ กุ้งแช่แข็ง ฟิเลตปลา ปลาชุบเกล็ดขนมปัง (Fish Fingers) กุ้งเสียบไม้ และอาหารทะเลหมักปรุงรส นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์แปรรูปพิเศษ เช่น Surimi-based Products และ Ready-to-Eat (RTE) Seafood Meals ที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในตลาดในประเทศ

โครงสร้างพื้นฐาน Cold Chain ในภาคประมง

ภายใต้โครงการพัฒนาภาคประมงอย่างยั่งยืน Pradhan Mantri Matsya Sampada Yojana (PMMSY) รัฐบาลได้อนุมัติการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน Cold Chain มูลค่าประมาณ 22 ล้านเหรียญสหรัฐ (1,825.89 โครรูปี) ครอบคลุมการก่อสร้างห้องเย็นและโรงงานผลิตน้ำแข็ง 634 แห่ง และยานพาหนะขนส่งแช่เย็นกว่า 27,189 คัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่การแปรรูป

4.4.3 แนวโน้มตลาดและคาดการณ์

- การขยายโรงงานแปรรูปปลาและระบบ cold chain ภายใต้นโยบายรัฐบาลคาดว่าจะผลักดันอัตราการแปรรูปเพิ่มขึ้น พร้อมโอกาสส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาแปรรูปไปยังตลาดเอเชีย ตะวันออกกลาง และยุโรป ทั้งนี้ในช่วงปี 2568–2572 อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) คาดว่าจะแตะระดับ 7–8% สู่ระดับประมาณ 31.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2572 ขึ้นอยู่กับการลงทุนในเทคโนโลยีและมาตรฐานสุขอนามัย

การเปลี่ยนผ่านสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม (Value-Added Processing Shift)

- สัดส่วนผลิตภัณฑ์ประมงมูลค่าเพิ่มในตะกร้าการส่งออกเติบโตอย่างก้าวกระโดดจาก 2.5% เป็น 11% คิดเป็นมูลค่า 742 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Global Agriculture, 2026) และ Marine Products Export Development Authority (MPEDA) ได้กำหนดเป้าหมายยกระดับสัดส่วนการแปรรูปมูลค่าเพิ่มให้ถึง 20% ภายในปี 2030 เพื่อรับมือกับการแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง ได้แก่ ไทย เวียดนาม และจีน ซึ่งล้วนมีความสามารถด้านการแปรรูปที่สูงกว่า

การลงทุนในเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน

- กองทุน Fisheries Infrastructure Development Fund (FIDF) ก่อตั้งในปี 2018 ด้วยงบประมาณ 860 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 75,220 ล้านรูปี) มีเป้าหมายในการปรับปรุงและขยายโครงสร้างพื้นฐานการประมงของอินเดียผ่านการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่สถาบันการเงินระดับชาติ รัฐบาลระดับรัฐ สหกรณ์ ผู้ประกอบการ และนักลงทุนเอกชน

การยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยอาหารในกระบวนการแปรรูป

- งบประมาณปี 2024–25 ได้จัดสรรงบสำหรับจัดตั้งหน่วยฉายรังสี (Irradiation Units) 50 แห่ง และห้องปฏิบัติการอาหาร NABL 100 แห่ง เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาและยกระดับความพร้อมด้านการส่งออกของผลิตภัณฑ์แปรรูป ควบคู่ไปกับการเปิดตัว National Framework on Traceability in Fisheries and Aquaculture 2025 เพื่อรองรับข้อกำหนดการตรวจสอบย้อนกลับของตลาดสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา

4.5 อาหารบรรจุภัณฑ์ / อาหารสำเร็จรูป (Packaged Foods)

4.5.1 แนวโน้มตลาดปัจจุบันและพัฒนาการในอดีต

- **อาหารบรรจุภัณฑ์ (Packaged Foods)** ถือเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในตลาดแปรรูปอาหารอินเดีย โดยมีมูลค่าในปี 2025 ประมาณ 116.85 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 175.61 พันล้านดอลลาร์ในปี 2031 ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 7.03%
- ปัจจัยขับเคลื่อนหลัก ได้แก่ การขยายตัวของเมือง ผู้มีรายได้ระดับกลาง–สูง ความต้องการอาหารสะดวก รวมถึงแนวโน้ม “การดูแลรักษาสุขภาพ” (health & wellness) ที่ทำให้แบรนด์หันมาผลิตสินค้าลดน้ำตาลและไขมัน รวมถึงสินค้าจากพืชมากขึ้น

ฐานการผลิตและกำลังแปรรูป (Processing Capacity)

- ในมิติของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ตัวชี้วัดสำคัญคือกำลังการผลิต ไม่ใช่มูลค่าตลาดผู้บริโภค โดย โครงการ PLISFPI (Production Linked Incentive Scheme for Food Processing Industries) ได้รับการอนุมัติ 165 คำขอ ครอบคลุม 274 ที่ตั้งโครงการ โดยผู้ได้รับสิทธิ์รายงานการลงทุนรวมประมาณ 1,110 ล้านเหรียญสหรัฐ (9,207 โครรูปี) และโครงการได้สร้างกำลังการแปรรูปและการถนอมอาหารรวม 34 ล้านตันต่อปี (ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2026)
- โครงการ PLISFPI ที่ได้รับอนุมัติจนถึงเดือนกันยายน 2025 ส่งผลให้กำลังการแปรรูปอาหารเพิ่มขึ้น 3.4 ล้านตันต่อปี และเกิดการสร้างงานทางตรงและทางอ้อมประมาณ 3.39 แสนอัตรา และผลักดันการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ได้รับการสนับสนุนด้วย CAGR ที่ 13.23% นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2019–20 ถึง 2024-2025 (The Tribune/ Invest India/ PIB, 2026)
- ด้านโครงสร้างพื้นฐานระดับอุตสาหกรรม ภายใต้โครงการ PMKSY นับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2025 มีโครงการแปรรูปและถนอมอาหาร 94 โครงการที่แล้วเสร็จ/เปิดดำเนินการ สร้างกำลังการแปรรูปและการถนอมรวม 2.848 ล้านตัน เม็ดเงินลงทุนในอุตสาหกรรมรวมกว่า 263.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (หรือประมาณ 2.19 หมื่นล้านรูปี) ซึ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเกษตรกรกว่า 5.1 ล้านรายทั่วประเทศ ผ่านการดำเนินงานของโครงการที่แล้วเสร็จรวม 1,185 แห่ง (จาก 1,618 แห่ง) ที่มีขีดความสามารถในการแปรรูปรวม 270.51 ล้านตัน

4.5.2 เทคโนโลยีการแปรรูปตามประเภทผลิตภัณฑ์

1) กลุ่ม RTE Meals — เทคโนโลยีหลัก Retort Processing และ High-Pressure Processing (HPP)

กระบวนการแปรรูปด้วยความร้อน (Thermal Processing / Retort) เป็นมาตรฐานหลักสำหรับ RTE ในอินเดีย ดำเนินการที่อุณหภูมิ 121°C (250°F) ขึ้นไป โดยมาตรฐานความปลอดภัยกำหนดค่า $F_0 = 3$ สำหรับการทำ

ให้ปลอดจากเชื้อโดยสมบูรณ์ และนิยมใช้ค่า F_0 = 6 เพื่อความปลอดภัยสองชั้น บริษัทผู้นำในกลุ่ม Thermally Processed Foods ได้แก่ ITC Foods และ Gits Food Products

อย่างไรก็ตาม กระบวนการ Retort มีข้อจำกัดสำคัญคือการเกิด Off-Flavor ในผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นของอินเดีย เนื่องจากความร้อนสูงทำลายกลิ่นรสดั้งเดิม เทคโนโลยี High-Pressure Processing (HPP) จึงเริ่มได้รับการนำมาใช้ใน RTE เพราะดำเนินการที่ความดันสูงแต่อุณหภูมิต่ำ ทำให้รักษากลิ่นรสของผลิตภัณฑ์ได้สูงสุด แต่การประยุกต์ใช้ HPP ในอินเดียยังจำกัดอยู่เฉพาะน้ำผลไม้ธรรมชาติและ RTE บางรายการเท่านั้น

2) กลุ่ม Snack Foods — เทคโนโลยีหลัก Extrusion และ Automated Frying

ในกลุ่มการแปรรูปธัญพืชและขนมขบเคี้ยว เทคโนโลยีสำคัญประกอบด้วย Extrusion Technologies สำหรับการผลิตขนมขบเคี้ยวจากข้าวฟ่าง ข้าว และข้าวสาลี ระบบบรรจุภัณฑ์อัตโนมัติเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาและลดข้อผิดพลาดจากการจัดการ รวมถึง อุปกรณ์เติมสารอาหาร (Fortification Equipment) เพื่อตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง

3) กลุ่ม Bakery — เทคโนโลยีหลัก Automated Baking Systems

ในกลุ่มเบเกอรีและขนมหวาน เทคโนโลยีสำคัญประกอบด้วย ระบบผสมแป้งอัตโนมัติ ที่เพิ่มความเร็วในการผลิตโดยไม่กระทบคุณภาพ และ เตาอบควบคุมอุณหภูมิแม่นยำ ที่รักษาอุณหภูมิสม่ำเสมอพร้อมลดการใช้พลังงาน

4) กลุ่ม Instant/Ready-to-Mix — เทคโนโลยีหลัก Spray Drying และ Freeze Drying

กระบวนการแปรรูปขั้นสูงสำหรับกลุ่มนี้ประกอบด้วยเทคโนโลยี Dehydration, Extrusion และกระบวนการอบแห้งขั้นสูงอื่นๆ ที่มีบทบาทสำคัญในการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะ Spray Drying สำหรับผลิตภัณฑ์ผง และ Aseptic Processing สำหรับซุปและซอสบรรจุกล่อง

4.5.3 มาตรฐานความปลอดภัยอาหารในกระบวนการแปรรูป

Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) และหน่วยงานระดับรัฐได้เพิ่มความเข้มข้นในการบังคับใช้กฎหมายความปลอดภัยอาหารในปีงบประมาณ 2025–26 โดยดำเนินการตรวจสอบโรงงานและสถานที่ผลิต 397,009 ครั้ง และผ่านค่าปรับแพ่งประมาณ 16.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (IBEF, 2026) ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการปฏิบัติตามมาตรฐานกระบวนการผลิตเป็นภาระต้นทุนที่สำคัญของอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้ส่งผลโดยตรงต่อระยะเวลาการเก็บรักษา ความปลอดภัย และการผ่านการตรวจสอบ โดยกลุ่มขนมขบเคี้ยวที่มีไขมันสูง ผลิตภัณฑ์แช่แข็ง และเบเกอรีที่มีความชื้นสูง จำเป็นต้องใช้ชั้นกั้น (Barrier Layer) เช่น PE Coating หรือ BOPP Laminate Film เพื่อป้องกันการซึมของน้ำมันและความชื้น ซึ่งทุกวัสดุที่สัมผัสอาหารต้องเป็น Food-Grade ตามมาตรฐาน FSSAI

แนวโน้มตลาดและคาดการณ์

- ตลาดเครื่องจักรแปรรูปอาหารของอินเดียมีมูลค่า 1.1 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2024 และคาดว่าจะขยายตัวในอัตรา CAGR ที่ 3.70% สู่ระดับ 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2033 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งและขนมขบเคี้ยวเพื่อความสะดวก ควบคู่กับการขยายตัวของบริการส่งอาหารที่ต้องการเครื่องมือที่เชื่อถือได้สำหรับการรักษาคุณภาพและการยืดอายุการเก็บรักษา
- กฎระเบียบด้านวัสดุรีไซเคิล (Recycled-Content Mandates) และความต้องการของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้อุตสาหกรรมกระดาษและกระดาษแข็งสามารถขยายสัดส่วนในตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารได้อย่างต่อเนื่อง โดยครองสัดส่วน 39.18% ในปี 2025 และเติบโตในอัตรา CAGR ที่ 7.35%

• ภาคเทคโนโลยีการแปรรูปอาหารของอินเดียมีโอกาสอย่างมากในระบบอัตโนมัติและเครื่องจักรสำหรับทุก segment โดยเฉพาะการคัดแยก การบรรจุภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพ และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งขับเคลื่อนด้วย AI, IoT และหุ่นยนต์ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพ ความปลอดภัยอาหาร และความยั่งยืน

4.6 เครื่องดื่ม (Beverages)

4.6.1 แนวโน้มตลาดปัจจุบันและพัฒนาการในอดีต

• ในปี 2025 ตลาดเครื่องดื่มบรรจุภัณฑ์ในอินเดีย (เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์) มีมูลค่า 34.71 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ[1] และคาดว่าจะขยายตัวสู่ระดับ 69.04 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2034 ที่อัตรา CAGR ประมาณ 7.94% (IMARC, 2025)

• กลุ่มเครื่องดื่มหลักในตลาดอินเดียแบ่งได้เป็นกลุ่มต่างๆ อาทิ น้ำอัดลม (soft drinks) น้ำดื่มบรรจุขวด (bottled water) น้ำผลไม้และเครื่องดื่มผลไม้ ชาและกาแฟสำเร็จรูป เครื่องดื่มชูกำลังและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (energy & functional drinks) เป็นต้น

4.6.2 โครงสร้างการแข่งขัน

• ผู้ประกอบการรายสำคัญในอุตสาหกรรมแปรรูปเครื่องดื่มของอินเดีย ได้แก่ Nestlé India (เครื่องดื่มที่มีนมเป็นส่วนประกอบ Nescafé Cold Coffee, Milkmaid และเครื่องดื่มโภชนาการ) Bisleri International (ผู้นำตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด โดยมีพอร์ตผลิตภัณฑ์ครอบคลุมทั้งน้ำดื่มบรรจุขวด เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์อัดลม (Carbonated Soft Drinks: CSD) และ Energy Drinks ในแบรนด์ Bisleri, Vedica) และผู้ผลิตรายใหม่ที่กำลังเข้าสู่ตลาดด้วยกลยุทธ์ราคา เช่น Reliance Consumer Products ที่เปิดตัว Campa Sure ในเดือนตุลาคม 2025

• อินเดียกำลังเร่งพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปเครื่องดื่มภายในประเทศ เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าและเสริมสร้างศักยภาพของภาคการผลิต โดยผู้ประกอบการภายในประเทศ อาทิ Repute ได้พัฒนาและผลิตระบบ UHT Plant สำหรับการแปรรูปนมและเครื่องดื่มได้ด้วยเทคโนโลยีของตนเอง ขณะที่เทคโนโลยี Aseptic Processing ซึ่งยังมีผู้ผลิตภายในประเทศจำนวนน้อย ปัจจุบันมีการติดตั้งเครื่องบรรจุแบบปลอดเชื้อ (Aseptic Filling Machine) แล้วกว่า 25 เครื่องทั่วประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตภายในประเทศ ซึ่งคาดว่าจะช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (indiabusinesstrade.in, Oct 2023)

• ปัจจุบันแบรนด์ขนาดกลางและผู้ประกอบการรายใหม่ในอินเดียเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับระบบ Digital Manufacturing และการควบคุมคุณภาพด้วยข้อมูลมากขึ้น โดยอาศัยเทคโนโลยีเซนเซอร์อัจฉริยะ ระบบตรวจสอบย้อนกลับแบบ Batch Traceability และสายการบรรจุอัตโนมัติ ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามมาตรฐาน FSSAI ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสียในกระบวนการผลิต และรองรับการขยายการผลิตในอนาคตได้ดียิ่งขึ้น

