



รายงานการวิจัยและการพัฒนาการวิจัยการเกษตร ฉบับสมบูรณ์
โครงการวิจัยแนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการส่งออกผลไม้ไทย
A Research on the Approaches to Develop and Raise the Export
Potentials of Thai Fruits in the International Markets
รหัสโครงการ POP6605030560

เสนอต่อ
สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน)

คณะผู้วิจัย
ดร.ประจักษ์ ทรัพย์มณี
นางดาเรศร์ กิตติโยภาส
นางสาวศิโรรัตน์ สุภาษา
นายปวิศ หาญณรงค์
นางสาวกุลวดี วิวัฒน์สินนท์

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยแนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการส่งออกผลไม้ไทย (A Research on the Approaches to Develop and Raise the Export Potentials of Thai Fruits in the International Markets) เกิดขึ้นได้ด้วยการสนับสนุนเงินทุนอุดหนุนการพัฒนาการวิจัยการเกษตร จากสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2565 คณะวิจัยขอขอบคุณผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และบุคลากรของสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) ที่ให้คำแนะนำและสนับสนุนการดำเนินโครงการในครั้งนี้ด้วยดีมาตลอด

โครงการนี้จะสำเร็จไม่ได้หากขาดการสนับสนุนจากผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ในองค์กรที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา รวมถึงความร่วมมือจากเกษตรกรและผู้ประกอบการ ทั้งในภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้

พร้อมกันนี้ ขอขอบคุณผู้ร่วมวิจัยทุกท่านที่ทำให้โครงการนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการส่งออกผลไม้ไทยฉบับนี้ จะเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมการส่งออกผลไม้ไทยและสนับสนุนการกำหนดแผนงานวิจัยการพัฒนาการผลิตและการส่งออกผลไม้ไทยคุณภาพสูงและมูลค่าสูง เพื่อให้ไทยก้าวเป็นผู้นำของโลกในด้านการส่งออกผลไม้ในตลาดโลก สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ มีรายได้จากการส่งออกผลไม้เพิ่มขึ้น และสามารถขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศที่ไม่เคยมียอดสั่งซื้อผลไม้ไทยได้มากขึ้น

ดร.ประจักษ์ ทรัพย์มณี
และคณะวิจัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์และคัดเลือกผลไม้ที่มีศักยภาพของไทยและคัดเลือกประเทศที่มีความต้องการนำเข้าผลไม้เป้าหมาย เพื่อให้ไทยมีรายได้จากการส่งออกผลไม้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 12 ต่อปี และมีประเทศผู้นำเข้ารายใหม่มีการนำเข้าผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10 ประเทศภายใน 5 ปี การศึกษาได้ใช้วิธีศึกษาข้อมูล และวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางเศรษฐศาสตร์ สถิติ การตลาด และยืนยันด้วยการระดมสมองจากผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งมีการศึกษาเชิงลึกในพื้นที่เพาะปลูก และศึกษาดูงานในตลาดต่างประเทศ ผลจากการศึกษาสรุปได้ว่ามีผลไม้ไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกจำนวน 10 ประเภท ได้แก่ ทูเรียน ลำไย มังคุด มะพร้าว มะม่วง ส้มโอ หนาก ขนุน มะขาม และสับปะรด ในการคัดเลือกประเทศได้ใช้วิธี Regression เพื่อระบุสาเหตุปัจจัยของความต้องการนำเข้าผลไม้ไทย ทำให้สามารถเลือกผู้นำเข้าผลไม้ที่มีศักยภาพของไทยจำนวน 26 ประเทศ เป็นตลาดเดิม 8 ประเทศ และตลาดใหม่ 18 ประเทศ ผลไม้ที่มีศักยภาพ 16 ชนิด กำหนดแนวทางการพัฒนาและยกระดับการส่งออกผลไม้ของไทย คือ มาตรการพื้นฐาน คือ “ขายง่าย” โดยการพัฒนาคุณภาพผลไม้เพื่อวางตำแหน่งให้ไทยเป็นผู้ผลิตสินค้าคุณภาพสูงด้วยการพัฒนาการผลิตด้วยวิธีต่างๆ รวมถึงระบบตรวจสอบรับรองที่รวดเร็วเข้าถึงง่าย “แข่งง่าย” โดยการพัฒนาช่องทางโลจิสติกส์ทั้งการขนส่งทางราง ทางบก การอำนวยความสะดวก และเปิดตลาดภาคใต้ของจีน “ขยายตลาด” โดยการเจรจาเปิดตลาดและแลกเปลี่ยนรายการสินค้า “ข้อมูลพร้อม” โดยเน้นการติดตามข้อมูลคู่ค้าและคู่แข่งอย่างใกล้ชิด รวมถึงข้อมูลการผลิตผลไม้เป้าหมาย ส่วนมาตรการเฉพาะตลาด เน้นการรักษาตลาดเดิม โดยการรักษาตลาดเดิมโดยการติดตามข้อมูลการตลาดและคู่แข่งอย่างใกล้ชิด ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอเป็นที่ไว้วางใจ ปรับปรุงคุณภาพให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งนำเสนอผลไม้ชนิดใหม่ สำหรับตลาดใหม่ เน้นการผลักดันอัตราการเติบโตของการนำเข้าจากไทย เน้นการวิเคราะห์โอกาสของความร่วมมือ ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน เสร็จจากการค้า กระตุ้นตลาดเป้าหมาย นำเสนอสินค้าเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ประชาสัมพันธ์เปิดตลาด เน้นการจัดให้มีการจับคู่ธุรกิจ

