

# วิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจการค้าไทยรายภูมิภาค

ประจำเดือนพฤษภาคม 2564



กลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

กองนโยบายการสร้างเสริมความเข้มแข็งทางการค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

โทร. 02-507-7894, 02-507-8501, 02-507-6489

E-mail: [tpso.localeconomy@gmail.com](mailto:tpso.localeconomy@gmail.com)





### ภาคกลาง และกรุงเทพมหานคร

กระทรวงพาณิชย์ ประกาศขึ้นทะเบียน 2 สินค้า GI รายการใหม่ “ข้าวขาวกอเดียวพิจิตร” ของไทย และ “เซอร์รีอิคาซิเนะ” ของญี่ปุ่น ตั้งเป้าปี 2564 จะผลักดันให้มีการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นให้ได้ 15 รายการ เพื่อช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก พร้อมเดินหน้าจัดทำระบบควบคุมคุณภาพส่งเสริมด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพิ่มรายได้ให้ผู้ผลิต ทำให้ขณะนี้ มีสินค้า GI ไทยที่ขึ้นทะเบียนแล้ว 137 รายการ



สำหรับข้าวขาวกอเดียวพิจิตร ที่ขึ้นทะเบียน GI ครอบคลุมทั้งข้าวเปลือก ข้าวกล้อง และข้าวสาร มีลักษณะเด่น คือ เมล็ดข้าวเรียวยาว สามารถสีเป็นข้าวสารได้ 100% เมื่อหุงสุกข้าวจะร่วน ค่อนข้างแข็ง ส่วนของปลายข้าว สามารถใช้ผลิตเส้นขนมจีน เส้นก๋วยเตี๋ยว เพราะมีความชื้นหนืด คุณค่าทางโภชนาการ มีปริมาณไนอะซินสูง ช่วยในการเผาผลาญไขมัน คาร์โบไฮเดรต และโปรตีนควบคุมการทำงานของสมองและระบบประสาท คุณสมบัติดั้งเดิมของข้าวขาวกอเดียวพิจิตร เป็นข้าวนาปีไวต่อแสง ทำให้ลำต้นมีความสูงถึง 190 เซนติเมตร จึงเหมาะที่จะปลูกในพื้นที่ลุ่มที่มีน้ำหลากในช่วงฤดูฝนของจังหวัดพิจิตร ส่วนเซอร์รีอิคาซิเนะ เป็นเซอร์รีสายพันธุ์ชาโต-นิซิกิ และ เบนิ-ซูโฮ มีผลสีแดง ขนาดใหญ่ มีรสชาติดหวานอมเปรี้ยวกลมกล่อมพอเหมาะ มีการปลูกมานานกว่า 90 ปี ในเมืองอิคาซิเนะ จังหวัดยามากาตะ ประเทศญี่ปุ่น เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั้งในด้านรสชาติและรูปลักษณ์ที่โดดเด่นสวยงาม

#### บทวิเคราะห์



สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ที่มีความเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์และธรรมชาติ ที่มีลักษณะพิเศษทั้งแหล่งปลูกหรือผลิต มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ รวมไปถึงทักษะภูมิปัญญาของคนในพื้นที่นั้น ซึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบ่งออกได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ ทางตรง คือ เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น เช่น ข้าวขาวกอเดียวพิจิตร และ เซอร์รีอิคาซิเนะ ทางอ้อม คือ เป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งอื่นที่ไม่ใช่ชื่อทางภูมิศาสตร์

ใช้เพื่อปกป้องแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งกำเนิดหรือแหล่งผลิตของสินค้า เช่น สัญลักษณ์ประจำอำเภอ หรือจังหวัด ความพิเศษของสินค้า GI นี้ คือ ข้าวขาวกอเดียวพิจิตร ราคาที่โรงสีรับซื้อสูงกว่าราคาข้าวเปลือกทั่วไปแพงกว่าข้าวพันธุ์อื่น ต้นละ 1,000 บาท ในขณะที่เซอร์รีอิคาซิเนะ ปลูกในเมืองฮากาซิเนะ จังหวัดยามากาตะ ประเทศญี่ปุ่น เท่านั้น ซึ่งเป็นเมืองที่เหมาะสมกับการปลูกเซอร์รีเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีอุณหภูมิแตกต่างกันระหว่างกลางวันและกลางคืน อุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ 12 องศาเซลเซียส ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ทำให้เซอร์รีอิคาซิเนะมีคุณภาพดี ขนาดผลสดใหญ่ ปริมาณน้ำตาลสูง รสชาติเป็นเอกลักษณ์ ทั้งนี้ ประโยชน์จากการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ได้แก่

1. เพิ่มมูลค่าสินค้าให้แก่ผู้ผลิต สื่อให้เห็นว่าสินค้าดังกล่าวได้ผลิตขึ้นในประเทศใดประเทศหนึ่ง หรือท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง
2. รักษามาตรฐานของสินค้าให้มีคุณภาพดีและบอกแหล่งที่มาชัดเจน
3. ช่วยส่งเสริมและกระจายรายได้ให้แก่เศรษฐกิจฐานรากและชุมชน
4. ถ่ายทอดภูมิปัญญาและความเชี่ยวชาญในพื้นที่นั้น และนำเสนอออกมาเป็นอัตลักษณ์ในรูปแบบสินค้า

