

การรักษาความสามารถในการแข่งขันและการเพิ่มโอกาสการส่งออกมังคุดไทย

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า สนค. ได้ศึกษาข้อมูลสถานการณ์การค้ามังคุด ซึ่งเป็นผลไม้ส่งออกสำคัญของไทยรองจากทุเรียนและลำไย มังคุดไทยมีจุดเด่น คือ ผลใหญ่ เปลือกบาง มีคุณภาพและรสชาติดี ที่ผ่านมา การส่งออกมังคุดของไทยมากกว่าร้อยละ 90 พังพาดตลาดจีน ดังนั้น ต้องพยายามรักษาตลาดจีน และกระจายตลาดส่งออกให้มากขึ้น

ในปี 2565 ไทยมีพื้นที่ปลูกมังคุด ประมาณ 4.4 แสนไร่ มีผลผลิตรวมกว่า 2.5 แสนตัน แหล่งผลิตมังคุดสำคัญอยู่ในภาคตะวันออกและภาคใต้ จังหวัดที่มีผลผลิตมังคุดมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) จันทบุรี (2) ตราด (3) ระยอง (4) นครศรีธรรมราช และ (5) ระนอง โดยผลผลิตมากกว่าร้อยละ 60 มาจากจังหวัดจันทบุรี และมากกว่าร้อยละ 80 ของผลผลิตมังคุดไทยทั้งหมด จะถูกส่งออกไปขายในต่างประเทศ

สถานการณ์การส่งออกมังคุด (HS Code 08045030) ในปี 2565 ไทยมีปริมาณส่งออก 205,804.31 ตัน หดตัวร้อยละ 19.73 จากปีที่ผ่านมา (ปี 2564 มีปริมาณส่งออก 256,378.77 ตัน) คิดเป็นมูลค่าการส่งออก 399.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (13,532.31 ล้านบาท) หดตัวร้อยละ 26.26 จากปีที่ผ่านมา (ปี 2564 มีมูลค่าการส่งออก 542.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) สำหรับปี 2566 ช่วง 9 เดือนแรก (มกราคม – กันยายน) มีปริมาณส่งออกรวม 240,150.09 ตัน ขยายตัวร้อยละ 17.33 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา คิดเป็นมูลค่าส่งออก 483.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (16,530.72 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 22.11 โดยตลาดส่งออกมังคุดที่สำคัญของไทย 3 อันดับแรก ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 ได้แก่ (1) จีน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93.75 ของมูลค่าการส่งออกมังคุดไทย (2) เวียดนาม สัดส่วนร้อยละ 3.45 และ (3) ฮองกง สัดส่วนร้อยละ 0.71 ตามลำดับ

ตลาดจีนซึ่งเป็นตลาดส่งออกมังคุดหลักของไทย อนุญาตให้นำเข้ามังคุดสดได้จาก 5 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย เมียนมา มาเลเซีย และเวียดนาม ซึ่งไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับ 1 ของจีน ในปี 2565 จีนนำเข้ามังคุดจากไทย เป็นมูลค่า 545.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 21.84 จากปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86.8 ของมูลค่าการนำเข้ามังคุดทั้งหมดของจีน (ปี 2564 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90.9 ของมูลค่าการนำเข้ามังคุดทั้งหมดของจีน) คู่แข่งสำคัญของไทยในตลาดจีน คือ อินโดนีเซีย ในปี 2565 จีนนำเข้ามังคุดจากอินโดนีเซีย เป็นมูลค่า 82.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 19.33 จากปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.2 ของมูลค่าการนำเข้ามังคุดทั้งหมดของจีน (ปี 2564 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.0 ของมูลค่าการนำเข้ามังคุดทั้งหมดของจีน) ซึ่งจะเห็นว่ามีมูลค่าการนำเข้าและสัดส่วนการนำเข้ามังคุดจากไทยลดลง ขณะที่มูลค่าการนำเข้าและสัดส่วนการนำเข้าจากอินโดนีเซียเพิ่มขึ้น ดังนั้น ไทยต้องเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดในจีน รวมทั้งกระจายตลาดส่งออกให้มากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาดตลาดจีนมากเกินไป

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2566 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้บรรลุข้อตกลงการเปิดตลาดมังคุดไทยสู่ตลาดญี่ปุ่นโดยไม่ต้องผ่านการอบไอน้ำ (Vapor Heat Treatment: VHT) จากเดิมที่การส่งออกมังคุดไปญี่ปุ่นต้อง

ผ่านการอบไอน้ำเพื่อกำจัดไข่และหนอนแมลงวันผลไม้ ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขการนำเข้าของประเทศคู่ค้า (อาทิ ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ และเกาหลีใต้) แต่การอบไอน้ำจะทำให้อายุการเก็บรักษามังคุดสั้นลง จึงจำเป็นต้องขนส่งทางอากาศ ซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนของผู้ส่งออกและทำให้มังคุดที่ส่งไปญี่ปุ่นมีราคาแพง จากข้อตกลงฯ ดังกล่าว สามารถช่วยลดต้นทุนการส่งออก ช่วยคงความสดใหม่ของผลมังคุดสด ยืดอายุการเก็บรักษาผลมังคุดสดให้ยาวนานขึ้น และสามารถขนส่งทางเรือได้อีกช่องทางหนึ่งนอกเหนือจากทางเครื่องบิน ซึ่งส่งผลดีต่อการส่งออกมังคุดไทยไปตลาดญี่ปุ่นได้ในราคาที่ถูกลง และทำให้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น จะเห็นได้จาก ในปี 2565 ไทยส่งออกมังคุดไปญี่ปุ่น 82.41 ตัน คิดเป็นมูลค่า 0.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (12.98 ล้านบาท) และปี 2566 ช่วง 9 เดือนแรก (มกราคม – กันยายน) ไทยส่งออกมังคุดไปญี่ปุ่น 129.68 ตัน คิดเป็นมูลค่า 0.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (24.98 ล้านบาท) มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 89.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งการลดข้อจำกัดด้านการอบไอน้ำของมังคุดที่จะส่งออกไปญี่ปุ่น ถือเป็นโอกาสหนึ่งในการขยายการส่งออกมังคุดของไทย

นายพูนพงษ์กล่าวทิ้งท้ายว่า มังคุดเป็นผลไม้ส่งออกของไทยที่มีศักยภาพ แต่ที่ผ่านมาไทยพึ่งพาการส่งออกไปจีนเป็นหลัก ปัจจุบันตลาดจีนเริ่มมีคู่แข่งอย่างอินโดนีเซีย และเมียนมา จึงจำเป็นต้องรักษามาตรฐานและยกระดับการผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด เพิ่มปริมาณการส่งออก และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง อาทิ ใช้เทคโนโลยีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา การประชาสัมพันธ์ และสร้างจุดเด่นให้สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยอาจชูจุดเด่นด้านแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจงและคุณภาพของผลผลิต ซึ่งมังคุดที่ได้ขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) แล้ว ได้แก่ มังคุดเขาคีรีวง มังคุดในวงระนอง และมังคุดทิพย์พังงา ทั้งนี้ การขึ้นทะเบียน GI ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ เกษตรกรและผู้ประกอบการต้องรักษาคุณภาพมาตรฐานของสินค้า ตลอดจนพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในแต่ละตลาดด้วย

.....

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร

9 พฤศจิกายน 2566