Abstract

This research aims to analyze and select potential Thai fruits and select countries that have demand for importing such fruits. The goal is for Thailand to increase its income from fruit exports by at least 12 % per year and for new importing countries to import Thai fruits by at least 10 countries within 5 years. The study used data collection and analysis methods using economics, statistics, marketing, and brainstorming from experts, as well as in-depth interview in cultivating sites; and a study-visit in foreign markets. The results of the study concluded that there are 10 types of Thai fruits with potential for export, namely durian, longan, mangosteen, coconut, mango, pomelo, areca, jackfruit, tamarind, and pineapple. In selecting countries, the Regression analysis was used to identify the causal factors of demand for Thai fruit imports, enabling the selection of countries that are suitable for being markets for Thai fruits, divided into existing markets and new markets. This makes it possible to select fruit importers with potential from 26 countries, including 8 existing markets and 18 new markets. 16 types of fruit with potential determine the guidelines for developing and upgrading Thai fruit exports. The basic measure is "Easy to sell" by improving fruit quality to position Thailand as a producer of high-quality products by developing production in various ways. Including a certification system that is quick and easy to access, "Easy to compete" by developing logistics channels, including rail and land transportation, facilitating, and opening the southern Chinese market, "expanding the market" by negotiating to open the market and exchanging product items. "Available Data" emphasise on closely following information on partners and competitors Including information on the production of target fruits. As for market-specific measures Focus on maintaining the existing market by maintaining the existing market by closely following market information and competitors, being up-to-date, updating, controlling quality regularly and being trusted. Continuously improve quality. along with presenting new types of fruit. For new market Focus on driving the growth rate of imports from Thailand. Emphasis on analyzing opportunities for cooperation Study consumption behavior and target customer groups clearly, negotiate trade, stimulate target markets. Continuously present target products Publicizing the opening of the market Emphasis on arranging business matching

สารบัญเรื่อง (Table of Contents)

