

## รายงาน

### ข้อมูลผลไม้และโอกาสผลไม้ไทยในอินเดีย



อินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรหนาแน่นเป็นอันดับ 1 มีประชากรกว่า 1,390 ล้านคน สูงเป็นอันดับ 2 ของโลก มีพื้นที่ขนาด 3,287,263 ตารางกิโลเมตร ซึ่งถือว่าใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก มีรัฐทั้งหมด 29 รัฐ จากพื้นที่ประเทศที่มีขนาดใหญ่และมีประชากรจำนวนมากนี้ ส่งผลให้อินเดียที่มีความหลากหลายในด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี การดำรงชีวิต อาหารและการเพาะปลูก จากขนาดพื้นที่ขนาดใหญ่ของประเทศนี้ ส่งผลให้อินเดียมีการเพาะปลูกผลไม้หลากหลายและแตกต่างกันในแต่ละรัฐของอินเดีย โดยผลไม้ที่มีความใกล้เคียงกับผลไม้ไทย เช่น มะพร้าว อ้อย ขนุน ละมุด มะม่วง ทับทิม ฝรั่ง มะละกอ กัลย และในปัจจุบัน อินเดียได้เริ่มมีการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจอื่นๆ ที่มีราคาสูงในตลาดอินเดีย เช่น มังคุด เงาะ แก้วมังกร และทุเรียน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการรู้จักผลไม้ท้องถิ่น ความสำคัญในอินเดีย เพื่อหาช่องทางและโอกาสสำหรับการนำผลไม้ไทยมาแนะนำเสนอต่อผู้บริโภคอินเดีย

# 1. ข้อมูลผลไม้สำคัญในอินเดีย

## 1.1 มะม่วง (HS Code 080450 (21-28))



ประเทศอินเดียมีมะม่วงมากกว่า 1,000 สายพันธุ์ โดยมีการเพาะปลูกมากในรัฐอานธรประเทศ รัฐอุตตรประเทศ รัฐกรณาฏกะ รัฐพิหาร รัฐคุชราต และรัฐทมิฬนาฑู โดยรัฐอุตตรประเทศมีการเพาะปลูกมากที่สุด คือประมาณร้อยละ 23.47 ของผลผลิตทั้งหมด ซึ่งแต่ละสายพันธุ์จะมีรสชาติ รูปร่างที่แตกต่างกัน โดยมีสายพันธุ์หลักๆ ที่ได้รับความนิยมดังนี้

1. สายพันธุ์ **Lakshmanbhog** ซึ่งมีพื้นที่เพาะปลูกหลักในเมือง Malda ในรัฐเบงกอล ตะวันตก แต่กลับได้รับความนิยมและขนานนามมะม่วงชนิดนี้ว่าเป็นราชาของมะม่วงจากผู้บริโภคในรัฐพิหาร เปลือกบาง เม็ดขนาดเล็ก เมื่อสุกเปลือกจะมีกลิ่นหอม รสชาติหวาน มีผลผลิตระหว่างเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม ราคาประมาณ 100 - 180 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม
2. สายพันธุ์ **Rasपुरิ** หรือเป็นที่รู้จักในนามราชินีแห่งมะม่วงของอินเดีย คนอินเดียนิยมรับประทานมะม่วงชนิดนี้กับโยเกิร์ต แยม หรือน้ำปั่น มีเพาะปลูกมากในรัฐกรณาฏกะ และมีผลผลิตระหว่างเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน ราคาประมาณ 80 - 150 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



3. สายพันธุ์ **Alphonso** หรือชาวอินเดียเรียกว่า **Hapoo** เมื่อสุกเปลือกจะมีสีเหลืองสวยงาม เนื้อสีส้ม รสชาติหวาน ชาวอินเดียอธิบายว่ามีรสชาติผสมผสานระหว่าง apricot, nectarine, peach และ melon มีการเพาะปลูกมากในรัฐคุชราต รัฐกรณาฏกะ และรัฐมหาราษฏระ มีผลผลิตประมาณเดือนกรกฎาคม ราคาประมาณ 80 - 275 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



4. สายพันธุ์ **Banginapalli** มีกลิ่นหอม และมีเนื้อเยอะ มะม่วงชนิดนี้จึงได้รับความนิยมในการนำไปแปรรูปเพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ มีการเพาะปลูกมากในรัฐอานธรประเทศ มีผลผลิตประมาณกลางเดือนกรกฎาคม ราคาประมาณ 150 - 200 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



5. มะม่วงสายพันธุ์ **Totapuri** เป็นมะม่วงที่ชาวอินเดียนิยมบริโภคแบบดิบ มีรูปร่างคล้ายจะงอยปากนกแก้ว มีรสชาติไม่หวาน ไม่เปรี้ยว จึงเหมาะสำหรับทำสลัดหรือจิ้มกับน้ำพริกของอินเดีย (pickles) มีการเพาะปลูกมากในเมืองบังคโล รัฐกรณาฏกะ มีผลผลิตระหว่างเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม ราคาประมาณ 30 - 125 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



6. สายพันธุ์ **Kesar** เมื่อสุกจะมีรสชาติดหวานมาก มีการเพาะปลูกมาก มีพื้นที่เพาะปลูกมากในรัฐคุชราต มีผลผลิตระหว่างเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม ราคาประมาณ 40 - 180 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



7. สายพันธุ์ **Malgoa/Mulgoba** มีลักษณะกลม เมื่อสุกเปลือกจะมีสีเขียว และเหลืองเล็กน้อย มีเนื้อเยอะและมีรสชาติดหวาน มีพื้นที่เพาะปลูกในเมืองซาเลม รัฐทมิฬนาฑู มีผลผลิตในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม ราคาประมาณ 75 - 100 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



