



วันที่ 22 – 28 พฤษภาคม 2566

## Tata Consumer ประกาศ 5 กลุ่มสินค้าศักยภาพ



บริษัท Tata Consumer Products บริษัทในเครือ Tata Group ได้ประกาศ 5 กลุ่มสินค้าศักยภาพที่บริษัทจะผลักดันด้านการตลาดให้มากขึ้น ซึ่งได้มีการประเมินสินค้าจากปัจจัยต่างๆ เช่น โอกาสทางการตลาด การทำกำไร และการแข่งขันของตลาด นอกจากนี้ บริษัทยังได้กล่าวถึงแนวโน้มสำคัญอื่นๆ ที่มีปัจจัยต่อการขายสินค้า เช่น การตลาดดิจิทัล อีคอมเมิร์ซ การสร้างการรับรู้โดยตรงถึงผู้บริโภค และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภค โดยกลุ่มสินค้าดังกล่าวประกอบด้วย

1. Current Core: Tea, Coffee, salt
2. Pantry: Pulses, Spices, Staples, Dry Fruits
3. Liquids: Water, Ready to drink
4. Mini Meals: Breakfast cereals, Ready to eat, Snacks
5. Protein: Plant based meat, plant protein powder

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองเจนไน ได้รวบรวมมูลค่าตลาดของสินค้าที่ไทยมีศักยภาพจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการไทยในการพิจารณาเลือกสินค้าที่จะผลักดันมายังประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

\* **ชา** ในปี 2565 อินเดียมีมูลค่าตลาดสินค้าชาประมาณ 15.67 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีปริมาณการใช้ 1,141.82 ล้านกิโลกรัม และคาดการณ์ว่าในปี 2566 จะมีมูลค่าประมาณ 16.66 พันล้านเหรียญสหรัฐ มีปริมาณการใช้ 1,184.02 ล้านกิโลกรัม แบ่งเป็นการบริโภคภายในครัวเรือนร้อยละ 79 และเป็นการบริโภคในสถานที่อื่นๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ที่ทำงาน เป็นต้น ร้อยละ 21

\* **กาแฟ** อินเดียมีการบริโภคกาแฟ ในช่วงปี 2565 – 2566 ประมาณ 74.1 ล้านกิโลกรัม คาดว่าในปี 2570 จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 4.05 พันล้านเหรียญสหรัฐ ชาวอินเดียมีการดื่มกาแฟมากขึ้น ส่งผลธุรกิจร้านกาแฟ (Coffee café franchise) ในอินเดียมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 8 -9 ต่อปี

\* **ธัญพืช** ในปี 2565 อินเดียมีการผลิตธัญพืช 27.3 ล้านตันและมีการนำเข้า 2,012 ล้านเหรียญสหรัฐ

\* **เครื่องดื่ม** ในปี 2565 อินเดียจะมีมูลค่าตลาดสินค้าเครื่องดื่มประมาณ 19,442.54 ล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าในปี 2571 จะมีมูลค่าการตลาดประมาณ 36,452.32 ล้านเหรียญสหรัฐ การเติบโตร้อยละ 10.9 ระหว่างปี 2565-2571 ตัวอย่างเครื่องดื่มที่นิยมในอินเดีย เช่น พริก พริกไทย ขมิ้น ผักชี ผงยี่หระา ไบกระวาน การพูลอบเชย เป็นต้น

\* **ถั่วและผลไม้แห้ง** คาดการณ์ว่าในปี 2566 อินเดียจะมีมูลค่าตลาดถั่วและผลไม้แห้ง ประมาณ 122.30 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตร้อยละ 8.37 ระหว่างปี 2566 – 2571

\* **เครื่องดื่ม (Soft Drinks)** คาดการณ์ว่าในปี 2566 อินเดียจะมีมูลค่าการตลาดสินค้าเครื่องดื่มประมาณ 8.85 พันล้านเหรียญสหรัฐ และมีการเติบโตระหว่างปี 2566 – 2571 ร้อยละ 5.4 ต่อปี

\* **อาหารเข้าซีเรียล** คาดการณ์ว่าในปี 2566 อินเดียจะมีมูลค่าการตลาดซีเรียล ประมาณ 4.67 พันล้านเหรียญสหรัฐ และมีการเติบโตระหว่างปี 2566 – 2571 ร้อยละ 9.27 โดยส่วนผสมสำคัญ เช่น ข้าวโอ๊ต ธัญพืชชนิดต่างๆ ข้าวโพด ข้าวสาลี เป็นต้น

\* **ของขบเคี้ยว** คาดการณ์ว่าในปี 2566 อินเดียจะมีมูลค่าการตลาดสินค้าของขบเคี้ยว ประมาณ 66.92 พันล้านเหรียญสหรัฐ และมีการเติบโตระหว่างปี 2566 – 2568 ร้อยละ 9.01 โดยผู้บริโภคจะเลือกสินค้าด้วยเหตุผลต่างๆ เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบธรรมชาติ การเพิ่มคุณค่าทางอาหาร รสชาติที่แปลกใหม่ ปริมาณไขมัน เป็นต้น

\* **เนื้อทำจากพืช** ในปี 2564 อินเดียมีมูลค่าการตลาดเนื้อทำจากพืช ประมาณ 38.2 ล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะเติบโต ร้อยละ 54.7 ระหว่างปี 2565 -2571 โดยในปี 2571 จะมีมูลค่าการตลาดประมาณ 836.2 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยพืชที่นิยมนำมาผลิตเนื้อมากที่สุดคือถั่วเหลือง ธัญพืช ส่วนผสมของถั่วและธัญพืช ถั่วลันเตา และอื่นๆ ตามลำดับ

#### ที่มาข้อมูล

- The Economics Times: Tata consumer to focus on 5 key levers; to take inorganic route whenever necessary
- fmtmagazine.in: Overview of snacks market in India
- Indifoodbev: Coffee consumption in India to more than double by 2027
- Blueweaveconsulting: India plant based meat market
- Statista
- Levista
- Research and market