

ฤดูที่แตกต่าง ต้นออสเตรเลียเร่งส่งออกมะม่วง

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า สนค. ได้ติดตามนโยบายด้านการค้าสินค้าเกษตรของต่างประเทศที่เกี่ยวกับผลไม้ โดยเฉพาะกลุ่มผลไม้ส่งออกสำคัญของไทย เพื่อเป็นข้อมูลให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถเตรียมความพร้อมรับมือหากส่งผลกระทบต่อการค้าสินค้าเกษตรของไทย ทั้งนี้ พบว่าออสเตรเลียกำลังมีนโยบายเร่งขยายการส่งออกมะม่วงไปตลาดญี่ปุ่น โดยใช้ประโยชน์จากช่วงเวลาเก็บเกี่ยวที่แตกต่างจากประเทศผู้ผลิตอื่นๆ นอกจากนี้พบว่า ออสเตรเลียต้องการส่งออกสินค้าเกษตรไปต่างประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากตลาดในประเทศมีข้อจำกัดด้านจำนวนประชากรที่มีเพียง 25 ล้านคนเท่านั้น

กระทรวงเกษตร ประมง และป่าไม้ ออสเตรเลีย (Department of Agriculture, Fisheries and Forestry: DAFF) เปิดเผยว่า ออสเตรเลียจะส่งออกมะม่วงไปญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น เนื่องจากญี่ปุ่นได้ยกเลิกข้อจำกัดด้านสายพันธุ์ในการส่งออกมะม่วงของออสเตรเลีย ส่งผลให้ชาวสวนและผู้ส่งออกมะม่วงออสเตรเลียได้รับประโยชน์จากการยกเลิกข้อจำกัดดังกล่าวทันที ปัจจุบันอยู่ในช่วงฤดูร้อน ซึ่งเป็นฤดูกาลมะม่วงของออสเตรเลีย (เดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์) โดยออสเตรเลียอยู่บริเวณซีกโลกใต้ ทำให้มีฤดูกาลเก็บเกี่ยวแตกต่างจากประเทศผู้ผลิตในแถบซีกโลกเหนือ ไม่ว่าจะเป็นญี่ปุ่น ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเม็กซิโก

ปัจจุบันออสเตรเลียผลิตมะม่วงได้ปีละประมาณ 70,000 ตัน มีจุดเด่นด้านความฉ่ำ (Juicy) และรสชาติอร่อย ขณะที่การส่งออกมะม่วงของออสเตรเลีย คิดเป็นร้อยละ 10 ของผลผลิตทั้งหมด มีตลาดส่งออกหลัก คือ นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ ฮ่องกง เกาหลีใต้ และจีน ส่วนตลาดญี่ปุ่น เดิมอนุญาตให้ออสเตรเลียส่งออกมะม่วงได้เพียง 5 สายพันธุ์ ได้แก่ (1) พันธุ์เคนซิงตัน (Kensington) (2) อาร์ทูอีทู (R2E2) (3) พันธุ์เคนต์ (Kent) (4) พันธุ์คีตต์ (Keitt) และ (5) พันธุ์ปาล์มเมอร์ (Palmer) เนื่องจากมีความกังวลเกี่ยวกับแมลงศัตรูพืช แต่ปัจจุบันญี่ปุ่นยกเลิกข้อจำกัดดังกล่าว เพราะมะม่วงในออสเตรเลียได้ผ่านการอบไอน้ำ (Vapor Heat Treatment: VHT) ตามมาตรฐานสากล เพื่อกำจัดแมลงวันผลไม้ ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงในการปนเปื้อนแมลงศัตรูพืชได้ ทำให้มะม่วงทุกสายพันธุ์ที่ปลูกในออสเตรเลียสามารถส่งออกไปญี่ปุ่นได้ทั้งหมด ทั้งนี้ สายพันธุ์มะม่วงออสเตรเลียที่น่าจะมีโอกาสเติบโตสูงในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ พันธุ์คาลิปโซผิวสีแดง (Red-skinned Calypso) และพันธุ์ฮันนี่โกลด์สีทอง (Golden Honey Gold) โดยญี่ปุ่นถือเป็นตลาดส่งออกมะม่วงที่มีศักยภาพระยะยาวสำหรับออสเตรเลีย

รัฐบาลออสเตรเลียเน้นว่า การยกเลิกข้อจำกัดด้านพันธุ์พืชในการส่งออกมะม่วงไปญี่ปุ่น และการแสวงหาโอกาสทางการค้าให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าสด (Fresh Product) จะเป็นแนวทางในการขยายการส่งออกสินค้าเกษตรอื่นๆ เพิ่มเติมให้ออสเตรเลีย และจะสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาคเกษตรของออสเตรเลีย ซึ่งนอกจากจะแก้ไขข้อจำกัดด้านตลาดในประเทศที่มีขนาดเล็กแล้ว ยังทำให้ออสเตรเลียสามารถกำหนดเป้าหมายตลาดส่งออกได้หลากหลายขึ้น โดยญี่ปุ่นถือเป็นหนึ่งในตลาดเป้าหมายที่สำคัญ เนื่องจากยังมีการนำเข้าผลไม้จากออสเตรเลียในสัดส่วนค่อนข้างน้อย จึงยังคงมีพื้นที่สำหรับการเติบโตได้อีกมาก