8. สายพันธุ์ **Chausa Mangoes** เมื่อสุกจะมีเปลือกสีเหลืองทอง เนื้อมีรสชาติดหวานหอม มีพื้นที่เพาะปลูกในเมือง Hardoi รัฐอุตตรประเทศ มีผลผลิตในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม ราคาประมาณ 60 - 80 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



9. สายพันธุ์ **Himsagar** และ **Kishan Bhog** เมื่อสุกเปลือกจะมีสีเขียวเหลือง มีรสชาติดหวานเข้มข้น มีพื้นที่เพาะปลูกในเมืองมัวชิตาบัต รัฐเบงกอลตะวันตก มีผลผลิตระหว่างเดือนพฤษภาคม - ต้นเดือนมิถุนายน ราคาประมาณ 40 - 100 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



10. สายพันธุ์ **Neelam** มีขนาดค่อนข้างเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับมะม่วงสายพันธุ์อื่น เมื่อสุกเปลือกจะมีสีเหลืองทอง รสชาติหวานหอม มีพื้นที่เพาะปลูกในรัฐอานธรประเทศ มีผลผลิตระหว่างเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม ซึ่งให้ผลผลิตค่อนข้างเมื่อเทียบกับมะม่วงสายพันธุ์อื่นๆ ในอินเดีย ราคาประมาณ 70 - 120 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



11. สายพันธุ์ **Langra** มีรูปทรงคล้ายไข่ เมื่อสุกจะมีรสชาติดหวานแต่เปลือกจะยังคงมีสีเขียว มีพื้นที่เพาะปลูกมากในเมืองวารานสี รัฐอุตตรประเทศ มีผลผลิตประมาณเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม ราคาประมาณ 95 - 140 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



12. สายพันธุ์ **Badami Mangoes** (Alphonso of รัฐกรณาฏกะ) เมื่อสุกจะมีรสชาติดหวานฉ่ำ เนื้อมีน้ำเยอะ มีลักษณะใกล้เคียงกับมะม่วงสายพันธุ์ Alphonso มีเพาะปลูกมากในตอนเหนือของรัฐกรณาฏกะ และมีการเรียกว่าเป็น Alphonso of รัฐกรณาฏกะ มีผลผลิตประมาณเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม ราคาประมาณ 60 - 100 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



13. สายพันธุ์ **Paheri/Pairi Mangoes** ผิวเปลือกมีสีเขียวอมเหลืองอมแดง เมื่อสุกมีรสชาติดหวานเปรี้ยว โดยชาวอินเดียอธิบายว่า มะม่วง Pairi มีรสชาติดเหมือนน้ำผึ้งบริสุทธิ์ที่ผสมผสานระหว่างความหวานและเปรี้ยว เนื้อมีเส้นใยสูง และฉ่ำด้วยน้ำ มีผลผลิตก่อนมะม่วงสายพันธุ์อื่นๆ มีพื้นที่เพาะปลูกในรัฐคุชราต มีผลผลิตประมาณเดือนเมษายน - กรกฎาคม ราคาประมาณ 200 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



14. สายพันธุ์ **Sindhura** หรือ Honey และได้มีชื่อเรียกว่า **Rajgira** ในรัฐกรณาฏกะ เนื่องจากมะม่วงชนิดนี้ที่มีกลิ่นหอมและมีรสชาติดหวานอย่างมาก จึงได้ถูกขนานนามว่าเป็นมะม่วงน้ำผึ้ง มีการปลูกมากในรัฐทมิฬนาฑู มีผลผลิตประมาณเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม ราคา 50 - 75 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



15. สายพันธุ์ **Fazli** เมื่อสุกเปลือกจะมีสีเขียวเหลือง ถูกนำไปใช้ทำแยมและน้ำพริกอินเดีย (pickle) ผลมีขนาดค่อนข้างใหญ่ บางลูกอาจมีน้ำหนักถึง 1 กิโลกรัม มีพื้นที่เพาะปลูกในรัฐพิหาร และรัฐเบงกอลตะวันตก ราคาประมาณ 30 -80 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



16. สายพันธุ์ **Dasheri** เมื่อสุกจะมีรสชาติดหวาน คนอินเดียรับประทานทั้งแบบหั่นและเสิร์ฟ หรือนำมาปั่นเป็นน้ำผลไม้ น้ำปั่น หรือสมูทตี้ มีพื้นที่เพาะปลูกมากในเมืองมาลีฮาบัด รัฐอุตตรประเทศ มีผลผลิตประมาณเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม ราคาประมาณ 60 - 80 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม



## 1.2 เงาะ Rambutan (HS Code: 08109090)



พื้นที่การเพาะปลูกเงาะในอินเดียจะอยู่ในตอนใต้ของประเทศ คือในรัฐเกรละ รัฐกรณาฏกะ และรัฐทมิฬนาฑู และได้มีการทดลองปลูกเงาะในรัฐต่างๆ เช่น กัว รัฐมหาราษฏระ และรัฐอานธรประเทศ แต่ได้ผลผลิตน้อยและไม่มีคุณภาพ คือเงาะมีขนาดเล็ก และรสชาติไม่หวาน หอมเหมือนเงาะไทย เงาะในอินเดียมีราคาประมาณ 250 – 350 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม

1. สายพันธุ์ **Arka Coorg Arun** มีการเพาะปลูกมากในรัฐกรณาฏกะ เมื่อสุกเปลือกจะมีสีแดง รสชาติหวาน ให้ผลผลิตประมาณกันยายน – ตุลาคม แต่ละผลมีน้ำหนักประมาณ 40 – 45 กรัม