บทที่ 1	สถานภาพการผลิต การส่งออก และการนำเข้าผลไม้ในตลาดโลกและของไทย	1
1.1	สถานภาพการผลิต การส่งออก และการนำเข้าผลไม้ในตลาดโลก	1
1.2	สถานภาพการผลิตและการส่งออกผลไม้ของไทย.....	2
บทที่ 2	ผลไม้เป้าหมายในการส่งออกของไทย.....	6
2.1	จัดทำดัชนีชี้วัดความได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งออกของผลไม้.....	6
2.2	การคัดเลือกประเภทผลไม้ไทยที่มีศักยภาพส่งออกไปยังตลาดโลก.....	8
2.3	การระบุชนิดของผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก.....	10
2.4	การประชุมระดมสมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกผลไม้	13
2.5	กำหนดชนิดของผลไม้เป้าหมายในการยกระดับการส่งออกของไทย.....	16
บทที่ 3	สถานภาพการผลิตของผลไม้เป้าหมาย.....	17
3.1	สถานภาพทั่วไปของการผลิตผลไม้เป้าหมาย	17
3.2	สรุปปัญหาในกระบวนการผลิตและส่งออกที่สำคัญ.....	27
3.3	การแก้ไขปัญหาสำคัญในการส่งออกของผลไม้เป้าหมาย	29
บทที่ 4	ตลาดผลไม้ต่างประเทศและปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าผลไม้	31
4.1	การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าผลไม้ไทยในตลาดโลก.....	31
4.2	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าและปัจจัยที่เป็นผลกระทบต่อการนำเข้าผลไม้ของประเทศต่างๆทั่วโลก.....	36
4.3	สรุปเกณฑ์กำหนดการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้าผลไม้จากไทย.....	44
4.4	ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็นผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมายที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์คัดเลือก	46
บทที่ 5	ศักยภาพการผลิตผลไม้เป้าหมายของไทย	51
5.1	ทุเรียน	51
5.2	มังคุด	54
5.3	ลำไย	57
5.4	สรุปการผลิตผลไม้เป้าหมายสำคัญของไทย.....	61
บทที่ 6	ผลไม้และตลาดเป้าหมาย.....	63
6.1	การจำแนกเป้าหมายรายประเทศ.....	65
6.2	สรุปผลไม้และตลาดเป้าหมายในการยกระดับการส่งออก	80
6.3	สรุปชนิดของผลไม้และเป้าหมายการผลิตในตลาดในรายประเทศ	82
บทที่ 7	แผนการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการส่งออกผลไม้ไทย	84
7.1	เป้าหมายการพัฒนาการเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทยรายประเทศภายในปี 2570.....	84
7.2	แนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการส่งออกผลไม้ไทย.....	86
	เอกสารอ้างอิง.....	90

สารบัญภาพ (List of illustrations)

ภาพที่ 1	สัดส่วนการส่งออกของแต่ละประเทศต่อการส่งออกทั่วโลก	2
ภาพที่ 2	ปริมาณการผลิตผลไม้ที่สำคัญของไทย	3
ภาพที่ 3	ผลไม้ส่งออกของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด เฉลี่ย 5 ปี	4
ภาพที่ 4	ตลาดสำคัญที่นำเข้าสินค้าผลไม้จากไทยใน 5 ปีที่ผ่านมา	4
ภาพที่ 5	ผลไม้ไทยที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรองในการส่งออกไปตลาดโลก	8
ภาพที่ 6	ชนิดและประเภทผลไม้ที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรอง ตามพิกัด 8 หลักและ 11 หลักชนิดและประเภทผลไม้ที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรอง ตามพิกัด 8 หลักและ 11 หลัก	12
ภาพที่ 7	ความต้องการผลไม้เป้าหมายจากตลาดโลก	33
ภาพที่ 8	ความต้องการผลไม้เป้าหมายจากไทย	34
ภาพที่ 9	ปริมาณการผลิตทุเรียนไทย และความต้องการทุเรียนไทยในตลาดโลก ปี 2555-2565 และคาดการณ์ ปี 2566-2570	53
ภาพที่ 10	ปริมาณการผลิตมังคุดไทย และความต้องการมังคุดไทยในตลาดโลก ปี 2555-2565 และคาดการณ์ ปี 2566-2570	56
ภาพที่ 11	ปริมาณการผลิตลำไยไทย และความต้องการมังคุดไทยในตลาดโลก ปี 2555-2565 และคาดการณ์ ปี 2566-2570	61
ภาพที่ 12	เป้าหมายการพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้สำหรับตลาดเดิม	64
ภาพที่ 13	เป้าหมายการพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้สำหรับตลาดใหม่	65
ภาพที่ 14	การนำเข้าผลไม้ที่เป้าหมายจากไทย 9 ประเภทเป็นรายประเทศ ในช่วง พ.ศ.2555-2565 และผลคาดการณ์ปี 2570	68
ภาพที่ 15	สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายในจีนและฮ่องกง ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดเดิม)	71
ภาพที่ 16	สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายใน ASEAN และตลาดเอเชียตะวันออก ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดเดิม)	72
ภาพที่ 17	สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายใน ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดอเมริกาเหนือ และตลาดออสเตรเลีย ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดใหม่)	76
ภาพที่ 18	สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายใน ตลาดยุโรปตะวันตกและตลาดรัสเซีย ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดใหม่)	78
ภาพที่ 19	สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายใน ตลาดเอเชียใต้ ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดใหม่)	80