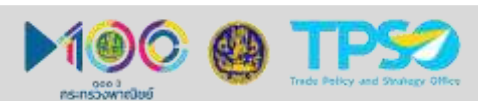
นอกจากนี้การที่ประเทศไทยรับขึ้นทะเบียนสินค้า GI จากต่างประเทศ จะทำให้สร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการจากต่างประเทศ แสดงถึงความเชื่อใจ (Trust) ที่ไทยให้ความสำคัญต่อทะเบียนและมีมาตรการป้องกันการละเมิดสินค้า

#### ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ และช่องทางการค้า ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI เพื่อสื่อสารการรับรู้ให้ประชาชนทั่วไปตามจังหวัด ต่าง ๆ ให้ทราบถึงความพิเศษและความเป็นมาของสินค้า และได้รับความสะดวกสบายในการเข้าถึงและเลือกซื้อสินค้าเฉพาะกลุ่มนี้ให้เพิ่มขึ้น
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เข้าไปช่วยสนับสนุนเกษตรกรตั้งแต่การผลิต พัฒนาบรรจุภัณฑ์ การตลาด ตลอดจนการจัดจำหน่าย และหาแหล่งจัดจำหน่ายให้สินค้าเป็นที่รู้จัก
3. การขึ้นทะเบียนสินค้า GI จากต่างประเทศ จะทำให้ผู้ประกอบการจากต่างประเทศ มั่นใจในการขึ้นทะเบียนสินค้า และทำให้ผู้บริโภคของไทย ได้รับประทานสินค้าจากต่างประเทศในเมืองไทย

#### อ้างอิง

1. ผู้จัดการออนไลน์ (2564). “พาณิชย์” ขึ้นทะเบียน GI ใหม่ “ข้าวขาวกอเดียวพิจิตร” ของไทย “เซอร์รีอิคาซิเนะ” ของญี่ปุ่น. <https://mgronline.com/business/detail/9640000046407>. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2564
2. กรมทรัพย์สินทางปัญญา (2564). ความรู้เบื้องต้น เรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. <http://www.ipthailand.go.th/th/gi-012/item>. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2564





ภาคตะวันออก



เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2564 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประสบความสำเร็จในการเปิดตลาดทุเรียนไทยในระบบสั่งซื้อล่วงหน้าออนไลน์ (Pre order) ในภาคตะวันตกเฉียงเหนือของจีน โดยใช้เวลาขายออนไลน์เพียง 45 นาที เป็นการเปิดตลาดตอนในของจีน คือ มณฑลซานซีในภาคตะวันตกเฉียงเหนือ ด้วยแพลตฟอร์มใหม่บนความร่วมมือระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ บริษัทเอกชนและสหกรณ์ผลไม้ เช่น สหกรณ์เมืองขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี และเป็นการสร้างแบรนด์ทุเรียนไทยในระดับสหกรณ์ผลไม้ (Cooperative Farm based Branding) จุดเด่นของทุเรียน ที่คนจีนแห่ซื้อเชื่อว่ามาจากการรับเคลม ชื่อไม่ถูกใจเคลมได้ นอกจากนี้สถานกงสุลใหญ่ไทย ณ นครกว่างโจว ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสถานกงสุลใหญ่กระทรวงต่างประเทศ ได้เข้าร่วมงาน China International Consumer Products Expo 2021 (Hainan Expo) ระหว่างวันที่ 7 - 10 พฤษภาคม 2564 ภายใน Thailand Pavilion โดยได้นำผลไม้ไทย อาทิ ทุเรียน มังคุด ลำไย มะพร้าว น้ำหอม เงาะ มะม่วงน้ำดอกไม้ ลองกอง ก้อยไข่ ชมพูทับทิมจันทร์ มาประชาสัมพันธ์ และแจกให้ผู้เข้าร่วมงานได้ลิ้มลองรสชาติ รวมทั้งจัดแสดงทุเรียน 9 สายพันธุ์ ได้แก่ ชะนี หมอนทอง นวลทองจันทร์ ก้านยาว พวงมณี นกกระจิบ กระดุม จันทบุรี 8 และ 10 ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงานเป็นอย่างมาก

บทวิเคราะห์

ปัจจุบันมีทุเรียนหลายสายพันธุ์ในท้องตลาดจีน อาทิ ทุเรียนหมอนทอง พวงมณี ชะนี และกระดุมทอง แต่พันธุ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ ทุเรียนหมอนทองที่มีผลผลิตสูงและมีรสชาติหอมหวาน โดยในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2564 (ม.ค. - เม.ย.) ประเทศไทยส่งออกทุเรียนสดปริมาณ 208,840 ตัน มูลค่า 27,501.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ร้อยละ 9.54 หรือเพิ่มขึ้นมูลค่า 2,394.39 ล้านบาท เป็นทุเรียนสดที่ส่งออกไปจีนปริมาณ 179,638 ตัน คิดเป็นมูลค่า 24,172.3 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ร้อยละ 33.45 หรือเพิ่มขึ้นมูลค่า 6,058.99 ล้านบาท โดยสัดส่วนที่ไทยส่งออกทุเรียนสดไปจีนมากถึงร้อยละ 87.89 รองลงมา ฮองกง ร้อยละ 7.03 และเวียดนาม ร้อยละ 3.97 (ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์)