2. สายพันธุ์ **Arka Coorg Patib** มีพื้นที่เพาะปลูกในรัฐกรณาฏกะ มีพื้นที่ปลูกใกล้เคียงกับสายพันธุ์ Arun แต่สายพันธุ์ Patib เมื่อสุกเปลือกจะคงสีเหลือง ให้ผลผลิตประมาณเดือนตุลาคม แต่ละผลมีน้ำหนักประมาณ 25 - 30 กรัม ซึ่งจะมีขนาดเล็กกว่าสายพันธุ์ Arun เล็กน้อย



3. สายพันธุ์ **N 18** มีพื้นที่เพาะปลูกในเมืองกันจिरาพัลลี (Kanjirapally) รัฐเกรละ เมื่อสุกเปลือกจะมีสีแดง รสชาติหวาน ให้ผลผลิตประมาณเดือนกันยายน - ตุลาคม แต่ละลูกมีขนาดประมาณ 50 กรัม



4. สายพันธุ์ **E 35** มีพื้นที่เพาะปลูกในเมืองกันจिरาพัลลี (Kanjirapally) รัฐเกรละ เช่นเดียวกับสายพันธุ์ N 18 ถึงแม้เมื่อผลสุกแล้วเปลือกจะมีสีเหลืองเช่นเดียวกับสายพันธุ์ Arka Coorg Patib ให้ผลผลิตประมาณเดือนตุลาคม แต่ละลูกมีขนาดประมาณ 30 กรัม



### 1.3 ทูเรียน (HS Code: 0810 60 00)



ประเทศอินเดียได้เริ่มมีการปลูกทุเรียนเมื่อประมาณ 40 ปีที่ผ่านมา โดยปลูกบนพื้นที่เทือกเขา Nilgiris รัฐทมิฬนาฑูจากนั้นได้มีการขยายพื้นที่ไปยังเมือง Burliar ในรัฐเดียวกัน และเมือง Kallar รัฐเกรละ ถึงแม้ทุเรียนไม่ได้เป็นผลไม้พื้นเมืองของอินเดีย แต่ทุเรียนก็ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างเป็นลำดับ เนื่องจากความแปลกใหม่ในด้านลักษณะ กลิ่นและรสชาติ ทุเรียนในอินเดียแต่ละลูกจะมีน้ำหนักประมาณ 1 – 3 กิโลกรัม ฤดูเก็บเกี่ยวประมาณเดือนมิถุนายน – กันยายน โดยมีราคาประมาณ 900 – 1,200 รูปีอินเดีย ต่อกิโลกรัม ซึ่งจากราคาทุเรียนที่ค่อนข้างสูงนี้ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดความสนใจของเกษตรกรชาวอินเดียให้หันมาทดลองปลูกทุเรียนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม มีเพียงเกษตรกรจำนวนน้อยมากที่ได้เริ่มทำการทดลองเพาะปลูกทุเรียนและได้ผลผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดท้องถิ่นเท่านั้น จากข้อมูลบนหน้าเว็บไซต์ต่างๆ พบว่าผู้บริโภควอินเดียบางส่วนได้เดินทางไปถึงพื้นที่เพาะปลูกด้วยตนเอง เพื่อซื้อรับประทานหรือทดลองรับประทานเป็นครั้งแรก เนื่องจากผลผลิตทุเรียนไม่มีเพียงพอที่จะส่งขายในซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านขายผลไม้ทั่วไป นอกจากนี้ ยังมีผู้มีบทบาทด้านโซเชียลของอินเดียหลายรายได้ทำวิดีโอวิธีการทดลองรับประทานทุเรียน ทำให้เห็นได้ว่าชาวอินเดียให้ความสนใจทุเรียนเป็นอย่างมาก และตลาดอินเดียยังมีความต้องการทุเรียนเพื่อการบริโภคอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะเป็นโอกาสอันดีของทุเรียนไทยในการเข้ามาเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภคที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง



#### 1.4 ฝรั่ง (HS Code: 0804 50 10)



อินเดียเป็นประเทศที่มีผลผลิตฝรั่งมากเป็นอันดับ 1 ของโลก คือประมาณ 25 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 45 ของผลผลิตฝรั่งทั่วโลก รองลงมาคืออินโดนีเซียร้อยละ 7 และจีนร้อยละ 5 จากรายงานของ Department of Agriculture and Cooperation พบว่า ในปี 2018 อินเดียมีพื้นที่เพาะปลูกฝรั่งประมาณ 265,000 เฮกเตอร์ และเพิ่มขึ้นเป็น 270,000 เฮกเตอร์ ในปี 2019 ประเทศอินเดียมีการเพาะปลูกฝรั่งทั่วประเทศ โดยรัฐที่มีการเพาะปลูกมาก คือ รัฐอุตตรประเทศ รัฐพิหาร รัฐอานธรประเทศ รัฐมหาราษฏระ รัฐคุชราต รัฐการณาฏกะ รัฐโอริสสา รัฐทมิฬนาฑู และรัฐฉัตตีสครห์ คนอินเดียจะมีการรับประทานฝรั่งทั้งแบบสดจิ้มกับเกลือพริก (Masala) คล้ายกับไทย แปรรูปเป็นแยม เยลลี่ ลูกอม หรือนำไปทำน้ำผลไม้ทั้งแบบสดและแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับฤดูกาลเก็บเกี่ยวฝรั่งในอินเดียนั้น ในแต่ละรัฐจะมีฤดูกาลเก็บเกี่ยวแตกต่างกัน เช่น รัฐอานธรประเทศให้ผลผลิตตลอดทั้งปี ตอนเหนือจะมีฤดูเก็บเกี่ยวในเดือนสิงหาคม ในส่วนของรัฐทมิฬนาฑูนั้น มีฤดูกาลเก็บเกี่ยวระหว่างเดือนเมษายน – พฤษภาคม และระหว่างเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน ในขณะที่รัฐอรุณาจัลประเทศ คือระหว่างเดือนกรกฎาคม – ตุลาคม ถึงแม้อินเดียจะมีการผลผลิตฝรั่งเป็นจำนวนมาก แต่ผลผลิตส่วนมากเป็นการบริโภคภายในประเทศ มีเพียงร้อยละ 0.05 เท่านั้นที่ใช้ในการส่งออก โดยประเทศส่งออกสำคัญคือสหรัฐอเมริกา (35.5%) มาเลเซีย (15.2%) ซาอุดีอาระเบีย (15%) ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดผลไม้ประเภทฝรั่งของอินเดียคือ ประเทศไทย บราซิล บังคลาเทศ เม็กซิโก และเปรู ฝรั่งในอินเดียมีราคาประมาณ 45 – 100 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม จากปริมาณการบริโภคฝรั่งภายในประเทศในอินเดียที่สูงมาก จะเห็นได้ว่าคนอินเดียยังมีความต้องการบริโภคฝรั่งอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งประเทศไทยมีฝรั่งหลากหลายสายพันธุ์ ทั้งแบบรสชาติหวาน หวานอมเปรี้ยว เนื้อกรอบ หรือกรอบนุ่ม จึงเชื่อได้ว่าฝรั่งไทยยังมีโอกาสอีกมากในตลาดอินเดียที่จะมีสร้างความหลากหลาย เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้บริโภคในอินเดียในอนาคตต่อไป

อินเดียมีการปลูกฝรั่งอยู่หลายสายพันธุ์ โดยขอนำเสนอหลายพันธุ์หลักๆ ดังนี้

1. สายพันธุ์ **LUCKNOW - 49** มีพื้นที่เพาะปลูกในเมือง Nuzvid และเมือง Vijayawada รัฐอานธรประเทศ เปลือกค่อนข้างหนา มีเนื้อเยื่อ รสชาติหวาน เม็ดน้อย และค่อนข้างนุ่ม ได้รับความนิยมมากในรัฐมหาราษฏระและอานธรประเทศ



2. สายพันธุ์ **Allahabad Safeda** มีรูปร่างกลม ผลขนาดกลาง มีเปลือกบาง เนื้อสีขาว และมีเมล็ดน้อยเมื่อเทียบกับสายพันธุ์อื่น มีพื้นที่เพาะปลูกหลักคือ เมือง Madurai เมือง Theni และเมือง Dindigul ในรัฐทมิฬนาฑู



3. สายพันธุ์ **BANARASI** พื้นที่เพาะปลูกในเมือง Banaras รัฐอุตตรประเทศ มีรูปร่างกลม เนื้อมีสีเหลืองอ่อน



4. สายพันธุ์ **CHITTIDAR** มีพื้นที่เพาะปลูกในรัฐอุตตรประเทศ รัฐมธยประเทศ รัฐฉัตตีสครห์ รัฐพิหาร และรัฐฌาร์ขัณฑ์ ผลมีรูปร่างกลม เมื่อสุกเปลือกมีสีแดงอมชมพู



5. สายพันธุ์ **LALIT** พื้นที่เพาะปลูกทั่วไปในประเทศอินเดีย มีเนื้อสีชมพู สามารถรับประทานได้ทั้งแบบสด แปรรูปหรือนำไปทำแยม



6. สายพันธุ์ **Arka Mridula** มีพื้นที่เพาะปลูกมากในรัฐทมิฬนาฑู รัฐกรณาฏกะ รัฐอานธรประเทศ และรัฐมหาราษฏระ ผลมีลักษณะกลม ผิวเรียบสีเหลืองอ่อน เนื้อสีขาว เป็นคุณสมบัติที่ทำให้ชาวอินเดียนำไปทำเยลลี่ โดยแต่ละผลจะมีน้ำหนักประมาณ 180 กรัม



7. สายพันธุ์ **Allahabad Surkha** มีพื้นที่เพาะปลูกมากในรัฐอุตตรประเทศ เป็นอีกหนึ่งสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมในอินเดีย เปลือกมีสีเขียวชมพู เนื้อมีสีชมพู รสชาติหวาน และมีปริมาณเมล็ดน้อย





### 1.5 มะขาม (HS Code: 0810 90 20)



ประเทศอินเดียมีการบริโภคและมีพื้นที่เพาะปลูกมะขามเป็นจำนวนมาก จากรายงานของ Punjab National Bank พบว่ารัฐมัธยประเทศเพียงรัฐเดียวมีผลผลิตมะขามถึง 50,000 ตันต่อปี แต่มะขามที่ปลูกในอินเดียจะเป็นมะขามเปรี้ยวที่ใช้สำหรับการทำอาหาร เช่น น้ำพริกอินเดีย (Indian chutneys) และแกงต่างๆ (curries) อินเดียมีการส่งออกมะขามสำหรับทำอาหารไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และเอเชียตะวันตก โดยมีพื้นที่เพาะปลูกในรัฐหลักๆ คือ รัฐพิหาร รัฐโอริสสา รัฐกรณาฏกะ รัฐอานธรประเทศ รัฐมัธยประเทศ รัฐเกรละ รัฐอุตตรประเทศ รัฐมหาราษฏระ รัฐทมิฬนาฑู และตอนใต้ของเทือกเขาหิมาลายา โดยมีมะขามในอินเดียมีราคาประมาณ 100 - 250 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม สำหรับฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตในแต่ละรัฐจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับภูมิอากาศและภูมิประเทศ โดยผลผลิตจะออกในพื้นที่ตอนใต้ก่อนและจึงค่อยขยับไปเรื่อยในทางตอนเหนือของอินเดีย เช่น รัฐกรณาฏกะ และรัฐอานธรประเทศมีฤดูกาลเก็บเกี่ยวประมาณเดือนมกราคม รัฐมหาราษฏระ และรัฐมหาราษฏระเดือนกุมภาพันธ์ พื้นที่ตอนเหนือ เช่น รัฐมัธยประเทศ และรัฐอุตตรประเทศจะมีฤดูกาลเก็บเกี่ยวเดือนกุมภาพันธ์