สารบัญตาราง (List of tables)

ตารางที่ 1	ค่า NRCA ของผลไม้ส่งออกของไทย	7
ตารางที่ 2	ตารางการแปลงข้อมูล HS2007 ให้เป็น HS2017	11
ตารางที่ 3	ประเทศผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมายของไทยรายประเภท เฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2555-65.....	66
ตารางที่ 4	ประเทศผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมายของไทยรายประเภท คาดการณ์ปี พ.ศ. 2570.....	67
ตารางที่ 5	สถานภาพการนำเข้าผลไม้เป้าหมายในตลาดเดิมในปี พ.ศ. 2555-65.....	70
ตารางที่ 6	คาดการณ์การนำเข้าผลไม้เป้าหมายในตลาดเดิมในปี พ.ศ. 2570.....	70
ตารางที่ 7	สถานภาพการนำเข้าส้มโอและสับปะรด ในตลาดจีนและฮ่องกง ในปี พ.ศ. 2555-65.....	73
ตารางที่ 8	สถานภาพการนำเข้าส้มโอและสับปะรด ในตลาดจีนและฮ่องกง ในปี พ.ศ. 2570	73
ตารางที่ 9	สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมสูงเกินกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2555-65	74
ตารางที่ 10	สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมสูงเกินกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2570.....	75
ตารางที่ 11	สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2555-65.....	77
ตารางที่ 12	สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2570	77
ตารางที่ 13	สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยเพียงประเภทเดียว และมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2555-2565.....	79
ตารางที่ 14	สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยเพียงประเภทเดียว และมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2570	79
ตารางที่ 15	สรุปชนิดของผลไม้เป้าหมาย ประเทศเป้าหมาย และปริมาณคาดการณ์ตลาดปี 2570.....	84

สารบัญภาคผนวก (List of Annex)

ภาคผนวก ก การผลิต การส่งออก และการนำเข้าผลไม้ในตลาดโลกและของไทย.....	92
ภาคผนวก ข การคัดเลือกชนิดของผลไม้เป้าหมายสำหรับการจัดทำแผนพัฒนาระดับศักยภาพในการส่งออก.....	161
ภาคผนวก ค สรุปปัญหาอุปสรรค ในกระบวนการผลิต การตลาด และ Logistic ของผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด	187
ภาคผนวก ง มาตรการ กฎระเบียบ และข้อกำหนด ด้านการนำเข้าผลไม้ของประเทศผู้ซื้อและการควบคุมการผลิตของไทย..	201