• ปัจจุบันคู่แข่งในตลาดได้นำกลยุทธ์ที่หลากหลายมาใช้เพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่ตื่นตัวด้านสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการขยายพอร์ตโฟลิโอสินค้าไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ Low-sugar/Sugar-free ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ รวมถึงเครื่องดื่มฟังก์ชันนัล อาทิ เครื่องดื่มให้พลังงาน (Energy Drinks) เครื่องดื่มโปรไบโอติก (Probiotic Drinks) และเครื่องดื่มเสริมภูมิคุ้มกัน (Immunity-Boosting Beverages) เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวได้อย่างตรงจุด

---

[1] ตัวเลขดังกล่าวสอดคล้องกับการประมาณการของ MoFPI ที่ใช้ฐานปี 2023 ที่ USD 30.85 พันล้าน และ CAGR ที่ **7.66%** ซึ่งเมื่อคำนวณต่อยอดสองปีให้ค่าโดยประมาณ USD 35.7 พันล้านในปี 2025 — ตัวเลขทั้งสองชุดอยู่ในกรอบที่สอดคล้องกันทางสถิติตัวเลข CAGR 7.66%

- อ้างอิงจาก MoFPI Sector Profile (ฐานปี 2023–2033) ขณะที่มูลค่าปี 2025 อ้างอิง IMARC Group (2025) ซึ่งทั้งสองชุดใช้ขอบเขตตลาด Non-Alcoholic Beverages เดียวกัน และสอดคล้องกันภายในกรอบความแตกต่าง ±3%ซึ่งเป็นที่ยอมรับในการวิจัย

4.6.3 แนวโน้มตลาดและคาดการณ์

• ตลาดเครื่องดื่มโดยรวมในอินเดียคาดว่าจะยังเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 2025–2033 แต่ในบางหมวด เช่น เครื่องดื่มคาร์บอเนต อาจมีอัตราการเติบโตชะลอตัวเล็กน้อย ขณะที่น้ำดื่มบรรจุขวดและน้ำผลไม้ยังเติบโตได้ดีจากความต้องการด้านเสริมสุขภาพ

• ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional Beverages) ของอินเดียมีมูลค่า 6.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 และคาดว่าจะขยายตัวในอัตราเฉลี่ยสะสม (CAGR) ร้อยละ 10.74 สู่ระดับ 18.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2577 โดยภายในตลาดดังกล่าว หมวด "เครื่องดื่มเฉพาะกลุ่ม" ครอบคลุมน้ำผลไม้สด เครื่องดื่มสมุนไพรและเครื่องดื่มท้องถิ่น เช่น โคคัมเชอร์เบท (Kokum Sherbet) และอามปันนา (Aam Panna) ตลอดจนเครื่องดื่มให้พลังงานและเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลเพื่อสุขภาพลำไส้และเสริมภูมิคุ้มกัน ถือเป็นกลุ่มดาวรุ่งที่มีแนวโน้มเติบโตเร็วกว่าอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10.74 ของตลาดโดยรวม ทั้งนี้ กลุ่มดาวรุ่งนี้คาดว่าจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ผลักดันให้ตลาดเครื่องดื่มบรรจุภัณฑ์โดยรวมของอินเดียเติบโตในระดับปานกลางถึงสูงตลอดช่วง 10 ปีข้างหน้า

• อุตสาหกรรมเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional Beverages) ของอินเดียกำลังผสานองค์ความรู้ด้านอายุรเวท (Ayurveda) เข้ากับกระบวนการผลิตสมัยใหม่ โดยมีการใช้สมุนไพรสำคัญ เช่น ขมิ้น (Turmeric) กะเพรา (Tulsi) อัชวกันธา (Ashwagandha) และกิลอย (Giloy) เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีคุณสมบัติช่วยปรับสมดุลการตอบสนองต่อความเครียด (Adaptogenic) ต้านการอักเสบ และเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ทั้งนี้ การผลิตจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีการสกัดและการแปรรูปที่สามารถคงประสิทธิภาพของสารออกฤทธิ์ที่ไวต่อความร้อน (Heat-sensitive compounds) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนแนวโน้มที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพเชิงองค์รวมมากขึ้น ส่งผลให้เครื่องดื่มไม่ได้ตอบโจทย์เพียงการดับกระหาย แต่ยังมุ่งสร้างคุณประโยชน์ด้านสุขภาพและการป้องกันโรคควบคู่กันไป

4.7 หมวดอื่นๆ (Others)

4.7.1 ความหมายของ “Others” ในโครงสร้างตลาด

• ในโครงสร้างอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดีย หมวด "Others" ครอบคลุม Sub-segment ที่ไม่อยู่ในหมวดหลัก 6 ประเภท ได้แก่ อาหารพร้อมรับประทาน/อาหารแช่แข็ง เครื่องปรุงรสและซอส ส่วนผสมอาหารเชิงหน้าที่ (Functional Ingredients) และอาหารเฉพาะถิ่น กลุ่มเหล่านี้มีความสำคัญในเชิงกระบวนการแปรรูปเพราะต้องการเทคโนโลยีเฉพาะ เช่น Retort Processing, Aseptic Filling, Emulsification และ Microencapsulation ซึ่งแตกต่างจากการแปรรูปขั้นต้นกลุ่ม “Others” มักมีอัตราการเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยในบางหมวด เพราะผูกกับพฤติกรรมไลฟ์สไตล์เมือง ร้านอาหาร ฟูดเดลิเวอรี และอุตสาหกรรมบริการอาหาร (Hotels, QSR, catering)

4.7.2 ตัวอย่างภายใต้กลุ่ม “Others”

1. **อาหารแช่แข็งและอาหารพร้อมทาน (Frozen / Ready-to-Eat Foods)**

• ในปี 2567 ตลาด Ready-to-Eat Food ของอินเดียมีมูลค่า 4.98 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะขยายตัวในอัตรา CAGR ร้อยละ 10.07 สู่ระดับ 10.63 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2575 หากรวมกลุ่ม Ready-to-Cook และ Frozen Meals แล้ว ตลาด Ready-to-Eat Meals มีมูลค่ารวม 6.34 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และคาดว่าจะขยายตัวในอัตรา CAGR ร้อยละ 10.9 สู่ระดับ 19.95 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2578 โดยกลุ่มอาหารแช่แข็ง (Frozen Foods) อาหารพร้อมปรุง (Ready-to-Cook) และอาหารพร้อมอุ่น (Ready-to-Heat) เป็นกลุ่มย่อยที่เติบโตเร็วเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่มีระบบ Cold Chain และซูเปอร์มาร์เก็ตสมัยใหม่ขยายตัว ตัวอย่างที่น่าสนใจ ได้แก่ บริษัท Prasuma ซึ่งเปิดตัวผลิตภัณฑ์ (Ready-to-Eat: RTE) ด้วยเทคโนโลยี Flash Freezing เพื่อรักษาความชื้นและโปรตีนโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการทอด ทั้งนี้ กลุ่ม Frozen Food มีมูลค่า

509.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และเป็นส่วนหนึ่งของตลาด RTE Food โดยรวมซึ่งคาดว่าจะขยายตัวในอัตรา CAGR ร้อยละ 28.8 ในช่วงปี 2568–2573 เพิ่มขึ้นเป็น 2.97 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

- เทคโนโลยีการแปรรูปที่ขับเคลื่อนการเติบโต : การขยายตัวของตลาดอาหารพร้อมรับประทาน (RTE) มีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Retort ในการผลิตอาหารพื้นเมืองของอินเดียในระดับอุตสาหกรรม ทำให้สามารถผลิตอาหารพื้นเมืองที่มีขั้นตอนการปรุงซับซ้อนให้อยู่ในรูปแบบที่เก็บรักษาได้ที่อุณหภูมิห้อง (Shelf-stable) โดยยังคงคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ เทคโนโลยี High-Pressure Processing (HPP) ซึ่งเป็นกระบวนการแปรรูปแบบไม่ใช้ความร้อน (Non-thermal Processing) ยังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากสามารถช่วยคงรสชาติ เนื้อสัมผัส และคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของอาหารได้ดีกว่าวิธีการแปรรูปแบบดั้งเดิม

2. ส่วนผสมอาหารและส่วนผสมเชิงหน้าที่ (Food Ingredients / Functional Ingredients)

- ในปี 2567 **ตลาดส่วนผสมอาหาร**ของอินเดียมีมูลค่าประมาณ 1.15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะขยายตัวไปถึง 1.93 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2575 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ร้อยละ 6.7 ซึ่งได้รับแรงขับเคลื่อนหลักจากความต้องการผลิตภัณฑ์ clean-label ส่วนผสมเชิงหน้าที่ และผลิตภัณฑ์ที่เน้นสุขภาพ โดยความต้องการส่วนผสมประเภท clean-label ส่วนผสมจากพืช และส่วนผสมเชิงฟังก์ชัน กำลังกำหนดทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตำแหน่งทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มทั่วทั้งภูมิภาค ประกอบกับกลุ่มส่วนผสมจากพืช (plant-based ingredients) ครองส่วนแบ่งสูงสุดในปี 2567 และช่องทางจัดจำหน่ายทางอ้อม (Indirect Channel) รวมถึงแพลตฟอร์ม B2B ออนไลน์ มีแนวโน้มเติบโตเร็วกว่าช่องทางตรง สะท้อนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในกระบวนการจัดซื้อส่วนผสมของผู้ผลิตอาหารรายกลางและรายเล็ก
- ตลาดอาหารกลุ่มพรีไบโอติกส์และโปรไบโอติกส์ (Prebiotic and Probiotic Foods) ซึ่งเป็นตลาดที่เกี่ยวเนื่องแต่แยกจากกันมีมูลค่า 4.36 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และคาดว่าจะเติบโตสู่ระดับ 19.14 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2576 ด้วยอัตรา CAGR ที่สูงถึงร้อยละ 16.50 (IMARC, 2025) สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพลำไส้กำลังเติบโตเร็วกว่าตลาดเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลโดยรวม ทั้งนี้เป็นผลมาจากปัจจัยขับเคลื่อนร่วมกัน ได้แก่ การตระหนักรู้ด้านสุขภาพที่เพิ่มขึ้น ความกังวลด้านสุขภาพระบบย่อยอาหารและภูมิคุ้มกัน ตลอดจนความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพเชิงป้องกันที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในตลาดอินเดีย

โครงสร้างตลาดตามประเภทของส่วนผสม

การจัดหมวดหมู่ตลาดส่วนผสมอาหารในอินเดียสามารถแบ่งได้เป็นกลุ่มสำคัญ ดังนี้ (1) กลุ่มสารแต่งกลิ่นและสีธรรมชาติ เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงสุด ขับเคลื่อนด้วยความต้องการรสชาติท้องถิ่นที่หลากหลายในอาหารบรรจุภัณฑ์ โดยมีแนวโน้มเปลี่ยนจากสีสังเคราะห์ไปสู่สีธรรมชาติ (2) กลุ่มไฮโดรคอลลอยด์และสารให้ความคงตัว เป็นส่วนสำคัญในผลิตภัณฑ์แปรรูปสมัยใหม่ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์นม เครื่องดื่ม และอาหารสำเร็จรูป และ (3) กลุ่มส่วนผสมเชิงโภชนาการและเชิงฟังก์ชัน ซึ่งรวมถึงโปรไบโอติกส์ สารต้านอนุมูลอิสระ และสารเสริมชีวภาพ เป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตเร็วที่สุด

ตารางสรุปโครงสร้างตลาดส่วนผสมอาหารอินเดีย ปี 2567–2568

กลุ่มส่วนผสม	ร้อยละ/ มูลค่ารวม	CAGR คาดการณ์
ส่วนผสมเชิงฟังก์ชัน	ประมาณร้อยละ 29 ของตลาดรวม (ปี 2568)	11.3% (2567–2576)
สารเติมแต่งอาหาร (Additives)	3.6 พันล้านดอลลาร์ฯ (ปี 2567)	4.85% (2568–2576)
ส่วนผสมพิเศษ (Specialty)	8.9 พันล้านดอลลาร์ฯ (ปี 2567)	7.5% (2568–2574)
โปรไบโอติกส์	2.2 พันล้านดอลลาร์ฯ (ปี 2567)	17.8% (2568–2576)

กลุ่มส่วนผสม	ร้อยละ/ มูลค่ารวม	CAGR คาดการณ์
พรีไบโอติกส์ + โปรไบโอติกส์ (รวม)	4.36 พันล้านดอลลาร์ฯ (ปี 2567)	16.5% (2568–2576)
สีธรรมชาติ (Carotenoids นำ)	ร้อยละ 40.7 ของตลาดสีธรรมชาติ (ปี 2567)	8.7% (2567–2578)
สารให้ความหวาน (พืช)	ร้อยละ 45.23 ของตลาดสารให้ความหวาน (ปี 2567)	5.45% HIS (2568–2573)
อาหารเสริมพรีไบโอติกส์	ร้อยละ 54.3 ของตลาดพรีไบโอติกส์ (ปี 2568)	12.07% (2567–2573)

ที่มา: Persistence MR / IMARC BlueWeave /Mordor Intelligence/Meticulous Research 2025

ปัจจัยเชิงโครงสร้าง

จากรายงาน FICCI ปี 2567 ระบุว่าผู้บริโภคชาวอินเดียในเขตเมืองร้อยละ 72 ให้ความสำคัญกับอาหารที่มีการเสริมคุณประโยชน์ทางสุขภาพ เช่น อาหารที่มีการเสริมวิตามินและแร่ธาตุ อีกทั้งการสำรวจโดย NielsenIQ ในปี 2566 ยังพบว่าร้อยละ 64 ของผู้บริโภคชาวอินเดียแสวงหาผลิตภัณฑ์ clean-label อย่างตั้งใจ สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในทิศทางที่เอื้อต่อความต้องการในส่วนผสมธรรมชาติ (IMARC, 2025)

นอกจากนี้ การขยายตัวของช่องทางอีคอมเมิร์ซในภาคอาหารของอินเดียเป็นตัวเร่งสำคัญต่อความต้องการส่วนผสมอาหารธรรมชาติ โดยตลาดอาหารออร์แกนิกออนไลน์ของอินเดียคาดว่าจะขยายตัวจาก 210 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 ไปสู่ 1,880 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2578 ซึ่งเป็นช่องทางที่เติบโตเร็วที่สุดในภาคอาหารออร์แกนิก โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซสินค้าเกษตรและอาหารอินทรีย์อย่าง BigBasket / JioMart และ Amazon Fresh/Now สะท้อนถึงแรงดึงดูดความต้องการส่วนผสมธรรมชาติจากผู้ผลิตอาหารที่ต้องปรับสูตรผลิตภัณฑ์ให้สอดรับกับแนวโน้ม clean-label อย่างต่อเนื่อง

