

พาณิชย์ชวนบริโภค สร้างมูลค่าเพิ่ม เจาะโอกาสการส่งออกหอมแดงไทย

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) โฆษกกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า กระทรวงพาณิชย์ได้ติดตามสถานการณ์การค้าสินค้าหอมแดงของไทยอย่างต่อเนื่อง และหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ตอบรับนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายพิชัย นริพทะพันธุ์) ในการติดตามเฝ้าระวังช่วงผลผลิตออกสู่ตลาด เชื่อมโยงและกระจายหอมแดง ออกนอกแหล่งผลิต

การผลิตหอมแดงของไทย โดยข้อมูลจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในปีเพาะปลูก 2566/67 มีปริมาณผลผลิต 148,239 ตัน ลดลงร้อยละ 0.72 จากปีก่อนหน้า แหล่งเพาะปลูกสำคัญ ได้แก่ ศรีสะเกษ (ร้อยละ 51.77 ของผลผลิตทั้งหมด) เชียงใหม่ (ร้อยละ 21.78) อุตรดิตถ์ (ร้อยละ 5.21) พะเยา (ร้อยละ 4.42) และอื่น ๆ (ร้อยละ 16.82) สำหรับปีเพาะปลูก 2567/68 คาดการณ์ว่าจะมีผลผลิต 152,221 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.69 จากปีก่อนหน้า

สถานการณ์การค้า ในปี 2566 ไทยส่งออกหอมแดง¹ ปริมาณ 15,324 ตัน เป็นมูลค่า 12.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 29.38 จากปีก่อนหน้า โดยมีตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย (ร้อยละ 48.31 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด) เวียดนาม (ร้อยละ 18.28) สิงคโปร์ (ร้อยละ 12.53) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 7.51) และอื่น ๆ (ร้อยละ 13.38) สำหรับช่วง 11 เดือนแรกของปี 2567 (มกราคม – พฤศจิกายน) ไทยส่งออกหอมแดงปริมาณ 14,728 ตัน มูลค่า 12.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 19.59 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

มาเลเซีย ตลาดส่งออกหลักของไทย โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติมาเลเซีย ได้เผยแพร่รายงาน Supply and Utilization Accounts (SUA) of Selected Agricultural Commodities (2019-2023) ระบุว่า หอมแดง หอมหัวใหญ่ และกระเทียม เป็นกลุ่มสินค้าเกษตรที่มาเลเซียพึ่งพาการนำเข้าเพียงอย่างเดียว โดยในปี 2566 ความต้องการใช้หอมแดงของมาเลเซียอยู่ที่ 39,824 ตัน และชาวมาเลเซียบริโภคหอมแดงเฉลี่ยอยู่ที่ 1.2 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ด้วยเหตุนี้ กระทรวงเกษตรและความมั่นคงทางอาหารของมาเลเซีย จึงได้พัฒนาการปลูกหอมหัวใหญ่และหอมแดง เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ ดังนี้ 1) ระยะก่อนการค้า (ปี 2567 – 2568) จะสำรวจศักยภาพการปลูก จัดหาเมล็ดพันธุ์ พร้อมทั้งกำหนดและพัฒนาพื้นที่ปลูกจำนวน 100 เฮกตาร์ โดยในระยะนี้ ตั้งเป้าจะผลิตหอมหัวใหญ่และหอมแดง 1,000 ตัน และ 2) ระยะการค้า (ปี 2569 – 2573) จะพัฒนาพื้นที่ปลูก 1,347 เฮกตาร์ โดยคาดว่าจะมีปริมาณผลผลิต 14,470 ตัน ตอบสนองต่อความต้องการในประเทศได้ร้อยละ 30 ภายในปี 2573

สำหรับอินโดนีเซีย หอมแดงถือเป็นสินค้าผักสำคัญในภาคเกษตร หน่วยงานอาหารแห่งชาติของอินโดนีเซีย (Bapanas) ตั้งเป้าหมายให้อินโดนีเซียเป็นผู้นำการผลิตหอมแดง² ที่จะมีผลผลิตปีละ 1.35 ล้านตัน ขณะที่ความต้องการบริโภคภายในประเทศอยู่ที่ 1.16 ล้านตัน แสดงถึงการมีผลผลิตที่เพียงพอต่อความต้องการในประเทศและสำหรับการส่งออก ในปี 2566 การส่งออกหอมแดงของอินโดนีเซียไปยังตลาดเอเชียตะวันออก

¹ หอมแดง พิกัดศุลกากร 0703.10.21 (สดหรือแช่เย็นหัวสำหรับขยายพันธุ์) 0703.10.29 (สดหรือแช่เย็นอื่น ๆ) และ 0712.90.90.002 (หอมแดงแห้ง)

² <https://tradecouncil.org/indonesia-strengthens-global-trade-with-expanding-shallot-exports/> Indonesia Strengthens Global Trade with Expanding Shallot Exports

เฉลี่ยได้เป็นไปในทิศทางที่ดี และการส่งออกไปมาเลเซียก็ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยส่งออกได้มากถึง 612.8 ตัน (จากเพียง 59.6 ตัน ในปี 2564³)

โฆษกกระทรวงพาณิชย์ กล่าวทิ้งท้ายว่า กระทรวงพาณิชย์เฝ้าติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด ตามนโยบายสำคัญของนายพิชัย นริพทะพันธุ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ที่ได้สั่งการให้กรมการค้าภายใน ดูแลสินค้าเกษตร มุ่งหวังผลักดันราคาให้เป็นปีทองของสินค้าเกษตร ผ่านกลไกการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค ในการกำกับดูแลการค้าให้มีประสิทธิภาพ ให้เกษตรกรขายผลผลิตได้ราคาที่เป็นธรรมและคุ้มต้นทุน โดยได้ประสานผู้ประกอบการและผู้ส่งออกเข้าไปรับซื้อเพื่อกระจายผลผลิตออกนอกแหล่งผลิต รมรณรงค์การบริโภคและเปิดจุดจำหน่ายให้ประชาชนเข้าถึงง่ายขึ้น และได้ผลักดันหอมแดงศรีสะเกษ ซึ่งเป็นสินค้าที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) นำไปใช้รังสรรค์เมนูอาหารที่หลากหลาย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสนับสนุนการสร้างรายได้ให้เกษตรกร

หอมแดงไทยเป็นสินค้าคุณภาพดี เป็นที่รู้จัก มีความต้องการใช้อย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมอาหารและยา โดยมีสรรพคุณทางยาที่ใช้ในตำรับยาสมุนไพร อีกทั้งรัฐบาลให้ความสำคัญในฐานะพืชเกษตรเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม หอมแดงยังเผชิญความท้าทายด้านต้นทุนการผลิต การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการจัดการผลผลิตในช่วงที่ออกสู่ตลาดมาก การพัฒนาการค้าสินค้าหอมแดง จึงควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการเพาะปลูกและการเก็บรักษาที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน รวมถึงสนับสนุนการแปรรูปเพิ่มมูลค่าสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และคว้าโอกาสการส่งออกได้เพิ่มขึ้น

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์

20 มกราคม 2568

³ <https://en.antaranews.com/news/329366/indonesia-seeks-to-become-shallot-supplier-in-global-market-bapanas> Indonesia seeks to become shallot supplier in global market: Bapanas