สถานการณ์การผลิต พบว่า ผลผลิตทุเรียนในปี 2564 (ม.ค.-พ.ค.) มีปริมาณ 241,048.12 ตัน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาที่มีผลผลิต 363,986.312 ตัน หรือลดลงร้อยละ 33.77 เนื่องจากสถานการณ์สภาพอากาศไม่เอื้ออำนวย หนาวเย็นนาน สลับกับมีฝนตกในช่วงปลายปี 2563 จนถึงต้นปี 2564 ทำให้ออกดอกได้น้อย ไม่เต็มต้น ผลผลิตออกผลน้อยลง โดยราคาเฉลี่ยของทุเรียนในประเทศในปี 2564 (ม.ค.-พ.ค.) อยู่ที่ 115.55 บาท/กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากปี 2563 (ม.ค.-พ.ค.) ที่ 104.59 บาท/กิโลกรัม หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.47 ในขณะที่ราคาทุเรียนที่ส่งออกไปยังจีน สูงถึง 200-220 บาท/กิโลกรัม

ปี 2564 เป็นปีทองของผลไม้ไทยที่ส่งออกไปยังประเทศจีน ถึงแม้จะมีสถานการณ์โควิด 19 ที่ยังคงระบาดอยู่อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลไม้ไทย โดยเฉพาะทุเรียน ส่งออกไปจีนมากขึ้นมาจาก 1.รสชาติที่ถูกปากและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวจีน 2.ในสถานการณ์ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวชาวจีนยังไม่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวและบริโภคผลไม้ในประเทศไทยได้ 3. มีการเปิดด่านทางบกตงซิน เป็นทางเลือกใหม่ที่ผู้ส่งออกไทย สามารถใช้เพื่อการส่งออกผลไม้ไทยไปจีนได้คั่งค้างตัวขึ้น 4.ปี 2564 มีผู้ส่งออกมายื่นขอใบรับรอง GAP และโรงงานบรรจุขอใบ GMP เพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องการส่งออกผลไม้ และเพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และ 5.การปรับเปลี่ยนวิธีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ และแพลตฟอร์ม ทำให้มีการซื้อขายที่คล่องตัว สะดวกง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. ส่งเสริมการค้าผลไม้อื่น ๆ เช่น มังคุด ลำไย มะพร้าว น้ำหอม เงาะ มะม่วงน้ำดอกไม้ ลองกอง ก้อยไข่ ชมพูทับทิมจันทร์ ควบคู่ไปกับการขายทุเรียน พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์วิธีการรับประทานและนำเสนอการนำผลไม้ไปทำอาหารต่าง ๆ
2. ในบางปีที่สินค้าล้นตลาด ผลผลิตมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค ผู้ผลิตสามารถปรับเปลี่ยนผลไม้สด เช่น ทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง เป็นทุเรียนทอด ส่งขายไปยังตลาดอื่น ๆ เช่น ยุโรป เนื่องจากมีความชอบที่ต่างกับเอเชียและมีความต้องการที่จะบริโภคทุเรียนทอด ซึ่งมีลักษณะคล้ายขนม Potato Chip ช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเพิ่มมูลค่าสินค้า
3. ผู้ผลิต จะต้องคัดสินค้าที่มีคุณภาพดีเพื่อส่งออกไปขาย ไม่ให้เสียภาพลักษณ์ของสินค้าไทย และให้ผู้บริโภคต่างประเทศเชื่อใจที่จะกลับมาบริโภคและซื้อสินค้าตลอด พร้อมทั้งปรับปรุงสินค้าให้มีความทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

อ้างอิง

1. ไทยพีบีเอส (2564). ชาวจีนแห่ซื้อทุเรียนออนไลน์ 25 ตัน 45 นาที. <https://news.thaipbs.or.th/content/304241>. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2564
2. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2564). สถานการณ์การผลิต ราคาทุเรียนของประเทศไทย. <https://production.doae.go.th/>. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม 2564





ภาคเหนือ



สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน เดินหน้าช่วยระบายผลผลิตทางการเกษตร เช่น ลำไยของจังหวัดลำพูน ซึ่งกำลังจะออกผลผลิตสู่ตลาด โดยมีแผนที่จะดำเนิน โครงการบริหารจัดการกระจายผลไม้อำเภอลำพูน ด้วยรถโมบาย และรถเร่ เพื่อช่วยระบายผลผลิตสินค้าเกษตรของจังหวัดลำพูน ซึ่งมีเป้าหมายระบายผลผลิตลำไย 1,200 ตัน เพื่อช่วยเกษตรกรระบายผลผลิตในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมาก เพิ่มช่องทางการจำหน่าย และช่วยเพิ่ม รายได้ให้กับเกษตรกร ตามนโยบายเกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด สถานการณ์ผลผลิต ลำไย ปี 2564 ของจังหวัดลำพูน คาดว่าจะมีผลผลิตทั้งจังหวัด 340,305 ตัน มีครัวเรือนเกษตรกรและมีเนื้อที่ยืนต้นลำไยเป็นอันดับสองของประเทศ รองจากจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับจังหวัดลำพูนมีครัวเรือนเกษตรกรที่ปลูกลำไยจำนวน 56,932 ครัวเรือน และมีเนื้อที่ยืนต้น จำนวน 367,476 ไร่