การขยายตัวของอีคอมเมิร์ซในภาคอาหารของอินเดียเป็นตัวเร่งสำคัญต่อความต้องการส่วนผสมอาหารธรรมชาติในตลาด โดยตลาดส่วนผสมอาหารธรรมชาติของอินเดียมีมูลค่า 731.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และคาดว่าจะขยายตัวถึง 1,263.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2576 ด้วย CAGR ร้อยละ 6.27 โดยผู้บริโภคให้ความสนใจสูงต่อสารให้ความหวานธรรมชาติอย่างน้ำผึ้งและน้ำตาลโตนด วัตถุกันเสียจากพืช และสารแต่งกลิ่นออร์แกนิก สอดคล้องกับการที่ตลาดอาหารออร์แกนิกของอินเดียเติบโตจาก 2,303 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 ไปสู่ 11,296 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2577 ด้วย CAGR ร้อยละ 19.32 ซึ่งสะท้อนการขยายตัวของความต้องการส่วนผสมในกลุ่ม clean-label อย่างเป็นระบบ โดยมีการซื้อกิจการ Organic India ของบริษัท Tata Consumer Products ในปี 2567 เป็นตัวสะท้อนเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจนของแนวโน้มนี้

3. อาหารเฉพาะถิ่น / ขนมไทย–อินเดียและสินค้านำเข้า

- การนำเข้าสินค้าอาหารแปรรูปของอินเดียมีแนวโน้มขยายตัวในเชิงโครงสร้างอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเบเกอรี่และขนมหวานของอินเดีย ซึ่งพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบรวมมูลค่า 15.05 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 และคาดว่าจะขยายตัวในอัตรา CAGR ร้อยละ 8.76 ไปสู่ 32.05 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2577 โดยอุตสาหกรรมกำลังเข้าสู่ช่วงการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างที่สำคัญ ผู้ประกอบการเบเกอรี่สมัยใหม่เริ่มแสวงหาวัตถุดิบที่มีมาตรฐานสูงเพื่อสร้างความแตกต่างในเชิงรสสัมผัส สะท้อนจากการที่ผลิตภัณฑ์สายพรีเมียมและผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สไตล์อาร์ทิซานขยายตัวอย่างต่อเนื่องในเขตเมืองและ Tier I ปรากฏการณ์นี้ได้สร้างอุปสงค์ต่อส่วนผสมนำเข้าจากต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม โดยอินเดียนำเข้าน้ำตาลและขนมหวานขยายตัวจาก 466 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 ไปสู่ 1.93 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 ขณะที่ รายงานตลาดเบเกอรี่และขนมหวานระดับโลกปี 2568 ยืนยันว่าผลไม้เขตร้อนได้กลายเป็นหนึ่งในส่วนผสมนำเข้าเชิงยุทธศาสตร์ที่ผู้ผลิตอาหารต้องนำมาพิจารณาในการปรับสูตรผลิตภัณฑ์
- ในบริบทนี้ ประเทศไทยในฐานะผู้ส่งออกผลไม้อันดับต้นของโลกมีศักยภาพเชิงการแข่งขันสูง โดยส่งออกผลไม้รวมมูลค่า 6.51 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 ซึ่งอินเดียเป็นหนึ่งในตลาดปลายทางสำหรับลำไยและมังคุด และผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปของไทย โดยเฉพาะผลไม้แช่แข็งแบบ freeze-dried อาทิ ฝรั่ง มะม่วง

และมะพร้าว ซึ่งสามารถรักษารสชาติและคุณค่าทางโภชนาการได้อย่างสมบูรณ์ ในปี 2566 มูลค่าตลาดสินค้าผลไม้แปรรูปทั้งหมดของไทยมีมูลค่าตลาดรวม 286.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (DHL Thailand, 2024) จึงเป็นกลุ่มสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ผลิตเบเกอรี่และขนมหวานอินเดียที่ต้องการวัตถุดิบเขตร้อนคุณภาพสูง พร้อมมาตรฐานความสม่ำเสมอในเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งถือเป็นโอกาสส่งออกที่มีศักยภาพสูงสำหรับผู้ประกอบการไทย

- ในกลุ่มสินค้าที่มีนัยสำคัญต่อตลาดอินเดียโดยตรง คือหมวด 1.4.2 ผลไม้สด ผักสด แช่เย็น แช่แข็ง แห้ง กระป๋องและแปรรูป[2] ซึ่งมีมูลค่าส่งออก 9,826.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.9 ของมูลค่าส่งออกรวม และในไตรมาสแรกของปี 2569 (ม.ค.–มี.ค.) หมวดนี้มีมูลค่า 1,707.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตร้อยละ 16.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งถือเป็นอัตราการขยายตัวที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของภาคการส่งออกโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นถึงอุปสงค์ระดับโลกที่เพิ่มขึ้นต่อสินค้าผลไม้แปรรูปของไทย

- ในมิติของผลิตภัณฑ์แปรรูปเชิงอุตสาหกรรม กรรมวิธี freeze-drying ที่ไทยมีความเชี่ยวชาญสูง ทั้งในกลุ่มทุเรียน มะม่วง มังคุด และมะพร้าว สามารถรักษาคุณสมบัติทางประสาทสัมผัส สี และคุณค่าทางโภชนาการได้อย่างสมบูรณ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความเหมาะสมและมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นวัตถุดิบเชิงอุตสาหกรรม (B2B Ingredients) เพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตเบเกอรี่และขนมหวานอินเดียที่กำลังแสวงหาความแตกต่างด้านรสสัมผัสในผลิตภัณฑ์กลุ่มพรีเมียม

ความต้องการผลไม้นำเข้าในตลาดอินเดีย

ก. การรับรู้รสชาติในระดับสากล	ข. อิทธิพลโซเชียลมีเดีย	ค. การตระหนักด้านสุขภาพ
•การท่องเที่ยวและสื่อระดับนานาชาติกระตุ้นความคุ้นเคยกับอาหารตะวันตก เอเชีย และฟิวชัน • ผู้บริโภคยอมรับเบอร์รี่ อะโวคาโด และผลไม้เขตร้อน เป็นผลไม้ที่เข้าถึงได้ในชีวิตประจำวัน • เชนร้านอาหารต่างชาติเร่งปรับฐานผู้บริโภค	• Instagram และ YouTube สร้างเทรนด์ขนมหวาน "Instagrammable" อย่างรวดเร็ว • มะม่วง มะเดื่อ แก้วมังกรถูกใช้เพื่อความสวยงามของภาพ •อินฟลูเอนเซอร์และบล็อกเกอร์เร่งการยอมรับผลิตภัณฑ์	• ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับส่วนผสมธรรมชาติและคุณค่าทางโภชนาการ • ผลิตภัณฑ์ Clean Label ไม่มีสารเติมแต่ง ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น • ผลไม้เอกซอติกถูกมองว่า premium สด และอุดมด้วยคุณค่า

★ **ข้อสังเกต:** ความต้องการผลไม้นำเข้าในอินเดียกำลังเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างจากสินค้าเฉพาะกลุ่มสู่กระแสหลักในตลาดเมือง โดยเฉพาะในภาคธุรกิจเบเกอรี่และขนม เปิดโอกาสให้ประเทศไทยสามารถวางตำแหน่งผลไม้เขตร้อนในฐานะวัตถุดิบคุณภาพสูงและเชื่อถือได้สำหรับ อุตสาหกรรมอาหารพรีเมียมของอินเดีย

ศักยภาพของผลไม้ไทยในอุตสาหกรรมเบเกอรี่อินเดีย

ผลไม้ไทย	รูปแบบการแปรรูปและการประยุกต์ใช้ในเบเกอรี่
มะม่วง (พันธุ์ไทย) *วัตถุดิบหลัก / เขตร้อน*	**รูปแบบ:** เนื้อแช่แข็ง เพียวเร่ | **ประยุกต์ใช้:** มูส ชีสเค้ก ไส้เค้ก กลาซ สปันจ์เค้ก ทาร์ต — รสหวานสม่ำเสมอ สีสด เหมาะสำหรับการผลิตเชิงอุตสาหกรรมตลอดทั้งปี

[2] ระบบการจัดหมวดหมู่สินค้าส่งออกตามมาตรฐานของ**กระทรวงพาณิชย์ (สนค. - สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า)**

สับปะรด *สารเพิ่มรสชาติ / เขตร้อน*	**รูปแบบ:** แช่แข็งชิ้น บด เพียวเร่ | **ประยุกต์ใช้:** เค้กสับปะรด ทาร์ต ไส้ อัพไซด์ดาวน์เค้ก กลาซ — รสหวานอมเปรี้ยวเด่นชัด เสริมโปรไฟล์รสชาติขนมไทยและสมัยใหม่
มะพร้าว *วัตถุดิบฟังก์ชัน / ทดแทนนมและเนย*	**รูปแบบ:** มะพร้าวขูดแห้ง น้ำกะทิ ครีมมะพร้าว มะพร้าวขูดแช่แข็ง/อ่อนแช่แข็ง/มะพร้าว flake | **ประยุกต์ใช้:** เค้ก มาการอง ฟรอสติ้ง ขนม Vegan — วัตถุดิบสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ Plant-Based และปราศจากนม
เงาะ / ลำไย *ตกแต่ง / วัตถุดิบเสริม*	**รูปแบบ:** กระป๋อง แช่แข็ง แช่น้ำเชื่อม | **ประยุกต์ใช้:** เพสตรี้ผลไม้ เยลลี่ ไส้ ท็อปปิ้ง ขนมตกแต่ง — เพิ่มความหลากหลายทางสัมผัส รสหวานอ่อน อายุการเก็บรักษายาว
ทุเรียน *พรีเมียม / วัตถุดิบเฉพาะทาง*	**รูปแบบ:** เนื้อแช่แข็ง เพียวเร่ | **ประยุกต์ใช้:** เค้ก มูส มูนเค้ก ขนมหวานสายเอเชีย — วัตถุดิบ High-End ที่ให้รสเข้มข้นเป็นเอกลักษณ์ สร้างความแตกต่างในตลาด Premium

✦ **ข้อสังเกต:** ผลไม้ไทยมีความสามารถสูงในการปรับรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมเบเกอรี่อินเดีย ทั้งในรูปแบบสด แช่แข็ง อบแห้ง และแปรรูป ซึ่งช่วยให้สามารถใช้งานได้ตลอดทั้งปีด้วยคุณภาพมาตรฐานสม่ำเสมอ อีกทั้งยังเป็นโอกาสเชิงยุทธศาสตร์สำหรับการส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรแปรรูปไทยในตลาดอินเดีย

โอกาสทางการค้าสำหรับผู้ส่งออกไทย

ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปศักยภาพสูงในตลาดอุตสาหกรรมเบเกอรี่อินเดีย

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูงสำหรับการส่งออก (What to Export)

1	**เพียวเร่ผลไม้ (Fruit Purees)** *ความต้องการสูง — เบเกอรี่พรีเมียมและเครื่องดื่ม*	เพียวเร่ผลไม้ไทยตอบโจทย์อุตสาหกรรมเบเกอรี่ระดับสูงและเครื่องดื่มคาเฟ่ได้อย่างครอบคลุม ด้วยความสม่ำเสมอของคุณภาพ รสชาติที่โดดเด่น และความสะดวกในการใช้งานร้านเบเกอรี่และเชนคาเฟ่ระดับพรีเมียมให้ความนิยมในการนำเข้าเพียวเร่สำเร็จรูปเพื่อรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ในทุกสาขา **ตัวอย่าง:** *เพียวเร่เสาวรสสำหรับมูสเค้กและเอแคลร์ • เพียวเร่มะพร้าวสำหรับชีสเค้กรสเขตร้อน • เพียวเร่ลิ้นจี่สำหรับเครื่องดื่มคาเฟ่และซอสของหวาน*
2	**เนื้อผลไม้แช่แข็ง (Frozen Fruit Pulp)** *เหมาะสำหรับการผลิตขนาดใหญ่และการผลิตตลอดทั้งปี*	เนื้อผลไม้แช่แข็งให้คุณภาพที่เสถียรและสามารถจัดหาได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี เหมาะสำหรับโรงงานเบเกอรี่อุตสาหกรรม โรงแรม และผู้ผลิตของหวาน ช่วยลดการพึ่งพาผลไม้สดตามฤดูกาล ในขณะที่ยังคงรักษารสชาติและเนื้อสัมผัสของผลผลิต **ตัวอย่าง:** *เนื้อสับปะรดสำหรับเดนิชเพสตรี้และไส้เบเกอรี่ • เนื้อฝรั่งสำหรับกลาซเคลือบของหวาน • เนื้อทุเรียนสำหรับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สายเอเชีย Premium• เนื้อมะพร้าวอ่อนแช่แข็ง*
3	**ไส้ผลไม้สำเร็จรูป (Ready-Made Fruit Fillings)** *โซลูชันประหยัดเวลาสำหรับเชนเบเกอรี่*	ไส้ผลไม้ที่ทนต่ออุณหภูมิการอบช่วยให้ผู้ประกอบการเบเกอรี่ลดเวลาในการเตรียม ลดต้นทุนแรงงาน และลดความไม่สม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการพัฒนาเมนูเบเกอรี่แนวทรอปิคัลและฟิวชัน **ตัวอย่าง:** *ไส้สับปะรดสำหรับพัฟเพสตรี้และโดนัท • ไส้เบอร์รีรวมสำหรับครัวซองต์และเค้ก • ไส้มะพร้าวสำหรับขนมปังและสแน็คเบเกอรี่*
4	**ผลไม้ฟรีซดรายและอบแห้ง (Freeze-Dried & Dehydrated)** *ความต้องการเพิ่มขึ้นในกลุ่ม Premium และ รักสุขภาพ*	ผู้บริโภคอินเดียที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความพรีเมียมหันมาให้ความนิยมกับผลไม้ฟรีซดรายและอบแห้ง เนื่องจากมีความสวยงามดึงดูด รสชาติธรรมชาติ และอายุการเก็บรักษาที่นาน **ตัวอย่าง:** *แก้วมังกรฟรีซดรายสำหรับตกแต่งเค้ก • ลำไยอบแห้งในคุกกี้และกราโนลาบาร์ • กล้วยอบกรอบในเบเกอรี่กูร์เมต์และคาเฟ่*

5	**ผลไม้แช่แข็งแบบ IQF (Individually Quick Frozen)** *ศักยภาพสูงในคาเฟ่สมัยใหม่และกลุ่มของหวาน*	ผลไม้แช่แข็งแบบ IQF รักษาความสดใหม่ รูปทรง และคุณภาพการนำเสนอของผลผลิต เหมาะสำหรับของหวานพรีเมียมและการดำเนินงานเบเกอรี่ขนาดเร็ว นอกจากนี้ยังช่วยลดของเสียและลดความยุ่งยากในการเตรียมวัตถุดิบ **ตัวอย่าง:** *เงาะ IQF สำหรับท็อปปิ้งของหวาน • มะม่วงแช่แข็งลูกเต๋าสำหรับวาฟเฟิลและพาร์เฟต์ • ขนุนแช่แข็งสำหรับเพสตรี้ฟิวชันและของหวานรสเขตร้อน*