### 1.6 มังคุด (HS Code: 08045090)



ในประเทศอินเดียมีพื้นที่เพาะปลูกมังคุดหลักๆ คือ รัฐเกรละ และในรัฐทมิฬนาฑู บนเทือกเขานิลگیری (Nilgiri) ตอนใต้ของเมืองทิรุเนลเวลี (Tirunelveli) และเมืองกันยากุมารี (Kanyakumari) เนื่องจากเป็นพื้นที่เขตร้อน มีความชื้นสูง และฝนตกพอสมควร และมีการพยายามปลูกในพื้นที่อื่นๆ เช่น เทือกเขาคูนูร์ (Coonoor) ในรัฐทมิฬนาฑู รัฐกรณาฏกะ รวมถึงเมืองปูเน่และเมืองธูาเน่ รัฐมหาราษฏระ ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่จะอยู่ที่รัฐเกรละ คือ ประมาณ 1,000 ตันต่อปี รองลงมาคือรัฐทมิฬนาฑู ประมาณ 200 ตันต่อปี และรัฐกรณาฏกะ ประมาณ 100 ตันต่อปี

ฤดูกาลเก็บเกี่ยวมังคุดคือประมาณเดือนเมษายน - พฤษภาคม มังคุดในรัฐเกรละจะมีราคาประมาณ 250 - 300 รูปีอินเดีย (125 - 150 บาท) ต่อกิโลกรัม และนอกรัฐเกรละ ประมาณ 400 - 550 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม

### 1.7 แก้วมังกร (HS Code: 08109090)



ประเทศอินเดียเริ่มมีการเพาะปลูกแก้วมังกรประมาณปีค.ศ. 1990 โดยเป็นการเพาะปลูกในบ้านเหมือนพืชสวนครัวอื่นๆ ทั้งนี้ เนื่องจากคุณสมบัติในด้านต่างๆ ของแก้วมังกร เช่น เป็นพืชที่ให้ผลดี ปลูกง่าย ไม่ต้องมีการดูแลมากนัก มีคุณค่าทางอาหารมาก และรสชาติที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในอินเดีย ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มให้ความสนใจและมีการปลูกแก้วมังกรมากขึ้น โดยพื้นที่เพาะปลูกแก้วมังกรในปัจจุบัน ได้แก่ รัฐมหาราษฏระ รัฐกรณาฏกะ รัฐอานธรประเทศ รัฐเบงกอลตะวันตก รัฐเตลังคานา รัฐทมิฬนาฑู รัฐโอริสสา รัฐคุชราต หมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ และรัฐต่างๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของอินเดีย จากรายงานของ Indian Council of Agricultural Research-National Institute of Abiotic Stress Management, เมือง Baramati รัฐมหาราษฏระ พบว่ามีในหลายรัฐของอินเดียมีพื้นที่เพาะปลูกแก้วมังกรประมาณ 3,000-4,000 เฮกเตอร์ และมีผลผลิตประมาณ 12,000 ตันต่อปี มีผลผลิตระหว่างเดือนมิถุนายน – พฤศจิกายน ราคาแก้วมังกรในอินเดียประมาณ 200 – 250 รูปีอินเดียต่อกิโลกรัม หรือ 60 – 100 รูปีอินเดียต่อลูก แก้วมังกรที่เพาะปลูกในอินเดียมี 3 พันธุ์หลักๆ คือ

1. สายพันธุ์ Pitahaya ( *Hylocereus undatus*) มีเนื้อสีขาว เปลือกสีชมพู
2. สายพันธุ์ Pitaya Roja ( *Hylocereus costaricensis*) มีเนื้อสีม่วง และเปลือกสีชมพู
3. สายพันธุ์ Pitaya Amarilla ( *Hylocereus selenicereus*) มีเนื้อสีขาว เปลือกสีเหลือง

2. ข้อมูลการนำเข้าผลไม้ของอินเดียจากต่างประเทศและจากประเทศไทย ระหว่างปี 2019 - 2021 (ม.ค. - ก.ค.)