นโยบายดังกล่าวของออสเตรเลีย อาจส่งผลกระทบต่อการค้าส่งออกมะม่วงของไทยไปยังญี่ปุ่น โดยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2566 (มกราคม – ตุลาคม) ญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกมะม่วงสดอันดับที่ 4 ของไทย มีสัดส่วนมูลค่าส่งออกร้อยละ 3.4 ของมูลค่าส่งออกมะม่วงสดทั้งหมด รองจากมาเลเซีย (สัดส่วนร้อยละ 42.6) เกาหลีใต้

(สัดส่วนร้อยละ 38.1) และเวียดนาม (สัดส่วนร้อยละ 5.3) ตามลำดับ โดยไทยส่งออกมะม่วงสดไปญี่ปุ่น มีปริมาณรวม 946 ตัน คิดเป็นมูลค่า 2.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (99.3 ล้านบาท) หดตัวร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าแม้ฤดูกาลมะม่วงออสเตรเลียจะต่างจากไทย แต่ไทยมีการส่งออกมะม่วงไปตลาดญี่ปุ่นตลอดทั้งปี โดยส่งออกมากในช่วงเดือนมีนาคม – พฤษภาคม และมีปริมาณส่งออกสูงที่สุดในเดือนเมษายน มะม่วงนำเข้าจากออสเตรเลียจึงอาจไปทดแทนมะม่วงนำเข้าจากไทย เนื่องจากเน้นเจาะตลาดกลุ่มพรีเมียมเหมือนกัน

นายพูนพงษ์กล่าวทิ้งท้ายว่า เกษตรกรและผู้ส่งออกมะม่วงไทยที่ส่งออกไปญี่ปุ่น ต้องเตรียมความพร้อมรับมือกับผลกระทบดังกล่าว เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของไทยในญี่ปุ่น โดยการรักษาคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยของสินค้าเกษตรถือเป็นเรื่องที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมออยู่แล้ว แต่สำหรับในระยะสั้น ต้องเร่งสร้างการรับรู้และให้ข้อมูลจุดเด่นด้านรสชาติ เอกลักษณ์ของมะม่วงไทย และประชาสัมพันธ์วิธีการรับประทานมะม่วงไทยในหลายๆ รูปแบบ ทั้งอาหารคาวและอาหารหวานผ่านอินฟลูเอนเซอร์หรือช่องทางที่ได้รับความนิยมในตลาดญี่ปุ่น ซึ่งจะเป็นเรื่องราว (Stories) ที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ การให้ข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับมะม่วงแต่ละสายพันธุ์ของไทย เช่น สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) สินค้าอินทรีย์ หรือสินค้าที่มีการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ก็อาจช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะม่วงของไทยได้มากขึ้นเช่นกัน

ข้อมูลล่าสุดปี 2565 ญี่ปุ่นมีการนำเข้ามะม่วงสด มูลค่ารวม 32.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 14.6 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยแหล่งนำเข้าสำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) เม็กซิโก มีมูลค่าการนำเข้า 13.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.9 ของมูลค่าการนำเข้ามะม่วงสดทั้งหมดของญี่ปุ่น) (2) ไทย 5.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 17.0) (3) เปรู 5.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 16.1) (4) ไต้หวัน 4.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 14.9) และ (5) เวียดนาม 2.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 7.2) ตามลำดับ ขณะที่ ปัจจุบันญี่ปุ่นยังมีการนำเข้ามะม่วงสดจากออสเตรเลียเป็นมูลค่าน้อย โดยในปี 2565 มีมูลค่านำเข้ารวมเพียง 0.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.3 ของมูลค่าการนำเข้ามะม่วงสดทั้งหมดของญี่ปุ่น) หดตัวร้อยละ 21.4 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (ที่มา: trademap.org)

.....

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร
ธันวาคม 2566

แหล่งข้อมูล: <https://minister.agriculture.gov.au/watt/media-releases/mangoes-expanded-market-access-japan>
https://micor.agriculture.gov.au/Plants/Pages/Japan_JP/Mango.aspx
<https://asia.nikkei.com/Business/Food-Beverage/Australia-wants-Japanese-shoppers-to-go-bananas-for-its-fruits>
<https://www.japantimes.co.jp/business/2023/11/27/australia-mango-exports-to-japan/>