✦ **ข้อสรุปเชิงยุทธศาสตร์ :**

- ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปของไทยทั้ง 5 รูปแบบล้วนมีศักยภาพเชิงพาณิชย์สูงในตลาดอินเดียโดยครอบคลุมตั้งแต่กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตขนาดใหญ่ไปจนถึงกลุ่มผู้บริโภค Premium และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- ตลาดนี้จึงเปิดโอกาสให้ผู้ส่งออกไทยในกลุ่ม **ส่วนผสมอาหาร น้ำซอส ขนมพร้อมรับประทาน และสินค้าผลไม้/ผักแปรรูป** ที่สามารถผสานกับรสนิยมอาหารอินเดียได้ดี
- การส่งเสริมการส่งออกในรูปแบบดังกล่าว**จะช่วยยกระดับมูลค่าสินค้าเกษตรไทยและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เชิงยั่งยืนในตลาดอาหารแปรรูปของอินเดีย**

4.7.3 แนวโน้มตลาดและคาดการณ์

• กลุ่ม "Others" โดยรวมคาดว่าจะเติบโตในระดับ **สูงกว่าค่าเฉลี่ยของตลาดแปรรูปอาหารทั้งระบบ** เนื่องจากถูกขับเคลื่อนโดยไลฟ์สไตล์เมือง ผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน วัยรุ่น และกลุ่ม middle–high income ที่ต้องการความสะดวก ความแปลกใหม่ และสินค้า "พรีเมียม"

• การลงทุนในระบบ cold chain แพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซ และร้านอาหาร QSR/food delivery คาดว่าจะสนับสนุนให้หมวดนี้กลายเป็น "growth driver" สำคัญของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารในอินเดียในช่วงปี 2025–2033

5.ผู้เล่นสำคัญในตลาด

5.1 ผลไม้ ผัก และธัญพืชแปรรูป (Fruits, Vegetables and Processed Grains)

- Dabur India

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2427 เป็นหนึ่งในบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) ที่เก่าแก่ของอินเดีย โดยมีจุดเด่นด้านผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรและอายุรเวท (Ayurveda) บริษัทมีพอร์ตสินค้าที่หลากหลาย ครอบคลุมอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ น้ำผลไม้ (แบรนด์ Real) ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล

Dabur มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายครอบคลุมทั้งในอินเดียและมากกว่า 100 ประเทศทั่วโลก โดยมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมจากวัตถุดิบธรรมชาติ และการตอบสนองต่อแนวโน้มผู้บริโภคด้านสุขภาพและความยั่งยืน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งในตลาดอาหารและเครื่องดื่มแปรรูป

- Godrej Group

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2440 เป็นกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ (conglomerate) ของอินเดียที่ดำเนินธุรกิจหลากหลายอุตสาหกรรม รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภค อสังหาริมทรัพย์ เกษตรกรรม และเคมีภัณฑ์ ในภาคอาหาร กลุ่ม Godrej มีบทบาทสำคัญผ่านบริษัทในเครือ เช่น Godrej Agrovet ซึ่งดำเนินธุรกิจด้านอาหารสัตว์ การเกษตร และการแปรรูปสินค้าเกษตร

กลุ่มบริษัทมีความแข็งแกร่งด้านการวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีการผลิต และเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานอาหาร ตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบไปจนถึงการแปรรูปและการตลาด

- ITC Limited

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2453 เป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ของอินเดียที่ดำเนินธุรกิจครอบคลุมหลายภาคส่วน ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) เกษตรกรรม โรงแรม กระดาษ และบรรจุภัณฑ์ ในภาคอุตสาหกรรมอาหาร ITC เป็นหนึ่งในผู้เล่นสำคัญ โดยมีแบรนด์อาหารที่เป็นที่รู้จัก เช่น Aashirvaad, Sunfeast และ Yippee!

บริษัทมีจุดแข็งด้านการบูรณาการห่วงโซ่อุปทาน (integrated value chain) ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจากเกษตรกร การแปรรูป ไปจนถึงการกระจายสินค้า นอกจากนี้ ITC ยังให้ความสำคัญกับความยั่งยืน การพัฒนาเกษตรกร และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร ซึ่งช่วยเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของอินเดียในระยะยาว

5.2 นมและผลิตภัณฑ์นม (Milk and Milk Products)

- Amul

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2489 เป็นสหกรณ์โคนมชั้นนำของอินเดียภายใต้การดำเนินงานของ Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation โดยมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน “White Revolution” ของประเทศ Amul เป็นหนึ่งในผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมรายใหญ่ที่สุดของโลก ครอบคลุมสินค้า อาทิ นมสด เนย ชีส ไอศกรีม และผลิตภัณฑ์นมแปรรูปอื่น ๆ

รูปแบบธุรกิจของ Amul เป็นระบบสหกรณ์ที่เชื่อมโยงเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมหลายล้านรายทั่วประเทศ ทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาคเกษตรและยกระดับรายได้ของเกษตรกร พร้อมทั้งมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วอินเดียและตลาดต่างประเทศ

- Nestlé

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2409 เป็นบริษัทอาหารและเครื่องดื่มข้ามชาติจากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และเป็นหนึ่งในบริษัทอาหารที่ใหญ่ที่สุดในโลก ดำเนินธุรกิจครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท เช่น นมและผลิตภัณฑ์นม อาหารเด็ก กาแฟ อาหารสำเร็จรูป และขนมขบเคี้ยว

ในประเทศอินเดีย Nestlé India มีบทบาทสำคัญในตลาดอาหารแปรรูป โดยมีแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เช่น Maggi, Nescafé และ KitKat บริษัทให้ความสำคัญกับนวัตกรรม โภชนาการ และความยั่งยืน ควบคู่กับการขยายกำลังการผลิตและเครือข่ายการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

- Britannia Industries

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2435 เป็นหนึ่งในบริษัทอาหารแปรรูปที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงของอินเดีย โดยมีประวัติการดำเนินธุรกิจยาวนานกว่า 100 ปี และได้รับการยอมรับในฐานะแบรนด์อาหารที่มีความน่าเชื่อถือสูงในประเทศ บริษัทมีความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์กลุ่มเบเกอรี่และนม โดยมีพอร์ตสินค้าที่หลากหลาย ครอบคลุมบิสกิต ขนมปัง เค้ก รัสก์ (ขนมปังกรอบ) รวมถึงผลิตภัณฑ์นม อาทิ ชีส เครื่องดื่ม นม และโยเกิร์ต

บริษัทเป็นผู้นำในตลาดบิสกิตของอินเดีย และยังครองตำแหน่งผู้นำในตลาดขนมปังในระบบค้าปลีกสมัยใหม่ (organised market) อีกทั้งมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมร้านค้าปลีกกว่า 5 ล้านแห่ง สามารถเข้าถึงผู้บริโภคประมาณร้อยละ 50 ของครัวเรือนทั่วประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ การสร้างนวัตกรรมด้านอาหาร และการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของอินเดีย

5.3 เนื้อสัตว์ สัตว์ปีก และผลิตภัณฑ์ทางทะเล (Meat, Poultry and Marine Products)

- IB Group

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2528 และได้พัฒนาเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความหลากหลายทางธุรกิจ ครอบคลุมทั้งธุรกิจสัตว์ปีก สินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) สารสกัด (Solvent) อาหารสัตว์ ปศุสัตว์ อาหารสัตว์เลี้ยงเฉพาะทาง และธุรกิจโรงแรม โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองราชนันด์กาวน์ รัฐฉัตติสครห์ (Rajnandgaon, Chhattisgarh)

บริษัทให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา (R&D) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และการพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพ เพื่อยกระดับคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ปีกในชนบท ตลอดจนกลุ่มผู้ด้อยโอกาส อาทิ เด็ก สตรี และเยาวชน ผ่านการดำเนินโครงการด้านสังคมและเศรษฐกิจในหลากหลายมิติ

- Cargill

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2408 เป็นบริษัทเอกชนด้านอาหารและเกษตรกรรมระดับโลกจากสหรัฐอเมริกา โดยดำเนินธุรกิจครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานอาหารตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ การจัดหาและค้าสินค้าเกษตร การแปรรูปอาหาร การผลิตส่วนผสมอาหาร โภชนาการสัตว์ และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม บริษัทมีการดำเนินงานในกว่า 70 ประเทศ และมีพนักงานมากกว่า 150,000 คนทั่วโลก

ในประเทศอินเดีย Cargill India เริ่มดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 โดยมีธุรกิจหลักในด้านน้ำมันพืช อาหารและส่วนผสมอาหาร ธัญพืชและเมล็ดพืชน้ำมัน โภชนาการสัตว์ และการค้าสินค้าเกษตร พร้อมทั้งมีโรงงานผลิตมากกว่า 10 แห่งทั่วประเทศ บริษัทให้ความสำคัญกับนวัตกรรม เทคโนโลยี และความยั่งยืนในการผลิตอาหารและโปรตีน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก

- VH Group

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2514 เป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจสัตว์ปีกที่ใหญ่ที่สุดของอินเดีย โดยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมไก่เนื้อและไข่ของประเทศ (มักเป็นที่รู้จักผ่านแบรนด์ “Venky’s”) บริษัทดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่การเพาะพันธุ์สัตว์ปีก โรงฟักไข่ การผลิตอาหารสัตว์ การแปรรูปเนื้อสัตว์ ไปจนถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป

บริษัทมีการขยายธุรกิจไปสู่หลายภาคส่วน ได้แก่ เวชภัณฑ์สัตว์ (animal healthcare) อาหารสัตว์ และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และมาตรฐานความปลอดภัยอาหารระดับสากล นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการสนับสนุนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ปีกผ่านระบบ contract farming ซึ่งช่วยยกระดับรายได้และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในภาคชนบทของอินเดีย

5.4 อาหาร (พร้อมรับประทาน/พร้อมปรุง) (Consumer Food: Ready-to-Eat, Ready-to-Cook)

- **Jubilant FoodWorks**

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2538 บริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์หลัก (master franchise) แต่เพียงผู้เดียวจาก Domino's Pizza ในการพัฒนาและดำเนินธุรกิจแบรนด์ Domino's Pizza ในอินเดีย ศรีลังกา บังกลาเทศ และเนปาล

ในประเทศอินเดีย บริษัทมีเครือข่ายร้าน Domino's ที่ครอบคลุมอย่างกว้างขวางจำนวน 1,928 สาขาใน 407 เมือง นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับสิทธิในการพัฒนาและดำเนินธุรกิจ Popeyes ในอินเดีย บังกลาเทศ เนปาล และภูฏาน รวมถึง Dunkin' ในอินเดีย โดยปัจจุบันมีร้าน Popeyes จำนวน 32 สาขาใน 10 เมือง และร้าน Dunkin' จำนวน 25 สาขาใน 8 เมือง ขณะเดียวกัน บริษัทยังได้พัฒนาแบรนด์ร้านอาหารของตนเองภายใต้ชื่อ Hong's Kitchen ซึ่งเป็นร้านอาหารจีน โดยมีจำนวน 22 สาขาใน 4 เมือง สะท้อนถึงกลยุทธ์การขยายธุรกิจที่มุ่งเน้นทั้งการบริหารแบรนด์ระดับสากลและการสร้างแบรนด์ของตนเองในตลาดอินเดีย

- **MTR Foods**

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2467 โดยมีจุดเริ่มต้นจากธุรกิจร้านอาหารในเมืองเบงกาลูรู ก่อนจะพัฒนาเป็นหนึ่งในผู้ผลิตอาหารแปรรูปและอาหารพร้อมรับประทาน (ready-to-eat) และพร้อมปรุง (ready-to-cook) ชั้นนำของอินเดีย ปัจจุบันบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม Orkla จากประเทศนอร์เวย์

MTR Foods มีความเชี่ยวชาญในการผลิตอาหารอินเดียแบบดั้งเดิมในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ อาทิ เครื่องแกง ข้าวพร้อมรับประทาน อาหารสำเร็จรูป และของหวาน โดยเน้นคุณภาพ รสชาติแบบต้นตำรับ และความสะดวกในการบริโภค บริษัทมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายครอบคลุมทั่วอินเดียและส่งออกไปยังหลายประเทศ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

- **Adani Wilmar**

ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2542 เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง Adani Group และ Wilmar International โดยดำเนินธุรกิจในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารและสินค้าเกษตรแปรรูป

บริษัทเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดน้ำมันพืชบริโภคของอินเดีย ภายใต้แบรนด์ "Fortune" และได้ขยายพอร์ตสินค้าไปสู่กลุ่มอาหารหลากหลายประเภท เช่น แป้งสาลี ข้าว น้ำตาล ถั่วพัลส์ และอาหารสำเร็จรูป โดยมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั้งประเทศและห่วงโซ่อุปทานครบวงจร ตั้งแต่การจัดหา การแปรรูป ไปจนถึงการกระจายสินค้า นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการสร้างความมั่นคงทางอาหาร (food security) และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

6. การแบ่งส่วนตลาดตามภูมิภาค (Regional Breakup) ปี 2567–68

อันดับ 1 — ใหญ่ที่สุด ภาคตะวันตก :มหาราษฏระ · คุชราต · ราชสถาน

- ศูนย์กลางการแปรรูปอาหารที่ใหญ่ที่สุดของอินเดีย นำโดยมุมไบและปูเน่
- มหาราษฏระเป็นผู้นำด้าน Processed Dairy, Fruits & Packaged Foods
- คุชราตเป็นฐานผลิตภัณฑ์จากนม Dairy (Amul) และขนม Snack Processing ระดับโลก
- ท่าเลชายฝั่งตะวันตก เอื้อต่อการส่งออกไปยังตะวันออกกลางและแอฟริกา
- อันดับ 1 ด้านส่วนแบ่งตลาดอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (F&B)

อันดับ 2 — แข็งแกร่งมาก ภาคเหนือ : อุตตรประเทศ · หรยาณา · ปัญจาบ · เดลี

- อุตตรประเทศ: ฐานการแปรรูปธัญพืชและผักที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ
- ปัญจาบและหรยาณา: ผู้นำด้าน Dairy, Wheat Processing และ Basmati Rice
- เขตนครหลวงเดลีและปริมณฑล (Delhi NCR): เป็นตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่มีความต้องการอาหารพร้อมรับประทาน (RTE) และอาหารพร้อมปรุง (RTC) ในระดับสูง
- ได้รับการสนับสนุน FDI และโครงสร้างพื้นฐานค้าปลีกที่พัฒนาแล้ว

อันดับ 3 — เติบโตเร็ว ภาคใต้ : อานธรประเทศ · เตลังคานา · กรณาฏกะ · เกรละ · ทมิฬนาฑู

- อานธรประเทศและเตลังคานา: ผู้ผลิตสัตว์ปีกรายใหญ่ที่สุด (Poultry Hub)
- เกรละ: ผู้นำด้าน Fisheries Processing และ Spice Processing
- ทมิฬนาฑูและกรณาฏกะ: ฐาน IT + FoodTech Startup ที่เติบโตเร็ว
- การบริโภคเครื่องดื่มและเบเกอรี่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ
- อันดับ 1 ในการส่งออกประมงและเครื่องเทศ

อันดับ 4 — ตลาดเกิดใหม่ ภาคตะวันออก : เบงกอลตะวันตก · โอริสสา · ฌาร์ขัณฑ์ · อัสสัม