บทวิเคราะห์

ลำไย เป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทย รองจากทุเรียน และไทย เป็นประเทศที่ผลิตและส่งออกรายใหญ่ของโลก ลำไยเป็นผลไม้ที่ปลูกมากในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยฤดูการผลิตของลำไย ในปี 2564 จะมีผลผลิตมากที่สุดในเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม

สถานการณ์ลำไยของประเทศไทย ปี 2564 พบว่า การผลิต จะมีผลผลิตลำไย ปริมาณ 1,238,000 ตัน เพิ่มขึ้นจาก ปี 2563 ที่มีผลผลิต 1,023,123 ตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 เนื่องจาก สภาพอากาศหนาวเย็น ให้อำนาจกว่าปี 2563 และไม่ประสบภัยแล้งในช่วงออกดอกและช่วงติดผลผลิตก่อน รวมทั้งเกษตรกรดูแลใจใส่มากขึ้น ในขณะที่การบริโภคในประเทศ ปี 2564 คาดว่าความต้องการบริโภคลำไยภายในประเทศ มีประมาณ 123,800 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ที่มีความต้องการบริโภค 102,312 ตัน หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 21.00 เนื่องจาก คาดว่าปริมาณผลผลิตจะเพิ่มขึ้น และมีมาตรการขยายช่องทางการตลาด เพื่อการกระจายสินค้าลำไยให้ถึงผู้บริโภคโดยตรงด้วยรถโมบาย และรถเร่ตามนโยบายเกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด และมาตรการส่งเสริมการบริโภคผลไม้ เป็นต้น ในขณะที่สถานการณ์ด้านราคา คาดว่าราคาลำไยสดทั้งข้อ ลำไยอบแห้งที่เกษตรกรขายได้จะมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจาก มีความต้องการที่เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ประกอบกับไม่ประสบภัยแล้งในช่วงออกดอกและช่วงติดผลก่อน รวมทั้งเกษตรกรดูแลใจใส่มากขึ้น

สถานการณ์การส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์ ปี 2563 มีปริมาณส่งออก 630,430 ตัน ลดลงจาก 758,061 ตัน ของปี 2562 หรือลดลงร้อยละ 16.83 มูลค่าส่งออก 24,581 ล้านบาท ลดลงจาก 30,159 ล้านบาท ของปี 2562 หรือลดลงร้อยละ 18.49 เนื่องจาก ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 จึงมีการชะลอการรับซื้อจากตลาดต่างประเทศ ซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย ฮองกง และมาเลเซีย ในขณะที่การส่งออกลำไยและผลิตภัณฑ์ ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2564 (ม.ค. - เม.ย.) พบว่า มีปริมาณการส่งออก จำนวน 209,152 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.51 และมีมูลค่าการส่งออก จำนวน 8,020 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.47 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน เวียดนาม ฮองกง อินโดนีเซีย และมาเลเซีย (ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์)

ทั้งนี้ คาดว่าปี 2564 จะมีการส่งออกลำไยสดและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 7.72 เนื่องจาก คาดว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 คลี่คลาย สินค้าที่ส่งออกไปจีนสามารถเข้าออกได้ โดยมีมาตรการป้องกันที่รัดกุม ตลาดส่งออกลำไยที่สำคัญของไทย ได้แก่ จีน และฮองกง ยังมีความต้องการบริโภคลำไยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งความต้องการลำไยสดและผลิตภัณฑ์จากกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเฉพาะเวียดนาม และอินโดนีเซีย มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเน้นส่งเสริมและสนับสนุนการขยายการส่งออกในตลาดใหม่ เพื่อลดการพึ่งพิงตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดหลักของไทย โดยกระทรวงพาณิชย์ ได้ร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายราชการ สถาบันเกษตรกร สมาคมต่างๆ ขับเคลื่อนมาตรการบริหารจัดการผลไม้ ปี 2564 อาทิ ส่งเสริมการรวบรวมรับซื้อผลไม้ เพื่อเชื่อมโยงกระจายผลไม้ออกนอกแหล่งผลิต สนับสนุนให้มีรถเร่ไปรับซื้อผลไม้ เพื่อนำไปขายให้กับผู้บริโภค โดยมีพาณิชย์จังหวัด (เชลล์แมนจังหวัด) เป็นผู้ขับเคลื่อน สนับสนุนค่าขนส่งสำหรับผลไม้ที่ส่งขายผ่านไปรษณีย์ไทย ส่งเสริมการขายผลไม้ออนไลน์ เปิดพื้นที่ให้เกษตรกรนำผลไม้ไปวางขายได้ฟรี ผ่านตลาดกลาง ตลาดสด ห้างท้องถิ่น ปิ๊มน้ำมัน เร่งรัดผลักดันการส่งออกผลไม้ เป็นต้น ส่งผลทำให้ ปี 2564 มีการกระจายผลไม้ออกสู่ผู้บริโภคไปสู่อำเภอ มีการเชื่อมโยงและเพิ่มช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลไม้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดปัญหาผลไม้ล้นตลาดและราคาผลไม้ตกต่ำ เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้

ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ผลไม้ลำไยของประเทศไทยถือว่ามีโอกาสและศักยภาพ และสามารถแปรรูปเพื่อถนอมอาหารให้อยู่ได้นานเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และเพื่อการส่งออก เช่น การอบแห้ง น้ำลำไยพร้อมดื่ม ลำไยผงกึ่งสำเร็จรูป และเครื่องสำอาง เป็นต้น เนื่องจาก ลำไยเป็นผลไม้ที่ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน และการขนส่งทำให้ลำไยเสียหายได้ง่าย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายลำไยผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีแพลตฟอร์มทั้งของภาครัฐ และเอกชน ทั้งนี้ ลำไยยังมีจุดแข็งที่เป็นสินค้า GI อาทิ ลำไยเปี้ยเขี้ยวของจังหวัดลำพูน ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้ นอกจากนี้ หากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้คลี่คลาย สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ไปเก็บลำไยจากสวนสามารถเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ พร้อมทั้งการเปิดตลาดเพื่อการส่งออกใหม่ เพื่อเพิ่มยอดการส่งออก เป็นต้น

อ้างอิง

- 1.Commerce News Agency (2021). สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน เดินหน้าช่วยระบายผลผลิตการเกษตร. (Online) https://www.commercenewsagency.com/news/4099.
2.สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2021) สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2564. สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร



ภาคใต้



สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพัทลุง ยกระดับฟาร์มมาตรฐานการเลี้ยงสุกรรายย่อยอย่างเร่งด่วน เพื่อป้องกันโรคเพิร์ส (PRRS) ไม่ให้เกิดปัญหาในการส่งออก ขณะที่การระบาดโรคโควิด-19 รอบ 3 ส่งผลกระทบต่อผู้เลี้ยงหมูไม่ถึง 5% และอยู่ในระยะเวลาช่วงสั้น ๆ โดยปศุสัตว์จังหวัดพัทลุงเปิดเผยว่า จังหวัด พัทลุงมีฟาร์มมาตรฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตร (GAP) ด้านการผลิตปศุสัตว์มากถึง 207 ฟาร์ม ผู้เลี้ยงรายย่อย (เลี้ยงหมู 1 - 500 ตัว) มีอยู่ประมาณ 5,000 ราย และมีสุกรที่มีฟาร์มขนาดใหญ่เลี้ยงมากกว่า 200,000 ตัวอีกจำนวนหนึ่ง ซึ่งผู้เลี้ยงรายย่อยที่มีฟาร์มที่มีระบบป้องกันและการเลี้ยงที่เหมาะสม หรือ GFM จำนวน 630 ราย และกำลังรอการอนุมัติ GFM อีกกว่า 50 ราย สำหรับสถานการณ์การเลี้ยงสุกรของจังหวัดพัทลุง ปี 2564 มีเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรมาก เป็นอันดับหนึ่งของภาคใต้ โดยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรจำนวน 5,620 ราย มีจำนวนสุกร 506,813 ตัว อันดับหนึ่งของภาคใต้และเป็นอันดับ 5 ของประเทศ รองจาก ราชบุรี สุพรรณบุรี ลพบุรี และชลบุรี

บทวิเคราะห์

สถานการณ์สุกรของประเทศไทย ปี 2564 คาดว่า การผลิตสุกรมีปริมาณ 20.50 ล้านตัว เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ที่มีจำนวน 20.45 ล้านตัว หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.24 เนื่องจาก สุกรมีชีวิตราคาดีส่งผลให้เกษตรกรขยายการผลิต ตลอดจนเกษตรกรมีการบริหารจัดการฟาร์มและป้องกันโรคระบาดได้เป็นอย่างดี ทำให้ประสิทธิภาพในการเลี้ยงสุกรเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น ในขณะที่การบริโภคในประเทศ คาดว่ามีการบริโภคสุกรปริมาณ 1.31 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ที่มีการบริโภคจำนวน 1.30 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.77 เนื่องจากการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ เพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลให้ความต้องการบริโภคเนื้อสุกรเพิ่มขึ้น ในขณะที่สถานการณ์ด้านราคา ราคาสุกรที่เกษตรกรขายได้จะใกล้เคียงกับปี 2563 ซึ่งแม้ว่าราคาสุกรมีชีวิตเริ่มปรับตัวสูงขึ้น แต่ปริมาณการผลิตยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ทรงตัว