ชื่อผลไม้	มูลค่าการนำเข้าจากทั่วโลก (เหรียญสหรัฐ)			มูลค่าการนำเข้าจากประเทศไทย (เหรียญสหรัฐ)			Top 5 Competitors	FTA
	2019	2020	2021 (Jan - Sep)	2019	2020	2021 (Jan - Sep)		
มังคุด (HS 08045090 - Others (Guavas, mangoes and mangosteen))	622,412	146,151	92,791	622,189 (99.96 %)	144,535 (98.89 %)	61,899 (66.71 %)	1. Japan (Year: 2021) - 32.73 % 2. Malaysia (year: 2021) - 0.55 % 3. Ukraine (Year: 2021) - 0.01 % 4. Bangladesh (Year: 2020) - 1.11 % 5. Sri Lanka (Year: 2019) - 0.03 %	<input checked="" type="checkbox"/>
เงาะ แก้วมังกร และ ลำไย (HS 08109090 (Other Fresh Fruits))	9,468,876	5,295,450	9,873,100	2,142,912 (22.63 %)	1,235,289 (23.33 %)	1,482,212 (15.01 %)	1. Vietnam (43.94 %, 72.31 % & 84.44 %) 2. Netherlands (4.41 %, 2.52 % & 0.29 %) 3. Chile (-, 0.19 % & 0.22 %) 4. Canada (0.31 %, 0.14 % & 0.02 %) 5. Spain (1.11 %, - & 0.22 %)	<input checked="" type="checkbox"/>
มะขามหวาน (HS 08109020 - Tamarind Fresh)	2,618,557	1,442,875	2,004,579	2,484,174 (94.87 %)	1,441,860 (99.93 %)	1,791,821 (89.39 %)	1. Sudan (year: 2021) - 6.02 % 2. Madagascar (Year: 2019 & 2021) - 5.13 % & 4.58 % 3. UK (Year: 2021) - 0.01 % 4. USA (Year: 2020) - 0.07 %	<input checked="" type="checkbox"/>
ทุเรียน (HS 08106000 - Durians)	16,624	4,298	8,626	16,064 (96.63 %)	4,298 (100 %)	8,626 (100 %)	1. Sri Lanka (Year: 2019) - 3.37 %	<input checked="" type="checkbox"/>
มะม่วง (HS 08045020 - 29)	42,692	79,276	29,357	ไม่ปรากฏ ข้อมูล	43,288 (54.60 %)	16,793 (57.20 %)	1. Malawi (Year: 2019 & 2021) - 40.75 % & 42.60 % 2. Bangladesh (Year: 2019) - 5.97 % 3. Algeria (Year: 2021) - 0.19 % 4. South Africa (Year: 2019 & 2020) - 53.28 % & 45.40 %	<input checked="" type="checkbox"/>
ฝรั่ง (HS 08045010 - Guavas, fresh or dried)	210,992	45,154	14,933	210,992 (100 %)	34,115 (75.55 %)	14,933 (100 %)	1. South Africa (Year: 2020) - 24.45 %	<input checked="" type="checkbox"/>

หมายเหตุ ถึงแม้ผลไม้ที่อยู่ภายใต้ FTA จะมีภาษีนำเข้าเป็นศูนย์ แต่ผู้นำเข้าจะต้องเสียภาษีอื่นๆ เช่น Basic Customs Duty (BCD) ร้อยละ 30

Preferential Duty ร้อยละ 20 เป็นต้น

### 3. กระบวนการและเอกสารประกอบการนำเข้าสินค้าผลไม้ของอินเดีย

สำหรับการนำเข้าผลไม้มายังประเทศอินเดียนั้น ผู้นำเข้าจะต้องดำเนินการตามข้อกำหนดของหน่วยงาน Food Safety and Standard Authority of India (FSSAI) และหน่วยกักกันพืช ซึ่งกำหนดให้การนำเข้าผลไม้จะต้องแสดงเอกสารด้าน สุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) จากหน่วยงานในประเทศผู้ส่งออก ประกอบกับหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าโดยข้อกำหนดสำหรับผลไม้แต่ละชนิดมีความแตกต่างกันไป เช่น เงาะจะต้องผ่านการรมควันเพื่อจำกัดแมลง รวมถึงจะต้องผ่านการตรวจสอบสารตกค้างไม่ให้เกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (minimum residue level) และข้อกำหนดเรื่องการติดฉลากด้วย ทั้งนี้ ผู้ส่งออกสามารถศึกษาข้อมูลกฎระเบียบของการนำเข้าผลไม้ของ อินเดีย รวมถึงอัตราภาษีนำเข้าของผลไม้ แต่ละชนิดได้ที่เว็บไซต์ของกรมศุลกากรและสรรพสามิต กระทรวงการคลังของอินเดีย <https://icegate.gov.in> และจากหน่วยงานด้านความปลอดภัยอาหาร <http://www.fssai.gov.in/> สำหรับการนำเข้าผลไม้ประเภทมังคุด มะขามหวาน มะม่วง ทูเรียน เงาะ ลำไย ฝรั่ง จากประเทศไทย จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี ศุลกากรในการนำเข้าอินเดียภายใต้ความตกลงการค้าเสรี FTA ซึ่งผู้ส่งออกจะต้องเตรียมแสดงเอกสารใบรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าเพื่อขอใช้สิทธิการนำเข้าภายใต้ความตกลงการค้าเสรีดังกล่าว

### 4. โอกาสและการขยายตลาดผลไม้ไทยในอินเดีย

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าอินเดียมีการเพาะปลูกผลไม้หลายชนิดที่ใกล้เคียงกับไทย อย่างไรก็ตาม ด้วยความแตกต่างของภูมิประเทศที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตและการให้ผลผลิต ส่งผลให้ผลไม้ชนิดเดียวกัน เช่น เงาะ มังคุด ทูเรียน และฝรั่ง มีรสชาติและกลิ่นที่แตกต่างจะผลไม้จากประเทศไทย โดยผลไม้ไทยจะมีกลิ่นหอมและมีรสชาติที่หวานนุ่มกว่าผลไม้ที่ปลูกในอินเดีย ซึ่งผู้บริโภคอินเดียมีความต้องการผลไม้ประเภท Exotic ที่หาไม่ได้ในท้องถิ่นหรือมีคุณภาพและรสชาติที่แตกต่าง ดังนั้นนอกจากปัจจัยจากจุดแข็งในเรื่องของคุณภาพและรสชาติแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลไม้ไทยอีกด้วย