- ตลาดที่กำลังเติบโต ขับเคลื่อนโดยการขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็ว
- เบงกอลตะวันตก: Amul สร้างโรงงานผลิต Dahi ใหญ่สุดในโลกที่โกลกาตา
- ศักยภาพสูงด้านการแปรรูปข้าว ชา (Assam Tea) และอาหารทะเล
- ยังขาด Cold Chain และโครงสร้างพื้นฐาน — โอกาสการลงทุนที่ยังเปิดกว้าง
- มีศักยภาพสำหรับการเป็นฐานอุตสาหกรรมแปรรูปข้าวและชา

ที่มา: IBEF · ResearchAndMarkets · KenResearch 2025

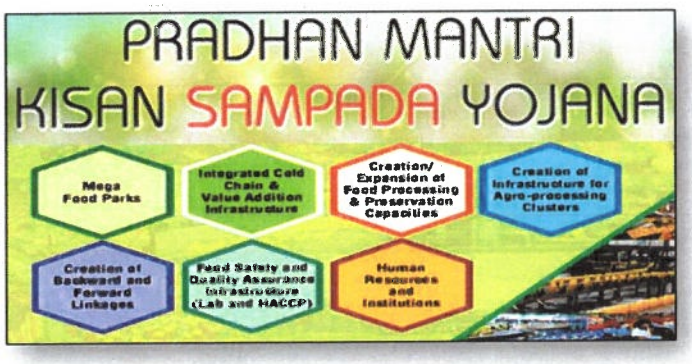
ประเด็นเชิงภูมิภาค: ภาคตะวันตกครองส่วนแบ่งตลาดใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร โดยมหาราษฏระ อุตตรประเทศ และคุชราตเป็นภูมิภาคหลักที่ครองตลาด โดยรัฐมหาราษฏระเป็นศูนย์กลางสำคัญของอุตสาหกรรมแปรรูปนม ผลไม้ และอาหารบรรจุหีบห่อ ขณะที่รัฐคุชราตมีความโดดเด่นด้านอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์นม และการแปรรูปอาหารว่าง อย่างไรก็ดี ตลาดเกิดใหม่ภาคตะวันออก (อันดับ 4) อาจเป็นช่องทางการเจาะตลาดที่มีการแข่งขันต่ำที่สุด เนื่องจากยังขาดโครงสร้างพื้นฐาน Cold Chain อย่างมีนัยสำคัญ ผู้ประกอบการไทยจึงมีโอกาสเข้าไปวางฐานเป็นผู้บุกเบิกด้านวัตถุดิบแปรรูปแช่เย็น-แช่แข็ง (First-Mover Advantage) ก่อนที่คู่แข่งรายใหญ่จะเข้าครองพื้นที่ ควบคู่กับการจับมือกับนักลงทุนท้องถิ่นที่กำลังขยายกำลังการผลิตในภูมิภาคนี้อย่างรวดเร็ว

7. โครงการและนโยบายภาครัฐของอินเดียในภาคอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

7.1 โครงการ Pradhan Mantri Kisan SAMPADA Yojana (PMKSY)

โครงการ PMKSY เป็นโครงการหลักแบบบูรณาการ (Flagship Umbrella Scheme) ของรัฐบาลอินเดีย ที่มุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสมัยใหม่และเสริมสร้างประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานในภาคอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร โดยครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญ อาทิ โครงการ Mega Food Parks ระบบห่วงโซ่ความเย็นแบบครบวงจร (Integrated Cold Chain) กลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป (Agro-processing Clusters) และโครงสร้างพื้นฐานด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety Infrastructure)

โครงการดังกล่าวมุ่งเน้นการสร้างระบบเชื่อมโยงตั้งแต่ภาคการเกษตรสู่ตลาดอย่างไร้รอยต่อ (Farm-to-Market Linkage) เพื่อลดการสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว เพิ่มประสิทธิภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร และยกระดับศักยภาพด้านการจัดเก็บ การขนส่ง และการแปรรูปอาหารของประเทศ



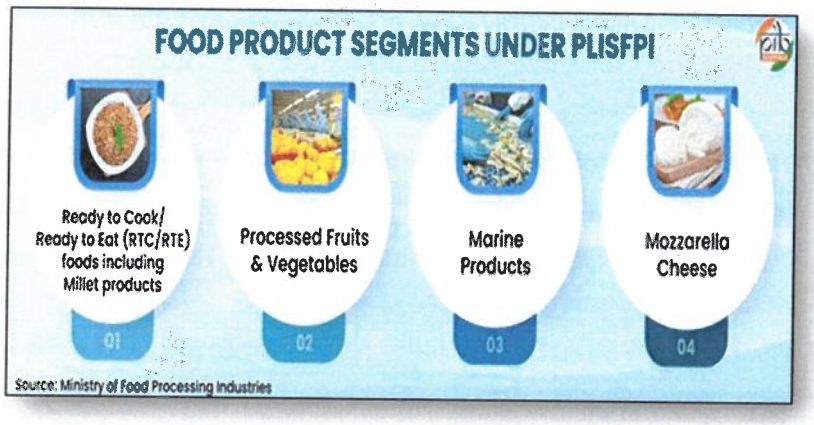
ปัจจุบัน โครงการ PMKSY ได้มีการดำเนินงานครอบคลุมมากกว่า 25 รัฐในอินเดีย รวมถึงรัฐเศรษฐกิจสำคัญ เช่น รัฐมหาราษฏระ รัฐคุชราต รัฐทมิฬนาฑู และรัฐอุตตรประเทศ โดยสามารถดึงดูดการลงทุนรวมมูลค่าประมาณ 406 ล้านรูปีอินเดีย หรือประมาณ 48–49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

วัตถุประสงค์: โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างศักยภาพด้านการแปรรูปและการถนอมอาหาร ตลอดจนปรับปรุงและยกระดับโรงงานแปรรูปอาหารเดิมให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มระดับการแปรรูปและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อลดการสูญเสียและการสูญเปล่าในห่วงโซ่อุปทานอาหารอย่างมีประสิทธิภาพ

7.2 โครงการ Production Linked Incentive Scheme for Food Processing Industry (PLISFPI)

โครงการ Production Linked Incentive Scheme for Food Processing Industry (PLISFPI) เป็นหนึ่งในมาตรการสำคัญของรัฐบาลอินเดียที่มุ่งส่งเสริมการผลิตในระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารในตลาดโลก โดยดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดีย (Ministry of Food Processing Industries: MoFPI)

โครงการดังกล่าวมีวงเงินสนับสนุนรวมประมาณ 10,900 ล้านรูปีอินเดีย (ประมาณ 1.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และกำหนดระยะเวลาดำเนินโครงการอย่างชัดเจนเพื่อสนับสนุนการเติบโตของภาคอุตสาหกรรม ภายใต้โครงการนี้ ภาครัฐจะมอบสิทธิประโยชน์ทางการเงินแก่บริษัทต่าง ๆ ตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น (Incremental Sales) เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการขยายกำลังการผลิต ลงทุนด้านเทคโนโลยี และยกระดับคุณภาพสินค้า โดยมุ่งเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์สำคัญ ได้แก่ ผลไม้และผักแปรรูป อาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat) อาหารพร้อมปรุง (Ready-to-Cook) ผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ตลอดจนผลิตภัณฑ์อาหารนวัตกรรมใหม่ ซึ่งให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างแบรนด์และการส่งเสริมการส่งออก



<u>วัตถุประสงค์:</u> โครงการ PLISFPI มีเป้าหมายเพื่อสร้างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของอินเดียให้สามารถแข่งขันได้ในระดับโลก เสริมสร้างบทบาทของอินเดียในตลาดอาหารระหว่างประเทศ และสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าเพิ่ม แทนการพึ่งพาการส่งออกวัตถุดิบเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ การสนับสนุนด้านการขยายกำลังการผลิต ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และนวัตกรรม จะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันและความทันสมัยของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารอินเดียโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ

7.3 โครงการ BHARATI (Bharat's Hub for Agritech, Resilience, Advancement and Incubation for Export Innovation)

โครงการ BHARATI ซึ่งริเริ่มโดยหน่วยงาน Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA) เป็นโครงการเชิงยุทธศาสตร์ที่มุ่งยกระดับระบบนิเวศด้านการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของอินเดีย ผ่านการส่งเสริมนวัตกรรม การสนับสนุนสตาร์ทอัพ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรและอาหาร แตกต่างจากโครงการสนับสนุนในรูปแบบเงินอุดหนุนแบบดั้งเดิม โครงการ BHARATI ทำหน้าที่ในลักษณะของแพลตฟอร์มบ่มเพาะและเร่งการเติบโตทางธุรกิจ (Incubation and Acceleration Platform) โดยมุ่งสนับสนุนสตาร์ทอัพ องค์กรเกษตรกรผู้ผลิต (Farmer Producer Organizations: FPOs) และบริษัทด้านเทคโนโลยีการเกษตร (Agri-tech Companies) ให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่พร้อมสำหรับการส่งออก (Export-ready Products) และสร้างรูปแบบธุรกิจที่สามารถขยายตัวได้ในเชิงพาณิชย์

โครงการดังกล่าวครอบคลุมการพัฒนาตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่า ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ ระบบโลจิสติกส์ห่วงโซ่ความเย็น (Cold Chain Logistics) ไปจนถึงการกระจายสินค้าในตลาดต่างประเทศ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยอาหารในระดับสากล รวมถึงข้อกำหนดด้านสุขอนามัยและมาตรการทางเทคนิคต่อการค้า (FSSAI/SPS/TBT Compliance) นอกจากนี้ โครงการยังให้การสนับสนุนด้านการให้คำปรึกษาเชิงธุรกิจ (Mentorship) การถ่ายทอดองค์ความรู้ทางเทคนิค ข้อมูลเชิงลึกด้านตลาด (Market Intelligence) ตลอดจนการสร้างโอกาสทางการค้าในระดับนานาชาติผ่านงานแสดงสินค้าและกิจกรรมจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Buyer-Seller Meets)

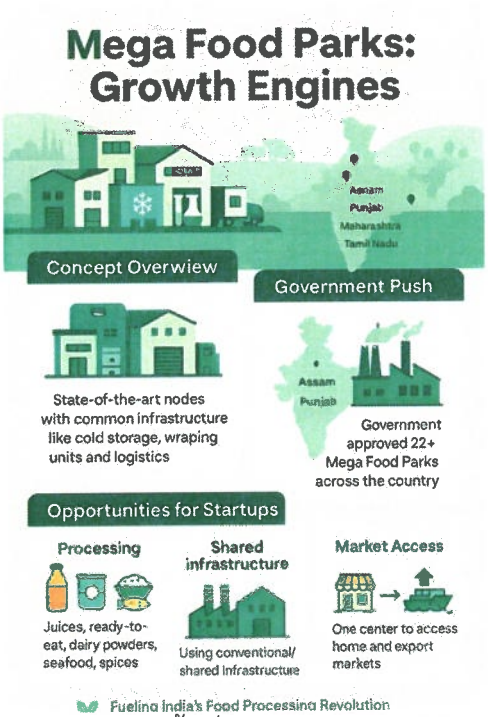
ทั้งนี้ การส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และการแปรรูปอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่าภายใต้โครงการ BHARATI มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอินเดียในตลาดโลก และ

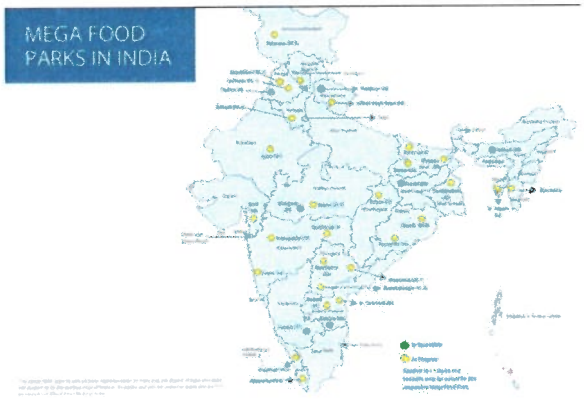
ผลักดันการเปลี่ยนผ่านจากการส่งออกวัตถุดิบไปสู่การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารพรีเมียมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น

7.4 โครงการ Mega Food Park (MFP) Scheme

โครงการ Mega Food Park มีเป้าหมายสร้างระบบที่เชื่อมโยงผลผลิตทางการเกษตรสู่ตลาดอย่างครบวงจร เมื่อเดือนพฤษภาคม 2569 กระทรวงอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (MoFPI) ได้อนุมัติโครงการ MFP แล้วทั้งสิ้น 41 แห่งทั่วประเทศ โดยโครงสร้างพื้นฐานของ Mega Food Parks ประกอบด้วยหน่วยแปรรูปอาหารที่ทันสมัย ศูนย์รวบรวมสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการแปรรูป และระบบห้องเย็นครบวงจร พร้อมแปลงที่ดินพัฒนาพิเศษสำหรับผู้ประกอบการในเขตเกษตรกรรมและพืชสวนที่กำหนดไว้ และในจำนวนดังกล่าวมีโครงการที่เปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์แล้ว 25 แห่ง กระจายอยู่ในหลายรัฐสำคัญ อาทิ รัฐอานธรประเทศ รัฐคุชราต รัฐมัธยประเทศ และรัฐมหาราษฏระ อย่างไรก็ตาม ภายใต้การจัดสรรงบประมาณคณะกรรมาธิการการคลังชุดที่ 15 (15th Finance Commission Cycle) องค์ประกอบ Mega Food Parks ได้ถูกยกเลิกออกจาก PMKSY แล้ว โดยมีการจัดสรรงบประมาณสำหรับพันธะผูกพันที่มีอยู่เดิมเท่านั้น

โครงการ Mega Food Park มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกลไกเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตทางการเกษตรกับตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบูรณาการความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ผู้แปรรูป และผู้ค้าปลีก เพื่อเพิ่มการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร ลดการสูญเสียในห่วงโซ่อุปทาน เพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร และสร้างโอกาสการจ้างงาน โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท





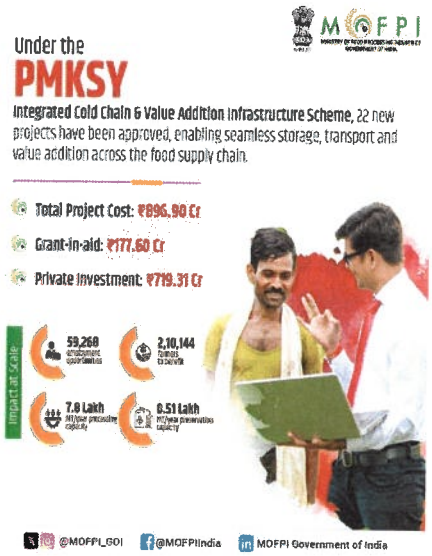
โครงการดังกล่าวดำเนินการภายใต้แนวคิด “Cluster Approach” หรือการพัฒนาในรูปแบบคลัสเตอร์ โดยมุ่งจัดตั้งโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนที่มีความทันสมัยและได้มาตรฐานระดับสากล ภายในพื้นที่เกษตรกรรมและพืชสวนที่มีศักยภาพ (Agri / Horticultural Zones) เพื่อรองรับการจัดตั้งโรงงานแปรรูปอาหารสมัยใหม่บนพื้นที่อุตสาหกรรมภายในโครงการ พร้อมระบบห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงอย่างครบวงจร