สถานการณ์ส่งออก ปี 2563 สุกรมีชีวิต มีปริมาณส่งออก 2,424,064 ตัว หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 222.95 และมีมูลค่าส่งออก 15,862.53 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 344.24 จากปีก่อนหน้า ตลาดสำคัญ ได้แก่ กัมพูชา เวียดนาม ลาว และเมียนมา สำหรับสุกรสดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปี 2563 มีปริมาณส่งออก 26,338 ตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 266.06 และมีมูลค่าส่งออก 3,274 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 320.06 จากปีก่อนหน้า ตลาดสำคัญ ได้แก่ ฮองกง ลาว กัมพูชา เมียนมา และอินเดีย ในขณะที่การส่งออกในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2564 (ม.ค. - เม.ย.) พบว่า สุกรมีชีวิต มีปริมาณการส่งออก จำนวน 570,970 ตัว ลดลงร้อยละ 26.60 และมีมูลค่าส่งออก 4,164.76 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 15.82 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า สำหรับสุกรสดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปริมาณการส่งออก จำนวน 7,931.29 ตัน ลดลงร้อยละ 6.29 และมีมูลค่าส่งออก จำนวน 985.79 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์)

ทั้งนี้ คาดว่าการส่งออกเนื้อสุกรชำแหละและเนื้อสุกรแปรรูป จะลดลงเล็กน้อยหรือใกล้เคียงกับปี 2563 เนื่องจาก ผู้บริโภคยังมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง แต่ประเทศที่การผลิตสุกรเสียหายเริ่มฟื้นตัวจากการระบาดของโรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกร หรือ โรค ASF ในขณะที่การส่งออกสุกรมีชีวิตคาดว่าจะทรงตัว เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านที่ผลิตสุกรที่ได้รับความเสียหายจากโรค ASF ยังคงมีความต้องการนำเข้าสุกรมีชีวิต ซึ่งขณะนี้กระทรวงพาณิชย์ ได้มีการจัดตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาคนและผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการตลาด ภายใต้คณะกรรมการร่วมเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต เพื่อจัดทำแผนและขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรให้ตรงตามความต้องการของตลาดครอบคลุมไปถึงสินค้าเกษตรแปรรูป สินค้าเกษตรนวัตกรรม และสินค้าอื่นๆ ที่มาจากภาคเกษตรกรรม โดยสินค้าปศุสัตว์ อาทิ สุกร โค กระบือ น้านมดิบ ก็เป็นกลุ่มสินค้าเป้าหมายที่คณะอนุกรรมการฯ ให้ความสำคัญ

ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

เนื้อสุกรนั้นเป็นที่นิยมของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และกระแสการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกษตรกรผู้เลี้ยงจึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการฟาร์มให้มีมาตรฐาน เช่น มาตรฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตร (GAP) การป้องกันโรคติดต่อของสุกร เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในคุณภาพของเนื้อสุกร และเพื่อให้สามารถส่งออกไปต่างประเทศได้ ทั้งนี้ การมีมาตรฐานที่สูงจะช่วยป้องกันการนำเข้าจากประเทศที่มีมาตรฐานต่ำกว่าได้ ตลอดจนการดูแลและบริหารจัดการสภาพแวดล้อมของฟาร์ม การส่งเสริมการแปรรูปเนื้อหมูเพื่อเพิ่มมูลค่าและเพื่อการส่งออก รวมทั้งการหาตลาดใหม่เพื่อการส่งออก เพื่อลดความเสี่ยงการจากผู้บริโภคที่หันมาทานอาหารมังสวิรัต หรือทานโปรตีนทางเลือกจากแมลงหรือพืช

อ้างอิง

- 1. ประชาชาติธุรกิจ (2564). ปศุสัตว์พัทลุงยกระดับฟาร์มสุกรรายย่อยคุมโรคระบาด. (Online) <https://www.prachachat.net/local-economy/news-663997>. สืบค้น วันที่ 21 พฤษภาคม 2564.
2. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2564) สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2564. สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร



### ภาคตะวันตก

**Hua Hin Recharge** โครงการฟื้นฟูเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวไทย โครงการนี้เป็นความร่วมมือของภาครัฐ โรงพยาบาล สาธารณสุข และภาคเอกชนในธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ ในพื้นที่เทศบาลเมืองหัวหิน โดยเป็นโครงการที่มีนโยบายผ่อนคลายพื้นที่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี กรุงเทพมหานคร และบุรีรัมย์ ให้เป็นพื้นที่นาร่องสำหรับเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้รับการฉีดวัคซีนโควิด-19 แล้ว และมีใบรับรอง ให้สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในหัวหินได้โดยไม่ต้องกักตัว ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 เป็นต้นไป

#### บทวิเคราะห์

จากสถิติด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในพื้นที่จำนวน 1,236,276 คน สร้างรายได้ 13,790.80 ล้านบาท และในปี 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในพื้นที่จำนวน 188,649 คน ลดลงมากถึงร้อยละ 84.74 ทำให้รายได้ลดลงเหลือเพียง 1,885.60 ล้านบาท เนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 จึงส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นอย่างมาก แต่หากโครงการดังกล่าวเป็นไปตามเป้าหมาย คาดว่าในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2564 หัวหินจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามามากถึง 100,000 คน และสามารถสร้างรายได้กว่า 1,200 ล้านบาท นับเป็นการฟื้นฟูเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ในระดับจังหวัด หลังจากผลกระทบจากภัยพิบัติโรคโควิด-19 อีกทั้งยังส่งผลไปยังภาพรวมของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการและธุรกิจในทุกภาคส่วน รวมไปถึงการจ้างแรงงานในประเทศอีกด้วย ทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก การสร้างอาชีพ มีรายได้หมุนเวียนในจังหวัดเป็นการบูรณาการจากหลายหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือเยียวยาจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติดังกล่าว

#### ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมถึงคนในพื้นที่โดยการสนับสนุนประชาสัมพันธ์ข้อดีในการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรคไวรัสโควิด-19
2. ภาครัฐควรเร่งจัดหาวัคซีนเพื่อนำมาฉีดให้กับประชาชนในพื้นที่หัวหินให้มีความทั่วถึง เพราะเมื่อมีการฉีดวัคซีนมากขึ้นก็ช่วยสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ชุมชนปลอดภัย นักท่องเที่ยวก็จะหันมาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น ช่วยสร้างเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้กลับมาฟื้นฟูได้อีกครั้ง

อ้างอิง : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

### ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**จังหวัดร้อยเอ็ด ชูข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ขับเคลื่อนการส่งเสริมอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร** โดยจะนำข้าวในพื้นที่มาผลิตเป็นข้าวคุณภาพดีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางอาหาร รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งจะมีการเปิดเป็นอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ณ บริเวณพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ และมีการจัดโครงการทางการผลิตและโครงการทางการศึกษาสำหรับผู้สนใจ เนื่องจากข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้เป็นข้าวที่ขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น โดยพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ จังหวัดร้อยเอ็ด มีการปลูกข้าวหอมมะลิ 105 จำนวน 2,494,433.39 ไร่ มีการรับรองข้าวอินทรีย์ ปี 2560 – 2563 รวมทั้งสิ้น 103,085.50 ไร่ ผลการรับรองข้าวมาตรฐาน GAP ปี 2563 กลุ่มติดตาม จำนวน 59,760.50 ไร่

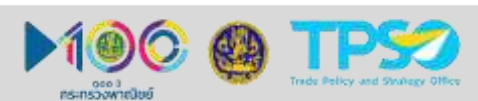
#### บทวิเคราะห์

นับว่าเป็นการยกระดับสินค้าในชุมชนให้มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค อีกทั้งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าทางการตลาด รวมถึงเป็นการสร้างอาชีพ สร้างความเข้มแข็ง ให้แก่เกษตรกรในพื้นที่ วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ซึ่งข้าวหอมมะลิของไทยยังคงเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในกลุ่มสินค้าข้าว เนื่องจากเป็นสินค้าพรีเมียม และเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่วโลก มีโอกาสในการผลักดันการส่งออกให้ขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิในพื้นที่เขตทุ่งกุลาร้องไห้ที่ถือเป็นข้าวหอมมะลิคุณภาพสูงที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากข้าวหอมมะลิที่ผลิตจากแหล่งอื่นๆ

#### ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. สร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ให้ผลิตข้าวในระบบ GAP และสนับสนุนในการทำ MOU เพื่อพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร เชื่อมโยงตลาดข้าวอินทรีย์ – ข้าว GAP
2. วางแผนการตลาดให้เชื่อมโยง รองรับผลการผลิตของโครงการ โดยการจับคู่กับผู้ประกอบการที่ใช้ผลผลิตข้าวเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น รวมถึงการจัดหาตลาดส่งออกเพิ่มขึ้นอีกด้วย

อ้างอิง : กรมการค้าข้าว







### “ส่งออกมะม่วงไทย อนาคตสดใส”



มะม่วง เป็นผลไม้เศรษฐกิจสำคัญของไทย รองลงมาจากทุเรียน ลำไย และมังคุด ซึ่งในประเทศไทยมีมะม่วงมากกว่า 170 สายพันธุ์ ที่แตกต่างกันทั้งรูปร่างลักษณะ และรสชาติ แต่ที่เป็นที่นิยมสำหรับการค้าและการส่งออก ได้แก่ มะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง มะม่วงฟ้าลั่น มะม่วงมันชายตึก มะม่วงเขียวเสวย มะม่วงโชคอนันต์ มะม่วงมหาชนก มะม่วงทวายเดือน 9 และมะม่วง R2E2 (สายพันธุ์จากออสเตรเลีย) โดยผลผลิตของมะม่วงจะออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนมีนาคม - มิถุนายน โดยคาดว่าในปี 2564 จะเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ 3,019,903 ตัน (ส่วนใหญ่เน้นการบริโภคในประเทศ) โดยจังหวัดที่จะมีผลผลิตออกมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ เชียงใหม่ เลย สุโขทัย ประจวบคีรีขันธ์ พิษณุโลก สระแก้ว สุพรรณบุรี ฉะเชิงเทรา เพชรบุรี พิจิตร (ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร) ซึ่งมะม่วงไทยนั้น เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคในต่างประเทศเป็นอย่างมาก จึงเป็นโอกาสสำหรับเกษตรกรไทยในการส่งออกมะม่วงในอนาคตได้มากขึ้นทั้งในรูปแบบผลสด และแปรรูป