4.1 จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิดส่งผลให้ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าจำนวนมากเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบร้านค้า และช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Instagram Application เป็นต้น ซึ่งเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีการสั่งซื้อผลไม้เข้ามาเพิ่มขึ้น

4.2 ผู้จำหน่ายผลไม้ผ่านช่องทางออนไลน์ มีการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการซื้อในหลากหลายรูปแบบ เช่น การบอกเล่าที่มาของผลไม้ (Story Telling) การแนะนำประโยชน์ของผลไม้ชนิดต่างๆ การนำไปใช้ปรุงอาหารในรูปแบบต่างๆ โดยใช้ภาพที่สวยงาม สะอาด ซึ่งช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและกระตุ้นให้มีการซื้อผลไม้มากขึ้น

4.3 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิดส่งผลให้ธุรกิจการค้าออนไลน์ขยายตัวสูงมาก ซึ่งผู้ประกอบการไทยจะมีโอกาสในการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผลไม้ไทยได้มีโอกาสเข้าไปจำหน่ายในแพลตฟอร์มสำคัญของอินเดียหลายแพลตฟอร์ม และสามารถบุกเข้าไปขยายตลาดในเมืองรองของหลายรัฐ

4.4 ผู้บริโภคชาวอินเดียให้ความสำคัญด้านสุขภาพมากขึ้น จึงหันมารับประทานผลไม้มากขึ้น โดยมี การบริโภคทั้งแบบสด หรือนำไปตัดแปลงเป็นอาหาร เช่น สลัด เครื่องดื่ม และอาหารว่าง เป็นต้น

4.5 ความต้องการบริโภคผลไม้นำเข้ามีการกระจายตัวไปยังเมืองรองด้วยเช่นกัน เนื่องจากการขยายตัว ทางด้านเศรษฐกิจและการผลักดันให้มีการพัฒนาด้านต่างๆ ในเมืองรองตามนโยบายของรัฐบาล ส่งผลให้ประชาชนในเมือง รองมีรายได้มากขึ้น มีกำลังซื้อและต้องการบริโภคผลไม้นำเข้ามากขึ้น เนื่องจากผลไม้ไทยมีราคาสูงกว่าผลไม้ท้องถิ่น ราคาผลไม้ ที่จำหน่ายในปัจจุบัน มังคุด 540 บาทต่อกิโลกรัม เงาะ 540 บาทต่อกิโลกรัม ทูเรียน 675 บาทต่อกิโลกรัม ลำไยชายส่ง 115 บาทต่อกิโลกรัม ขายปลีก 270 บาทต่อกิโลกรัม มะขามหวาน 200-500 บาทต่อกิโลกรัม ฝรั่ง 225 บาทต่อกิโลกรัม แก้วมังกร 90 บาทต่อผล

4.6 ผลไม้ไทยสามารถใช้สิทธิภายใต้ความตกลง FTA 2 ฉบับ ไทย-อินเดีย และอาเซียน-อินเดีย ทำให้ผลไม้ กว่า 20 รายการได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า เช่น มังคุด มะม่วง อุ่น แอปเปิ้ล เงาะ ลำไย ทูเรียน ฝรั่ง ส้ม

4.7 ผลไม้อินเดียไม่ได้มีตลอดทั้งปี และค่อนข้างจำกัด ในช่วงมีนาคม-กรกฎาคมเป็นฤดูมะม่วง ก็จะมีแต่ มะม่วงวางขาย ก็เป็นโอกาสของผลไม้ต่างชาติจะเข้าไปเติมเต็ม ส่วนในช่วงสิงหาคม – กุมภาพันธ์ก็จะเป็นเทศกาล ทั้งปีใหม่ งานแต่งงาน ซึ่งมีความต้องการผลไม้นำเข้าสูง เพื่อใช้เป็นของขวัญและงานเลี้ยง

4.8 ถึงแม้อินเดียจะมีผลไม้ที่หลากหลายประเภท แต่ผู้ประกอบการอินเดียไม่มีการคัดสรรหรือคัดแยกผลไม้ ตามขนาดหรือคุณภาพ แต่จะนำมารวมกันในใส่กล่องบรรจุภัณฑ์ส่งขายตามแหล่งจำหน่ายต่างๆ ทำให้ผลไม้ดูไม่น่า รับประทาน ต่างกับผลไม้ไทยที่จะมีการคัดสรรเป็นอย่างดี มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดีกว่า

## 5. ปัญหา/อุปสรรค/ความท้าทาย

5.1 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด ส่งผลให้จำนวนเที่ยวบินและเรือขนส่งสินค้ามีจำนวน ลดลง ซึ่งผลไม้ไทยส่วนมากขนส่งทางอากาศ ยกเว้นมะขามกับลำไยที่ขนส่งทางเรือ จึงทำให้ไม่มีจำนวนผลไม้ที่เพียงพอต่อ ความต้องการของตลาด

5.2 ราคาค่าขนส่งสินค้าในปัจจุบันมีราคาสูงมาก เช่น Air cargo ของ Indigo ประมาณ 90 บาทต่อกิโลกรัม Spice Jet ประมาณ 92 บาทต่อกิโลกรัม Thai Airways ประมาณ 106 บาทต่อกิโลกรัม ส่งผลให้ผลไม้ไทยที่นำเข้ามาใน อินเดียมีราคาสูงขึ้น เกิดข้อจำกัดในกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงเท่านั้น