ทั้งนี้ โครงการ Mega Food Park ประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานสำคัญด้านห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ ศูนย์รวบรวมผลผลิต (Collection Centers) ศูนย์แปรรูปขั้นต้น (Primary Processing Centers) ศูนย์แปรรูปกลาง (Central Processing Centers) ระบบห่วงโซ่ความเย็น (Cold Chain Infrastructure) ตลอดจนพื้นที่อุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนาอย่างสมบูรณ์ประมาณ 25–30 แปลง เพื่อรองรับผู้ประกอบการในการจัดตั้งโรงงานแปรรูปอาหารภายในโครงการอย่างครบวงจร

7.5 โครงการ Integrated Cold Chain and Value Addition Infrastructure Scheme

โครงการ Cold Chain มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบห่วงโซ่ความเย็น (Cold Chain) แบบครบวงจรและเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่แหล่งผลิตหรือฟาร์มจนถึงผู้บริโภค ณ เดือนมิถุนายน 2568 ได้รับการอนุมัติโครงการแล้ว 395 โครงการทั่วประเทศ โดยในจำนวนนี้มีโครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จและเปิดใช้งานจริงแล้ว 291 โครงการ ในด้านขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานที่สร้างขึ้น ประกอบด้วย ห้องเย็น ห้องบรรยากาศควบคุม (CA/MA) และห้องแช่แข็งลึก รวม 10.3 แสนเมตริกตัน กำลังการแช่แข็งแบบ IQF ที่ 335 เมตริกตันต่อชั่วโมง และกำลังการแปรรูป/เก็บรักษานม 175.8 แสนลิตรต่อวัน ซึ่ง MoFPI ได้เบิกจ่ายเงินอุดหนุนรวมทั้งสิ้น 649.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (หรือประมาณ 6,198.76 โครร์รูปี) นับตั้งแต่เริ่มโครงการ ภายใต้ component schemes ทั้งหมดของโครงการ PMKSY

เมื่อเดือนเมษายน 2569 กระทรวงอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (MoFPI) ของอินเดียได้อนุมัติโครงการใหม่จำนวน 22 โครงการ ภายใต้โครงการ Cold Chain ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนงาน PMKSY โดยโครงการดังกล่าวมีมูลค่าการลงทุนรวมประมาณ 9.50 ล้านเหรียญสหรัฐ (896.90 ล้านรูปี) แบ่งเป็นการสนับสนุนจากภาครัฐ (Grant-in-aid) จำนวน 1.88 ล้านเหรียญสหรัฐ (177.60 ล้านรูปี) และการลงทุนจากภาคเอกชนอีกกว่า 7.62 ล้านเหรียญสหรัฐ (719.31 ล้านรูปี) การขับเคลื่อนนี้มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพระบบการจัดเก็บและการขนส่งแบบไร้รอยต่อ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแปรรูปได้ถึง 7.8 แสนตันต่อปี และรักษาผลผลิตได้ 0.51 แสนตันต่อปี โดยคาดว่าจะสร้างโอกาสการจ้างงานกว่า 59,268 ตำแหน่ง และส่งผลบวกโดยตรงต่อเกษตรกรประมาณ 2.1 แสนรายทั่วประเทศ



8. กฎ ระเบียบ และข้อบังคับ (Regulatory Framework)

หมวดที่ 1 — มาตรฐานความปลอดภัยอาหารและการปฏิบัติตามข้อกำหนด FSSAI

กรอบกฎหมายหลักยังคงอิงตาม **พระราชบัญญัติความปลอดภัยและมาตรฐานอาหาร ปี 2549 (Food Safety and Standards Act, 2006)** โดยผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จัดจำหน่ายทุกรายต้องได้รับใบอนุญาตหรือการขึ้นทะเบียนจาก FSSAI ก่อนดำเนินกิจการ พร้อมรับการตรวจสอบและตรวจประเมินอย่างสม่ำเสมอ

- **ปี 2568:** FSSAI ได้กำหนดให้วันที่ 1 กรกฎาคม 2568 เป็นวันที่บังคับใช้กฎระเบียบด้านการแสดงฉลากและการแสดงผลิตภัณฑ์ฉบับปรับปรุงใหม่ โดยมีการเพิ่มข้อกำหนดด้านการลดปริมาณไขมันทรานส์ในอาหารแปรรูป การแสดงฉลากสารก่อภูมิแพ้ภาคบังคับ และการยกระดับมาตรฐานการตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) ของสินค้า นอกจากนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2568 FSSAI ได้บังคับใช้มาตรการควบคุมการใช้ยาปฏิชีวนะในสัตว์เพื่อการผลิตอาหาร ครอบคลุมสัตว์ปีก ผลิตภัณฑ์นม เนื้อสัตว์ และสัตว์น้ำ
- **ปี 2569: ยกเลิกระบบต่ออายุใบอนุญาต FSSAI แบบมีกำหนดเวลา เปลี่ยนเป็น "Perpetual Validity"** (ใบอนุญาตมีผลตลอดไปจนกว่าจะถูกเพิกถอน) พร้อมปรับเกณฑ์รายได้ขั้นต่ำสำหรับการจดทะเบียนแบบพื้นฐานจาก 12 แสนรูปี (ประมาณ 0.013 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เป็น 1.5 โครรูปี (ประมาณ 0.157 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และนำระบบตรวจสอบตามความเสี่ยง (Risk-Based Inspection) มาใช้แทนการตรวจตามรอบ

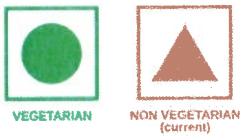
ปฏิทินแบบเดิม ภายใต้ Food Safety and Standards (Licensing and Registration of Food Businesses) Amendment Regulations, 2026

- **ยกเลิกการใช้หมุดและลวดโลหะในบรรจุภัณฑ์อาหารทั่วประเทศ** โดย **FSSAI** ได้ออกคำสั่งทั่วประเทศ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2569 กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทุกรายในอินเดีย ครอบคลุมผู้ประกอบการทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้แปรรูป ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าปลีก และผู้ประกอบการด้านบริการอาหาร คำสั่งนี้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เค้ก กล่องขนมหวาน ถุงของว่าง อาหารสั่งกลับบ้าน และอาหารส่งทุกประเภท เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของวัตถุแปลกปลอม และต่อมา FSSAI ยังออกคำสั่งเพิ่มเติมฉบับที่ 2 เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2569 เกี่ยวกับการห้ามใช้มีดและใบมีดที่เป็นสนิม กัดกร่อน หรือเสียหายในกระบวนการเตรียมและบรรจุอาหารแสดงให้เห็นว่า FSSAI กำลังบังคับใช้มาตรฐานการป้องกันการปนเปื้อนทางกายภาพอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

หมวดที่ 2 — ข้อกำหนดด้านการแสดงฉลากและบรรจุภัณฑ์ (ฉบับล่าสุด 2567–2568)

ข้อมูลภาคบังคับบนฉลากผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งตามกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน ประกอบด้วย

- ชื่อผลิตภัณฑ์และประเภทสินค้า พร้อมคำอธิบายที่ถูกต้องครบถ้วน
- รายการส่วนประกอบเรียงตามลำดับน้ำหนักจากมากไปน้อย
- ข้อมูลโภชนาการ พร้อมแสดงสัดส่วนร้อยละต่อ RDA (Recommended Dietary Allowance) สำหรับน้ำตาลที่เติมเพิ่ม ไขมันอิ่มตัว และโซเดียม โดยต้องพิมพ์ด้วยตัวอักษรตัวหนาขนาดใหญ่ ตามร่างกฎระเบียบ FSSAI ประกาศ ณ วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2568
- การแสดงฉลากสารก่อภูมิแพ้ (Allergen Labeling) ภาคบังคับ ครอบคลุมถั่วลิสง ถั่วเปลือกแข็ง กลูเตน นมและผลิตภัณฑ์นม ถั่วเหลือง และหอย
- หมายเลขใบอนุญาต FSSAI พร้อมโลโก้ FSSAI บนบรรจุภัณฑ์
- สัญลักษณ์มังสวิรัติ (สีเขียว) / ไม่ใช่มังสวิรัติ (สีน้ำตาล) ขนาดไม่น้อยกว่า 4 มม.
- วันที่ผลิต วันหมดอายุ และเลขที่ Batch/Lot
- ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin) ซึ่งมีความสำคัญเป็นพิเศษสำหรับสินค้านำเข้า



ข้อห้ามที่มีผลบังคับใช้ปี 2568: FSSAI ออกประกาศเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2568 ห้ามผู้ประกอบการอาหารทุกรายใช้คำว่า "100%" บนฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ และสื่อโฆษณา เนื่องจากถือเป็นการกล่าวอ้างที่คลุมเครือและอาจสร้างความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค

ข้อห้ามใหม่ที่มีผลบังคับใช้ปี 2569: ห้ามแสดงค่าร้อยละของปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน (% RDA) ของน้ำตาล ไขมันอิ่มตัว และโซเดียม ด้วยขนาดตัวอักษรเล็กเหมือนเดิม — FSSAI บังคับให้แสดงด้วยตัวหนาและขนาดใหญ่ขึ้นบนฉลากหน้าบรรจุภัณฑ์ (Front-of-Pack) พร้อมข้อกำหนดใหม่ด้านโลโก้นมและฉลากส่วนผสมกาแฟ-ชิกโครี มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2569

หมวดที่ 3 — ข้อกำหนดด้านอุณหภูมิและการจัดเก็บรักษา

- ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งต้องจัดเก็บที่อุณหภูมิ **-18 องศาเซลเซียสหรือต่ำกว่า** ตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- ต้องควบคุมอุณหภูมิต่อเนื่องในทุกขั้นตอน ได้แก่ การจัดเก็บ การขนส่งด้วยรถห้องเย็น (Reefer Trucks) และการกระจายสินค้า
- FSSAI ได้ปรับปรุงมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ผักแช่แข็งโดยเฉพาะ ครอบคลุมถั่วฝักยาวแช่แข็ง กะหล่ำดอกแช่แข็ง ถั่วลันเตาแช่แข็ง และผักโขมแช่แข็ง ซึ่งมีนัยสำคัญต่อผู้ส่งออกสินค้าผักแปรรูปจากไทย

หมวดที่ 4 — กฎระเบียบด้านการนำเข้าสินค้าอาหารแช่แข็ง (ฉบับแก้ไข 2568–2569)

- FSSAI ได้ประกาศใช้ **Food Safety and Standards (Import) First Amendment Regulations, 2025** ผ่าน Gazette Notification ลงวันที่ 27 ตุลาคม 2568 โดยมีผลบังคับใช้วันที่ 1 พฤษภาคม 2569 กฎระเบียบฉบับแก้ไขนี้ปรับปรุงขั้นตอนการทดสอบและรายงานผลสำหรับอาหารนำเข้า โดยกำหนดให้ห้องปฏิบัติการที่ทดสอบสินค้านำเข้าต้องใช้วิธีการวิเคราะห์ล่าสุดที่ FSSAI รับรอง
- หากไม่มีวิธีการในคู่มือ FSSAI ห้องปฏิบัติการได้รับอนุญาตให้ใช้วิธีที่ได้รับการรับรองจากองค์กรระหว่างประเทศ ได้แก่ AOAC, ISO, BIS และ Codex Alimentarius พร้อมกำหนดระยะเวลารายงานผลการวิเคราะห์ภายใน **5 วันทำการ** นับจากวันที่ได้รับตัวอย่าง

ข้อกำหนดสำคัญอื่น ๆ สำหรับสินค้านำเข้า ได้แก่

- สินค้านำเข้าต้องผ่านการอนุมัติและตรวจปล่อยจาก FSSAI ก่อนเข้าสู่ตลาด
- ผู้นำเข้าต้องขึ้นทะเบียนกับ FSSAI และปฏิบัติตาม Minimum Remaining Shelf Life ที่กำหนด[3]
- สำหรับผลิตภัณฑ์จากพืช เช่น ผลไม้แช่แข็ง ต้องมี **ใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate)**

หมวดที่ 5 — ข้อกำหนดด้านวัตถุเจือปนอาหารและสารวัตถุกันเสีย

อนุญาตให้ใช้เฉพาะวัตถุเจือปนอาหารที่ได้รับการรับรองจาก FSSAI เท่านั้น โดยสารเติมแต่งทุกชนิดต้องอยู่ภายในขอบเขตที่กำหนด และใช้เฉพาะวัตถุเจือปนที่ระบุใน Appendix A[4] ของระเบียบ FSSAI เท่านั้น พร้อมปฏิบัติตามระเบียบสารปนเปื้อน สารพิษ และสารตกค้าง ปี 2554 (Contaminants, Toxins and Residues Regulations 2011) และ ร่างระเบียบแก้ไข FSS (Contaminants, Toxins and Residues) Amendment Regulations 2024 ซึ่งกำลังอยู่ระหว่างการบังคับใช้

หมวดที่ 6 — ข้อกำหนดด้านห่วงโซ่ความเย็นและสุขอนามัย

โรงงานแปรรูปอาหารต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน GMP และ GHP โดยมีโครงสร้างพื้นฐานที่ครบถ้วน ได้แก่ ระบบ Pre-cooling Facilities ระบบ Blast Freezing Systems และระบบ Temperature Monitoring Systems ทั้งนี้ ขั้นตอนการจัดการและสุขอนามัยในโรงงานต้องเป็นไปตาม Schedule 4 ของระเบียบการออกใบอนุญาตและขึ้นทะเบียน (Licensing and Registration Regulations) และต้องผ่านมาตรฐานจุลชีววิทยาที่ระบุใน Appendix B[5]

ตารางสรุปการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ FSSAI ที่มีผลต่อผู้ส่งออกไทย (2567–2569)

กฎระเบียบ	วันบังคับใช้	ผลกระทบต่อสินค้าไทย
Labelling & Display Amendment 2022	1 ม.ค. 2566 (re-operationalized มิ.ย. 2567)	ปรับฉลากโภชนาการ/สารก่อภูมิแพ้
ห้ามใช้คำ "100%"	28 พ.ค. 2568	ปรับสื่อการตลาดและบรรจุภัณฑ์
HFSS Classification บนฉลาก (High in Fat, Sugar, and Salt: HFSS)	1 ก.ค. 2568	สินค้ากลุ่มขนมและของหวาน

[3] **ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 60 ของอายุการเก็บรักษาทั้งหมด นับ ณ วันที่นำเข้าและตรวจปล่อยจากศุลกากร** ตาม Food Safety and Standards (Import) Regulations, 2017 หากสินค้ามีอายุการเก็บรักษาเหลือน้อยกว่า 7 วัน ผู้นำเข้าต้องยื่นขอหนังสือรับรองไม่มีข้อขัดข้องชั่วคราว (Provisional No-Objection Certificate) เป็นกรณีพิเศษ

[4] **Appendix A** = บัญชีรายชื่อวัตถุเจือปนอาหารที่ได้รับอนุญาต (List of Food Additives) พร้อมระบุปริมาณสูงสุดที่อนุญาตให้ใช้ (Maximum Limit) แยกตามประเภทสินค้าแต่ละหมวด เช่น สารกันบูด สารควบคุมความเป็นกรด-ด่าง อิมัลซิไฟเออร์ และสารให้ความคงตัว ผู้ผลิตต้องใช้เฉพาะรายการที่ระบุไว้เท่านั้นและห้ามเกินปริมาณที่กำหนด