ในปี 2563 แม้ไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ถือเป็นปีทองของการส่งออกผลไม้ไทย ทำให้การส่งออกมะม่วงยังขยายตัวได้ดี ซึ่งหากดูในภาพรวมของการส่งออกสินค้ามะม่วงและผลิตภัณฑ์ มีปริมาณการส่งออกทั้งสิ้น 117,657 ตัน คิดเป็นมูลค่า 4,602.67 ล้านบาท โดยมะม่วงสด มีปริมาณการส่งออกมากที่สุด 87,260 ตัน มูลค่าการส่งออก 1,953.15 ล้านบาท (ขยายตัวร้อยละ 49.14 และร้อยละ 5.36) รองลงมา มะม่วงกระป๋อง ปริมาณการส่งออก 22,452 ตัน มูลค่าส่งออก 1,243.18 ล้านบาท (ขยายตัวร้อยละ 3.67 และร้อยละ 2.13) มะม่วงอบแห้ง ปริมาณการส่งออก 4,960 ตัน มูลค่า 992.16 ล้านบาท (ขยายตัวร้อยละ 58.16 และร้อยละ 39.96) และมะม่วงแช่แข็ง ปริมาณการส่งออก 2,985 ตัน มูลค่าการส่งออก 414.18 ล้านบาท (ขยายตัวร้อยละ 61.70 และร้อยละ 44.94)

ตารางแสดงปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้ามะม่วงและผลิตภัณฑ์ของไทย

รายการ	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	%Δ 63/62	ม.ค. - เม.ย. 63	ม.ค. - เม.ย. 64	%Δ 64/63 (ม.ค. - เม.ย.)
<b>1. มะม่วงสด (HS 08045020001)</b>							
ปริมาณ (ตัน)	63,199	58,509	87,260	49.14	32,556	45,610	40.10
มูลค่า (ล้านบาท)	2,017.05	1,853.79	1,953.15	5.36	830.56	1,220.61	46.96
<b>2. มะม่วงแช่แข็ง (HS 08119000006)</b>							
ปริมาณ (ตัน)	2,381	1,846	2,985	61.70	562	723	28.65
มูลค่า (ล้านบาท)	375.63	285.76	414.18	44.94	81.95	90.32	10.21
<b>3. มะม่วงอบแห้ง (HS 08045020002)</b>							
ปริมาณ (ตัน)	2,595	3,136	4,960	58.16	1,873	2,341	24.99
มูลค่า (ล้านบาท)	619.35	708.89	992.16	39.96	388.79	427.08	9.85
<b>4. มะม่วงกระป๋อง (HS 2008994001, HS 20089990001)</b>							
ปริมาณ (ตัน)	25,928	21,658	22,452	3.67	7,932	8,126	2.41
มูลค่า (ล้านบาท)	1,371.69	1,217.20	1,243.18	2.13	418.48	424.97	1.55
<b>รวมการส่งออกมะม่วงและผลิตภัณฑ์</b>							
ปริมาณ (ตัน)	94,103	85,149	117,657	38.18	42,923	56,797	32.32
มูลค่า	4,383.72	4,065.64	4,602.67	13.21	1,719.78	2,162.98	25.77

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

สำหรับช่วง 4 เดือนแรกของปี 2654 (ม.ค. - เม.ย.) ไทยส่งออกมะม่วงสด 45,610 ตัน มูลค่ารวม 1,220.61 ล้านบาทขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่า ร้อยละ 40.10 และร้อยละ 46.96 ตามลำดับ โดยตลาดส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย เกาหลีใต้ เวียดนาม ญี่ปุ่น ฮังการี สิงคโปร์ จีน รัสเซีย ลาว และเมียนมา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตลาดในอาเซียน สำหรับรายการอื่น ๆ ทั้งมะม่วงแช่แข็ง มะม่วงอบแห้ง และมะม่วงกระป๋อง ก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออก จึงนับเป็นโอกาสสำคัญสำหรับเกษตรกรชาวสวนมะม่วงของไทยในระยะนี้

โอกาสของเกษตรกรและผู้ประกอบการไทย : ถึงแม้ประเทศไทยจะมีการปลูกมะม่วงอย่างแพร่หลาย แต่ไทยส่งออกมะม่วงสดได้เพียงร้อยละ 10-15 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมดเท่านั้น เนื่องจากส่วนใหญ่บริโภคในประเทศ (ปี 2563 ผลิตได้ 552,904 ตัน ส่งออก 87,260 ตัน) ซึ่งแนวโน้มการส่งออกที่ผ่านมา พบว่า ตลาดส่งออกส่วนใหญ่จะอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและอาเซียน ดังนั้น ไทยยังสามารถผลักดันการส่งออกได้เพิ่มขึ้นตามนโยบายเกษตรผลิตพาณิชย์ตลาด ที่จะต้องใช้กลไกการทำงานร่วมกันระหว่างสำนักงานพาณิชย์จังหวัดและสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เพื่อเร่งหาตลาดและส่งออกมะม่วงได้เพิ่มขึ้น