5.3 ด้านคู่แข่ง ในปี 2563 อินเดียได้มีการนำเข้าผลไม้จากไทยน้อยลง แต่มีการนำเข้าจากเวียดนามเพิ่มขึ้น ผลไม้ที่ เวียดนามส่งออกมาอินเดีย เช่น แก้วมังกร เกรฟฟรุต ลำไย ทูเรียน และเงาะ ซึ่งเป็นผลไม้เดียวกับที่ไทยส่งออกมาอินเดีย ในปัจจุบัน

5.4 ผลไม้ที่ตลาดมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น มะพร้าวอ่อน แต่ยังไม่ได้รับการตรวจรับรองวิเคราะห์ ความเสี่ยงศัตรูพืช หากสามารถเจรจากับทางอินเดียให้ทำการตรวจรับรองฯ และบรรจุมะพร้าวอ่อนลงในรายการผักผลไม้ที่ สามารถนำเข้ามายังอินเดียได้ ก็จะช่วยให้สามารถขยายตลาดได้มากขึ้น

5.5 เนื่องจากอินเดียเป็นประเทศเกษตรกรรม รัฐบาลได้มีนโยบายปกป้องและสนับสนุนภาคการเกษตรอย่างมาก นอกจากนี้ เกษตรกรอินเดียก็มีการรวมตัวอย่างเข้มแข็งในการตอบรับนโยบายของรัฐบาล

5.6 นโยบายพึ่งพาตนเอง ลดการนำเข้าของรัฐบาล รวมทั้งราคาผลไม้นำเข้า เช่น เงาะ มังคุด แก้วมังกร ทูเรียน ที่มีราคาสูงกว่าผลไม้พื้นเมือง ส่งผลให้เกษตรกรชาวอินเดียนิยมมีความพยายามในการปลูกผลไม้เหล่านี้มากขึ้น

## 6. แนวทางการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ

6.1 การส่งเสริมการขายผ่านผู้นำเข้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยการแนะนำผลไม้ไทย สร้างความต้องการตลาด มุ่งไปที่กลุ่มผู้มีรายได้สูง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร การจัดเลี้ยงในโอกาสพิเศษ และกลุ่มผู้รักสุขภาพ

6.2 ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ผู้นำเข้า ผู้บริโภคชาวอินเดียนรู้จักผลไม้ไทยและประโยชน์ของผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ผ่านหน่วยงานและสื่อต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในซูเปอร์มาเก็ตที่มีการนำเข้าสินค้าไทยแล้ว ในรูปแบบของสติ๊กเกอร์ แผ่นป้ายแบนเนอร์ เพื่อให้ผลไม้มีความโดดเด่น และดึงดูดความน่าสนใจของผู้บริโภคให้มากขึ้น เนื่องจากผู้ซื้อมีความเชื่อมั่นในซูเปอร์มาเก็ตนั้นๆ ส่งผลให้มีความกล้าทดลองสินค้าใหม่ๆ มากขึ้น

6.3 การแนะนำและเชิญชวนซูเปอร์มาเก็ตหรือผู้นำเข้ารายใหม่ๆ ในการทดลองสั่งซื้อผลไม้ไทย เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากขึ้น

6.4 การจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับซูเปอร์มาเก็ต และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในสื่อโซเชียลมีเดีย Youtube, Facebook, Instagram หรือผ่านผู้มีบทบาทบนสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น วิดีโปลอกและการรับประทานผลไม้ไทย การเก็บรักษา การสาธิตการทำอาหารไทยโดยใช้ผลไม้ไทย เช่นการทำข้าวเหนียวลาโย วุ้นมะพร้าว เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการปรุงอาหาร เครื่องปรุง และประโยชน์ของอาหารไทย ส่งผลให้เกิดการรับรู้สำหรับผู้บริโภคชาวอินเดียนในวงกว้างมากขึ้น

6.5 การดำเนินการมาตรการระยะยาว เพื่อให้เข้าถึงตลาดที่มีกำลังซื้อระดับกลาง หรือคนรุ่นใหม่ โดยการส่งเสริมผลไม้เกรดรองมาจำหน่ายผ่านผู้ประกอบการไทยในอินเดีย หรือการร่วมทุนกับผู้นำเข้าผลไม้อินเดียทำธุรกิจจัดเก็บและกระจายสินค้าเกษตรในตลาดค้าส่งในแต่ละรัฐ หรือแปรรูปสินค้า

6.6 เนื่องจากอินเดียเป็นตลาดใหม่สำหรับผู้ประกอบการไทย อีกทั้งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความต้องการของผู้บริโภค จึงจะแนะนำผู้ประกอบการไทยให้ดำเนินการศึกษาตลาดนี้ให้มากขึ้น จากหลากหลายช่องทาง เช่น ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดียที่มีการจัดทำข้อมูลในรูปแบบวิดีโอ ซึ่งมีความง่ายต่อการศึกษาข้อมูล เป็นต้น

6.7 ควรมีการใช้เที่ยวบิน low cost ในการส่งผลไม้เพื่อลดต้นทุนการขนส่งและรักษาความสดใหม่ของผลไม้

## แหล่งที่มาของข้อมูล

<https://www.fssaifoodlicense.com/import-food-products-into-india/>

<https://tradestat.commerce.gov.in/>

<https://agritech.tnau.ac.in/>

<https://www.cbic.gov.in/>

<https://connect.ihsmarket.com/gta/standard-reports>

<https://www.downtoearth.org.in/blog/agriculture/dragon-fruit-is-it-the-next-big-thing-in-indian-horticulture-78017>

<https://www.abcfruits.net/guava-the-tropical-apple/>

<https://www.yearofthedurian.com/2013/07/burliar-state-farm-tamil-nadu-india.html>