[5] **Appendix B** = ข้อกำหนดด้านจุลชีววิทยา (Microbiological Requirements) ของผลิตภัณฑ์อาหารแต่ละประเภท เช่น ค่ามาตรฐานเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรค เชื้อ บ่งชี้สุขอนามัย และวิธีการสุ่มตัวอย่างตรวจสอบ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารทะเลและผลิตภัณฑ์ประมง

กฎระเบียบ	วันบังคับใช้	ผลกระทบต่อสินค้าไทย
Import First Amendment Regulations 2025	1 พ.ค. 2569	ปรับระบบห้องปฏิบัติการทดสอบ 5 วัน
ยาปฏิชีวนะในอาหารสัตว์	1 เม.ย. 2568	สัตว์ปีก/สัตว์น้ำแปรรูปจากไทย
NABL Lab Network (100 แห่ง) (National Accreditation Board for Testing and Calibration Laboratories or NABL)	ปีงบประมาณ 2568–2569	เข้มข้นการตรวจสินค้านำเข้า

ที่มา: FSSAI Gazette Notifications 2568–2569, MoFPI Press Information Bureau

9.ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์และทิศทางแห่งอนาคตต่ออุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอินเดีย

1. สำหรับผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออก ควรมุ่งพัฒนาศักยภาพการส่งออกสินค้าในกลุ่มที่รองรับระบบห่วงโซ่ความเย็น (Cold Chain Ready) อาทิ สินค้าแช่แข็งแบบ Individual Quick Freezing (IQF) ผลไม้แปรรูปชนิด Frozen Pulp และ Puree เพื่อใช้ประโยชน์จากการขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐานด้านห่วงโซ่ความเย็นของอินเดียที่อยู่ระหว่างการพัฒนาและดำเนินการจำนวนมาก นอกจากนี้ ควรพิจารณาเข้าร่วมเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบหรือส่วนประกอบในฐานะ Tier-2 Supplier ให้แก่โรงงานที่ได้รับสิทธิประโยชน์ภายใต้โครงการ Production Linked Incentive (PLI) ของรัฐบาลอินเดีย เพื่อเพิ่มโอกาสในการเชื่อมโยงเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานภาคอุตสาหกรรมอาหารของประเทศ ตลอดจนแสวงหาความร่วมมือกับโครงการ Mega Food Parks ที่เปิดดำเนินการแล้วทั่วประเทศ เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าและขยายการเข้าถึงเครือข่ายค้าปลีกและผู้บริโภคในตลาดอินเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. หน่วยงานส่งเสริมการค้า ควรเร่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือเชิงธุรกิจกับผู้บริหารโครงการ Mega Food Parks และผู้ประกอบการที่ได้รับสิทธิประโยชน์ภายใต้โครงการ PLI ของอินเดีย โดยมุ่งเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูปซึ่งยังมีสัดส่วนการลงทุนและการแข่งขันไม่สูงนัก เพื่อเชื่อมโยงผู้ส่งออกไทยเข้ากับความต้องการของตลาดได้อย่างตรงจุด นอกจากนี้ ควรจัดกิจกรรม Business Matching เชิงลึกระหว่าง Thai Suppliers กับผู้ซื้อโดยตรง และควรสนับสนุนการจัดคูหาประเทศไทย (Thai Pavilion) ในงานแสดงสินค้าและการประชุมระดับนานาชาติด้านอาหารของอินเดีย โดยนำเสนอวัตถุดิบอาหารแปรรูปจากเขตร้อน (Tropical Processed Ingredients) ที่สอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาเมนูและผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ของผู้ประกอบการอินเดีย ควบคู่กับการผลักดันโครงการความร่วมมือระหว่างสตาร์ทอัพเกษตรและอาหารของไทยกับระบบนิเวศนวัตกรรมอาหารของอินเดีย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันในกลุ่มอาหาร Clean Label และ Functional Food และสร้างโอกาสในการขยายตลาดระยะยาวสำหรับผู้ประกอบการไทยในอินเดีย

งานแสดงสินค้าที่น่าสนใจ: (6 งาน)

1.งาน AAHAAR

งาน AAHAR – The International Food & Hospitality Fair 2026 เป็นงานแสดงสินค้าและเจรจาการค้าด้านอาหารและการบริการในรูปแบบ B2B ขนาดใหญ่ของอินเดียที่ครอบคลุมห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารตั้งแต่สินค้าเกษตรและวัตถุดิบไปจนถึงอาหารแปรรูป กลุ่ม HORECA, Modern Trade, E-commerce และค้าปลีก โดยเป็นเวทีสำคัญที่เชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้ซื้อรายสำคัญเพื่อ

ขับเคลื่อนการค้าและการขยายตลาดระหว่างประเทศ ในการจัดครั้งที่ 40 งานมีผู้แสดงสินค้ากว่า 1,700 ราย (รวมผู้แสดงระหว่างประเทศ 140 รายจาก 23 ประเทศ) และมีผู้เข้าชมเชิงธุรกิจรวมกว่า 100,000 คน สะท้อนขนาดและศักยภาพของงานในเชิงการค้าระหว่างประเทศ ภายในงานครอบคลุมสินค้าเช่น สินค้าเกษตรและอาหาร ขนมหวานและของขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์นม เครื่องดื่ม อาหารเพื่อสุขภาพและทางเลือกจากพืช ธุรกิจบริการอาหาร ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก เทคโนโลยีแปรรูปอาหารและเครื่องจักร พร้อมกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การจับคู่ธุรกิจแบบ B2B การสาธิตโดยเชฟชั้นนำ มาสเตอร์คลาส และ Retail Walk ที่สำรวจแนวทางค้าปลีกแห่งอนาคต ซึ่งทำให้งานเป็นเวทีเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการไทยและผู้สนใจเข้าตลาดอินเดียและภูมิภาคใกล้เคียง

กำหนดการจัดงานครั้งต่อไป: 25 กุมภาพันธ์ – 7 มีนาคม 2570 ณ Bharat Mandapam, Pragati Maidan, New Delhi และศึกษาข้อมูลเพิ่มที่ https://www.itpo.gov.in/aahar-2026-delhi

2.งาน Anuga Select India

งาน Anuga Select India 2026 เป็นงานแสดงสินค้าและเจรจาการค้าด้านอาหารและเครื่องดื่มระดับนานาชาติ และเป็นเวที B2B Sourcing พรีเมียมที่สำคัญของประเทศอินเดีย โดยครอบคลุมห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารตั้งแต่สินค้าเกษตรและวัตถุดิบอาหาร อาหารแปรรูป ไปจนถึงกลุ่ม HORECA, Modern Trade, E-commerce และค้าปลีก งานดังกล่าวทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มเชื่อมโยงผู้ผลิตจากนานาชาติและผู้ผลิตอินเดียเข้ากับผู้ซื้อรายสำคัญในตลาดอินเดียและภูมิภาคใกล้เคียง ภายในงานประกอบด้วยภาคส่วนหลัก ได้แก่ สินค้าเกษตรและอาหาร ผลิตภัณฑ์นม เครื่องดื่ม อาหารคุณภาพรีเมียม ธุรกิจบริการอาหาร ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ขนมหวานและของขบเคี้ยว พร้อมกิจกรรมสำคัญ อาทิ การจับคู่ธุรกิจแบบ B2B การสัมมนา กิจกรรมแสดงนวัตกรรมอาหาร การสาธิตอาหารโดยเชฟชั้นนำ รวมถึงกิจกรรมพิเศษ เช่น Innovative Trends Awards และเวทีสนทนาระดับผู้บริหาร จากการจัดงานในครั้งล่าสุด งานสามารถดึงดูด ผู้เข้าชมเชิงธุรกิจ (Trade Visitors) มากกว่า 21,661 ราย พร้อมด้วย ผู้ร่วมแสดงสินค้าคุณภาพ (Eminent Exhibitors) มากกว่า 380 บริษัท จาก 60 ประเทศ ทั่วโลก ทั้งนี้ งานมีการจัด Country Pavilions จากหลากหลายประเทศ เช่น ไทย เยอรมนี สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บนพื้นที่จัดแสดงรวมกว่า 13,500 ตารางเมตร สะท้อนถึงศักยภาพของงานในฐานะเวทีการค้าอาหารและเครื่องดื่มระดับสากลที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2569 มีกำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 29 กันยายน – 1 ตุลาคม 2569 โดย Koelnmesse Pvt. Ltd. ณ Bombay Exhibition Centre (Nesco) เมืองมุมไบ และศึกษาข้อมูลเพิ่มที่ https://anuga-india.com/

3.งาน Anuga FoodTec India

งาน Anuga FoodTec India เป็นงานแสดงสินค้าและเทคโนโลยีระดับนานาชาติด้านการแปรรูปอาหาร เครื่องดื่ม บรรจุภัณฑ์ และโซลูชันสำหรับอุตสาหกรรมอาหารครบวงจร ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในงานสำคัญที่สุดของภูมิภาคเอเชียใต้ โดยจัดขึ้นภายใต้เครือข่าย Anuga ซึ่งเป็นแบรนด์งานแสดงสินค้าด้านอาหารและเทคโนโลยีอาหารชั้นนำของโลก งานมุ่งเน้นการเชื่อมโยงผู้ผลิตเทคโนโลยี ผู้พัฒนาเครื่องจักร ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร ผู้ให้บริการด้านบรรจุภัณฑ์ โลจิสติกส์ และระบบอัตโนมัติ เข้ากับผู้ซื้อ นักลงทุน และผู้มีอำนาจตัดสินใจในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของอินเดีย ซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดอาหารที่เติบโตเร็วที่สุดของโลก โดยครอบคลุมตั้งแต่เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร การบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ ระบบอัตโนมัติและ

หุ่นยนต์ในโรงงาน เทคโนโลยีความปลอดภัยอาหาร ระบบห้องเย็น (Cold Chain) การจัดการคลังสินค้าตลอดจนโซลูชันด้านดิจิทัลและการผลิตอัจฉริยะ (Smart Manufacturing) สำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มอย่างครบวงจร ทั้งนี้ งานมีจุดเด่นในการนำเสนอนวัตกรรมที่ตอบโจทย์แนวโน้มสำคัญของอุตสาหกรรมอาทิ ระบบอัตโนมัติ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ความยั่งยืน และการลดต้นทุนการดำเนินงานในภาคการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

ภายในงานประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การเจรจาธุรกิจแบบ B2B การประชุมและสัมมนาด้านนวัตกรรมอาหาร แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหาร การสาธิตการทำงานของเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตจากผู้ผลิตชั้นนำ ตลอดจนการนำเสนอองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและเครื่องดื่ม จากการจัดงานครั้งล่าสุด มีผู้เข้าชมงานในกลุ่มนักธุรกิจจำนวน 21,875 ราย และมีบริษัทผู้แสดงสินค้าชั้นนำ 639 บริษัท จาก 31 ประเทศ บนพื้นที่จัดแสดงกว่า 34,641 ตารางเมตร โดยมีผู้แทนจาก 45 ประเทศเข้าร่วมงาน ภายในงานมีการแบ่งพื้นที่จัดแสดงตามกลุ่มอุตสาหกรรมอย่างชัดเจน อาทิ เครื่องจักรสำหรับการแปรรูปอาหารและเครื่องดื่ม ระบบบรรจุภัณฑ์ ระบบอัตโนมัติและดิจิทัล อุปกรณ์ด้านความปลอดภัยอาหาร ตลอดจนระบบคลังสินค้าและอินทราโลจิสติกส์ นอกจากนี้ ยังมีผู้แสดงสินค้าจากประเทศสำคัญ ได้แก่ เยอรมนี อิตาลี ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา เบลเยียม จีน ญี่ปุ่น สวิตเซอร์แลนด์ และไต้หวัน สะท้อนถึงบทบาทของงานในฐานะเวทีการค้าและแสดงเทคโนโลยีด้านการแปรรูปอาหารและเครื่องดื่มที่สำคัญของภูมิภาคเอเชียใต้

โดยภาพรวม Anuga FoodTec India สะท้อนถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารและเครื่องดื่มของอินเดีย ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายตัวของการบริโภคภายในประเทศ ทั้งนี้ การจัดงานครั้งต่อไปมีกำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 29 กันยายน – 1 ตุลาคม 2569 ณ ศูนย์นิทรรศการ Bombay Exhibition Centre เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย โดยศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ https://anugafoodtec-india.com/

4.งาน SIAL India

งาน SIAL India เป็นงานแสดงสินค้าและเจรจาการค้าด้านอาหารและเครื่องดื่มระดับนานาชาติในรูปแบบ B2B ภายใต้เครือข่าย SIAL Network ซึ่งเป็นหนึ่งในเครือข่ายงานแสดงสินค้าอาหารที่สำคัญของโลก โดยการจัดงานในปี 2569 ถือเป็น Flagship Edition ของอินเดีย ภายหลังการรวมการจัดงาน SIAL Delhi และ SIAL Mumbai เข้าด้วยกัน เพื่อยกระดับให้เป็นเวทีเดียวที่มีขนาดใหญ่และมีศักยภาพสูงในการเชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าปลีก ผู้ประกอบการธุรกิจ HoReCa และผู้ซื้อรายสำคัญ (Hosted Buyers) จากทั่วโลก ทั้งนี้ งานดังกล่าวมีบทบาทเป็นแพลตฟอร์มเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมการจับคู่ธุรกิจ การจัดหาสินค้า (Sourcing Platform) การนำเสนอนวัตกรรม และการขยายเครือข่ายทางการค้า เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดอาหารและเครื่องดื่มของอินเดียซึ่งนับเป็นหนึ่งในตลาดที่มีการขยายตัวรวดเร็วที่สุดของโลก

ภายในงานครอบคลุมหมวดหมู่สินค้าตลอดห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ อาหารแปรรูป เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์นม ผักและผลไม้ ธัญพืช เครื่องเทศ อาหารแช่แข็ง อาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat) อาหารเพื่อสุขภาพและอาหารฟังก์ชัน วัตถุดิบและส่วนผสมอาหาร บรรจุภัณฑ์ เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร ตลอดจนโซลูชันด้านนวัตกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมสำคัญ อาทิ Hosted Buyer Programme การแสดงนวัตกรรมอาหาร (Innovation Showcase) และการสาธิตการประกอบอาหาร (Live Culinary Demonstrations) ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างเครือข่ายธุรกิจและการเจรจาการค้าระหว่างผู้ประกอบการจากอินเดียและต่างประเทศ

ด้านขนาดของงาน ผู้จัดงานคาดว่าจะมีผู้แสดงสินค้ามากกว่า 400 ราย ผู้เข้าชมงานเชิงธุรกิจมากกว่า 12,000 ราย และผู้ซื้อรายสำคัญจากกว่า 50 ประเทศ ครอบคลุมกลุ่มผู้นำเข้า ผู้ส่งออก ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกสมัยใหม่ ธุรกิจ HoReCa ผู้ผลิตอาหาร และผู้มีอำนาจตัดสินใจในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม การจัดงานในปี 2569 จึงกลายเวทีสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาด ศึกษาแนวโน้มอุตสาหกรรม และสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเข้าสู่ตลาดอินเดียและภูมิภาคเอเชียใต้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ กำหนดการจัดงานครั้งต่อไประหว่างวันที่ 24 -26 กรกฎาคม 2570 ณ Bandra Kurla Complex (BKC/ รอยืนยัน) สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ SIAL India และ SIAL Network จากเว็บไซต์ https://www.sial-network.com/en/sial-exhibitions/SIAL-India-Mumbai

5.งาน Indusfood

เป็นงานแสดงสินค้าและเจรจาการค้าด้านอาหารและเครื่องดื่มระดับนานาชาติและเป็นงาน Sourcing ขนาดใหญ่ของประเทศอินเดีย โดยมุ่งเน้นแนวคิด “farm-to-fork” ครอบคลุมตั้งแต่สินค้าเกษตร วัตถุดิบอาหาร อาหารแปรรูป เทคโนโลยีการแปรรูป ไปจนถึงการส่งออก ทั้งนี้จากการจัดงานในครั้งล่าสุด มีผู้ร่วมแสดงสินค้าประมาณ 1,800–2,200 บริษัท จากกว่า 20–30 ประเทศ บนพื้นที่จัดแสดงรวมมากกว่า 80,000 ตารางเมตร และมีผู้ซื้อและผู้เข้าชมเชิงธุรกิจกว่า หลายหมื่นราย รวมถึงผู้ซื้อระหว่างประเทศประมาณ 5,000–7,500 ราย จากกลุ่มผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย เชนค้าปลีก และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซรายสำคัญ ภายในงานยังมี Country Pavilions จากต่างประเทศ อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) ตุรกี ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ พร้อมด้วยกิจกรรมสำคัญที่น่าสนใจ อาทิ การจับคู่ธุรกิจแบบ B2B การสัมมนาด้าน FoodTech การสาธิตและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งนับเป็นเวทีเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดและสร้างเครือข่ายทางการค้าในอินเดีย

โดยกำหนดการจัดงานครั้งต่อไปในประเทศอินเดีย ได้แก่ Indusfood Ahmedabad ระหว่างวันที่ 24–26 กรกฎาคม 2569 และ Indusfood Bengaluru ระหว่างวันที่ 25–27 พฤศจิกายน 2569 และศึกษาข้อมูลเพิ่มที่ https://indusfood.co.in/

6.งาน Annapoorna

Annapoorna Inter Food 2026 เป็นงานแสดงสินค้าด้านอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มซึ่งครอบคลุมธุรกิจสินค้าอาหารสด ผลิตภัณฑ์แปรรูป อาหารแช่แข็ง/Ready-to-eat ผลิตภัณฑ์จากนม เครื่องดื่ม รวมถึงโซลูชันด้านห่วงโซ่ความเย็น Cold Chain บรรจุภัณฑ์ และเทคโนโลยีด้านการจัดหา/การจัดจำหน่าย จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ณ เมืองมุมไบ โดยจัดติดต่อกันมานาน 16 ปี โดยหน่วยงานภาคอุตสาหกรรมและพันธมิตรภาคเอกชน อาทิ FICCI ร่วมกับ VA Exhibitions และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ Ministry of Food Processing Industries และ หน่วยงานกำกับดูแลด้านการส่งออกสินค้าเกษตรอินเดีย (APEDA) อนึ่ง งานแสดงสินค้ายังมีขนาดเล็กและมุ่งเน้นการส่งเสริมผู้ประกอบการในประเทศเป็นหลัก

ด้านขนาดของงาน จากข้อมูลปี 2568 มีผู้แสดงสินค้าจำนวน 203 ราย และผู้เข้าชมงานเชิงธุรกิจรวม 10,112 ราย ครอบคลุมกลุ่มผู้ซื้อหลัก อาทิ ผู้จัดจำหน่ายและค้าส่ง ผู้ค้าปลีกสินค้าอาหารทั้งรูปแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ โรงแรม รีสอร์ต ร้านอาหาร ธุรกิจ QSR เบเกอรี่ ผู้ให้บริการจัดเลี้ยง ผู้นำเข้า-ส่งออก ตลอดจนฝ่ายจัดซื้อของธุรกิจ HoReCa และผู้แปรรูปอาหาร ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของงานในฐานะศูนย์กลางการเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทานในอุตสาหกรรมอาหารของอินเดียอย่างเป็นรูปธรรม

กำหนดการจัดงานครั้งถัดไปคาดว่าจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 9-11 ธันวาคม 2569 ณ Bombay Exhibition Centre, Goregaon (E) เมืองมุมไบ โดยงานดังกล่าวยังคงเป็นเวทีสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยและนานาชาติในการขยายเครือข่ายทางธุรกิจ การสำรวจแนวโน้มตลาด และการเจาะเข้าสู่ตลาดอาหารและธุรกิจบริการอาหารของอินเดียในระยะยาว ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://annapoornainterfood.com/

3. ผู้กำหนดนโยบาย ควรผลักดันความร่วมมือเชิงสถาบันระหว่างไทยและอินเดียด้านอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป โดยเร่งเจรจาจัดทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการค้าเกษตรแปรรูป พร้อมส่งเสริมการยอมรับมาตรฐานร่วม (Mutual Recognition) สำหรับระบบการผลิตและความปลอดภัยอาหาร อาทิ GMP, HACCP และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องของอินเดีย เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าและอำนวยความสะดวกในการนำเข้าสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดอินเดีย นอกจากนี้ ควรส่งเสริมมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการลงทุนจัดตั้งฐานการผลิตหรือศูนย์แปรรูปอาหาร (Processing Hub) ในอินเดีย ผ่านเครื่องมือทางการเงิน เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) หรือการร่วมลงทุนกับโครงการ Mega Food Parks ภายใต้กรอบการส่งเสริมการลงทุนของไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเข้าถึงตลาดในระยะยาว ทั้งนี้ ควรกำหนดให้อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของอินเดียเป็นหนึ่งในสาขายุทธศาสตร์สำคัญภายใต้แผน Country Strategy ระยะ 5 ปี โดยกำหนดตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจน อาทิ การเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและผลไม้แปรรูปของไทยไปยังอินเดียในอัตราเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี เพื่อใช้ประโยชน์จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอินเดียและสร้างความเข้มแข็งให้กับความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างสองประเทศอย่างยั่งยืน

บทสรุป

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของอินเดียมีศักยภาพเชิงโครงสร้างสูงและยังคงขยายตัวต่อเนื่อง โดยตลาดมีมูลค่า 354.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 535 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในสิ้นปีงบประมาณ 2568–69 ก่อนขยายสู่ 700 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2573 และ 1.1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2578 สะท้อนแรงขับเคลื่อนจากอุปสงค์ภายในประเทศ ขนาดประชากรที่ใหญ่ที่สุดในโลก การขยายตัวของเมือง และพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันไปสู่อาหารสะดวก อาหารพร้อมรับประทาน และอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น ขณะเดียวกัน ภาคส่วนดังกล่าวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจอินเดียทั้งในด้านมูลค่าเพิ่ม การจ้างงาน และการส่งออก โดยได้รับแรงหนุนจากนโยบายภาครัฐที่เข้มแข็ง อาทิ PMKSY, FDI 100% ภายใต้ Automatic Route และโครงการ PLI ซึ่งมีการอนุมัติแล้ว 170 รายการ ช่วยเพิ่มกำลังการผลิต 3.4-3.5 ล้านตันต่อปี และผลักดันการส่งออกอาหารแปรรูปให้เติบโตเฉลี่ย 13.23% นับตั้งแต่ปี 2562–63 ทั้งยังมีโครงการ BHARATI ของ APEDA เพื่อบ่มเพาะสตาร์ทอัพและยกระดับระบบนิเวศการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารอย่างเป็นระบบ

ในเชิงโครงสร้างตลาด โอกาสที่เด่นที่สุดอยู่ในกลุ่มผลไม้และผักแปรรูป อาหารพร้อมรับประทาน อาหารแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ประมงมูลค่าเพิ่ม เนื่องจากอัตราการแปรรูปผลไม้และผักยังอยู่ในระดับต่ำเพียง 4.5% และ 2.7% ตามลำดับ ขณะที่ภาคประมงอยู่ที่ 15.4% ซึ่งยังต่ำกว่ามาตรฐานของประเทศผู้เล่นสำคัญในเอเชีย จึงสะท้อน “ช่องว่างเชิงมูลค่า” ที่เปิดกว้างต่อการลงทุนในเทคโนโลยี IQF, MAP, Retort, HPP และระบบ cold chain โดยเฉพาะเมื่ออินเดียกำลังขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านห่วงโซ่ความเย็นอย่างต่อเนื่อง และมีโครงการ

Mega Food Parks ที่ดำเนินการแล้ว 24 แห่งเป็นฐานเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้แปรรูป และค้าปลีก นอกจากนี้ ตลาด Ready-to-Eat และ Ready-to-Cook/Frozen Meals ยังเติบโตในอัตราสูง สะท้อนการเปลี่ยนผ่านของผู้บริโภคสู่สินค้ามูลค่าเพิ่ม ซึ่งเป็นจังหวะสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการเข้าไปวางตำแหน่งสินค้าในกลุ่ม Cold Chain Ready, Tropical Processed Ingredients และ Marine Products โดยเฉพาะภายใต้กรอบ PLI ที่ครอบคลุมสินค้าซึ่งไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันโดยตรง

สำหรับผู้ประกอบการไทย อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปของอินเดียถือเป็นตลาดยุทธศาสตร์ที่มีทิศทางเติบโตชัดเจนในระยะยาว ตามกรอบยุทธศาสตร์ Viksit Bharat@2047 โดยมีผู้เล่นสำคัญครองตลาดในแต่ละกลุ่มสินค้า อาทิ Amul และ Nestlé ในกลุ่มนมและผลิตภัณฑ์นม ITC และ Dabur ในกลุ่มผลไม้ ผัก และธัญพืชแปรรูป Cargill ในกลุ่มเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ประมง ตลอดจน MTR และ Adani Wilmar ในกลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาสร้างพันธมิตรทางการค้าหรือร่วมทุนกับกลุ่มดังกล่าวเพื่อเข้าถึงเครือข่ายการกระจายสินค้าที่มีอยู่แล้ว ในด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ ผู้ส่งออกจำเป็นต้องขึ้นทะเบียนกับ FSSAI และปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านการนำเข้า พร้อมเตรียมรับมือกับการปฏิรูปกฎระเบียบครั้งสำคัญที่จะมีผลบังคับใช้ในปี 2569 ซึ่งผู้ประกอบการควรจัดสรรงบประมาณล่วงหน้าเพื่อลดความเสี่ยงในการถูกปฏิเสธการนำเข้า นอกจากนี้ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นในอินเดียอย่างต่อเนื่อง อาทิ AAHAR / Sial India / Anuga Select India และ Annapoorna Inter Food 2026 เป็นต้น จะช่วยขยายเครือข่ายธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนการพิจารณาใช้ประโยชน์จากโครงการ BHARATI ของ APEDA จะช่วยเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับเครือข่าย Startup อินเดียด้านอาหารกว่า 3,300 ราย ทั้งนี้ ด้วยแรงสนับสนุนจากนโยบาย 100% FDI ผ่านช่องทางอัตโนมัติ สิทธิประโยชน์ภายใต้ PLISFPI มูลค่ารวมกว่า 1.26 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน Mega Food Park และ Cold Chain ที่ขยายตัวต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นว่าตลาดเกษตรแปรรูปอินเดียมีศักยภาพรองรับการขยายตัวของสินค้าไทยได้ในระยะยาว หากผู้ประกอบการสามารถดำเนินกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับกรอบนโยบายและบริบทกฎระเบียบของอินเดียอย่างรอบด้าน

สคต.มุมไบ

สิงหาคม 2569

ที่มา:

1. Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA). (2025). Agricultural and Processed Food Exports Statistics 2024–25. APEDA. Retrieved 2026, from https://apeda.gov.in
2. Department for Promotion of Industry and Internal Trade (DPIIT). (2025). FDI Statistics Factsheet 2025. Government of India. Retrieved 2026, from https://dpiit.gov.in
3. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2025). FAOSTAT Database. FAO. Retrieved 2026, from https://www.fao.org/faostat
4. Fortune Business Insights. (2025). India Dairy Market Size, Share and Industry Analysis. Fortune Business Insights. Retrieved 2026, from https://www.fortunebusinessinsights.com
5. Global Agriculture Information Network (GAIN). (2025). India Food Processing and Agricultural Sector Report. United States Department of Agriculture (USDA). Retrieved 2026, from https://www.fas.usda.gov
6. IMARC Group. (2025). India Food Processing Market: Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2025–2033. IMARC Group. Retrieved 2026, from https://www.imarcgroup.com
7. IMARC Group. (2025). India Packaged Food Market Report 2025–2031. IMARC Group. Retrieved 2026, from https://www.imarcgroup.com
8. Invest India. (2025). Food Processing Sector Report. Invest India. Retrieved 2026, from https://www.investindia.gov.in
9. Ministry of Commerce and Industry. (2025). Spices Board Annual Report 2024–25. Government of India. Retrieved 2026, from https://www.indianspices.com
10. Ministry of Fisheries, Animal Husbandry and Dairying. (2025). Annual Report 2024–25. Government of India. Retrieved 2026, from https://dahd.gov.in
11. Ministry of Food Processing Industries (MoFPI). (2025). Annual Report 2024–25. Government of India. Retrieved 2026, from https://mofpi.gov.in
12. Ministry of Food Processing Industries (MoFPI). (2025). Pradhan Mantri Kisan SAMPADA Yojana (PMKSY) Progress Report. Government of India. Retrieved 2026, from https://mofpi.gov.in
13. Ministry of Statistics and Programme Implementation (MoSPI). (2025). National Accounts Statistics 2025. Government of India. Retrieved 2026, from https://mospi.gov.in

14. McKinsey & Company. (2025). Digital Transformation and AI Adoption in India's Food Processing Industry. McKinsey & Company. Retrieved 2026, from https://www.mckinsey.com
15. Press Information Bureau (PIB). (2025). Food Processing Industry Updates and Government Initiatives. Government of India. Retrieved 2026, from https://pib.gov.in
16. PHD Chamber of Commerce and Industry (PHDCCI). (2025). Vision 2047: Indian Food Processing Industry Growth Outlook. PHDCCI. Retrieved 2026, from https://www.phdcci.in
17. National Bank for Agriculture and Rural Development (NABARD). (2025). Agriculture and Rural Infrastructure Development Report. NABARD. Retrieved 2026, from https://www.nabard.org
18. Marine Products Export Development Authority (MPEDA). (2025). Seafood Export Performance Report 2024–25. MPEDA. Retrieved 2026, from https://mpeda.gov.in
19. India Brand Equity Foundation (IBEF). (2025). Food Processing Industry in India. IBEF. Retrieved 2026, from https://www.ibef.org
20. United States Department of Agriculture (USDA). (2025). India Food Processing Ingredients Report. USDA Foreign Agricultural Service. Retrieved 2026, from https://www.fas.usda.gov