บทนำ

ความเป็นมาของโครงการ

ในระหว่างปี พ.ศ. 2559 -2564 ตลาดโลกมีแนวโน้มนำเข้าผลไม้มากขึ้น โดยมูลค่าผลไม้นำเข้าของโลกสูงขึ้นร้อยละ 33¹ การเปิดเสรีทางการค้าก็เป็นแนวโน้มที่ชัดเจนในตลาดโลก ตลาดต่างๆจึงเปิดกว้างขึ้นเปิดโอกาสให้มีการนำเข้าสินค้าหลากหลายชนิด รวมถึงผลไม้เขตร้อนด้วย ซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกผลไม้สำคัญของโลก โดยในปี พ.ศ. 2564 มูลค่าส่งออกของไทยสูงอยู่ในลำดับ 7 ของโลก และการส่งออกของไทยในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้นร้อยละ 281 แสดงถึงความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดโลก แต่ยังคงส่งออกผลไม้เพียงบางชนิด โดยเฉพาะทุเรียนที่มุ่งตลาดจีนเป็นหลัก ในขณะที่ตลาดใหญ่ๆ เช่น สหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาต่างก็นำเข้าผลไม้เขตร้อนชนิดอื่นๆ จากประเทศในเขตอเมริกาใต้ แอฟริกา และเอเชียใต้เป็นส่วนใหญ่ ไทยจึงควรที่จะหาทางเพิ่มการส่งออกผลไม้ที่มีศักยภาพไปสู่ประเทศที่มีศักยภาพการค้าที่เหมาะสม รวมถึงเพื่อรักษาดุลการค้าที่ไทยมีอัตราการนำเข้าผลไม้เติบโตถึงร้อยละ 25 ต่อปี ในระหว่างปี พ.ศ. 2559 -2564 ด้วย

แผนงานวิจัยการพัฒนาการผลิตและการส่งออกอาหารและผลไม้ไทยคุณค่าสูงและมูลค่าสูงเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูงระบุเป้าหมายให้ไทยเป็นผู้นำของโลก โดยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศที่ได้กำหนดเป้าหมายไว้ คือ 1) รายได้การส่งออกอาหารและผลไม้ไทยคุณค่าสูง เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ต่อปี และ 2) จำนวนประเทศที่ไม่เคยมียอดสั่งซื้ออาหารและผลไม้ไทย สั่งซื้อเป็นมูลค่าเกินหนึ่งร้อยล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 10 ประเทศภายในปี 2570 (หรืออีก 5 ปีข้างหน้าของปีที่กำหนดแผน) การกำหนดเป้าหมายในเพิ่มศักยภาพการส่งออกตามแผนดังกล่าวจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเปรียบเทียบความสามารถและความพร้อมของไทยกับประเทศต่างๆทั้งโลกด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลให้ได้มาซึ่งเป้าหมายเชิงชนิดสินค้า (ผลไม้) ประเทศเป้าหมาย ปริมาณ รวมถึงเป้าหมายการพัฒนาปัจจัยองค์ประกอบที่มีผลต่อการแข่งขัน เช่น กฎระเบียบของประเทศผู้นำเข้าที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าผลไม้ที่ค่อนข้างเข้มงวด กระบวนการทางการขนส่งและโลจิสติกส์ซึ่งมีผลต่อต้นทุนและราคาการแข่งขัน ระยะเวลาความสดใหม่และความเสียหาย รวมทั้งกระบวนการเจรจาการค้าฯ เพื่อนำไปสู่การเพิ่มการส่งออกผลไม้ของไทยไปสู่ตลาดโลก ทั้งการขยายตลาดที่มีอยู่เดิมและการเข้าสู่ตลาดใหม่ หากมีการศึกษาและวางแผนที่ดี ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกันแก้ไขปัญหาที่มีอยู่อย่างจริงจัง การวางแผนการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้จึงเป็นแนวทางที่จะทำให้เกษตรกรไทยและผู้ส่งออกไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มขึ้นได้

¹ ข้อมูลของ 96 ประเทศที่มีสถิติครบถ้วน

วัตถุประสงค์

เพื่อจัดทำแผนการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการส่งออกผลไม้ไทย ที่เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนแผนงานวิจัยการพัฒนาการผลิตและการส่งออกอาหารและผลไม้ไทยคุณค่าสูงและมูลค่าสูง เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูงให้ไทยเป็นผู้นำของโลก โดยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศที่ได้กำหนดเป้าหมาย คือ 1) รายได้การส่งออกอาหารและผลไม้ไทยคุณค่าสูง (เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ต่อปี) และ 2) จำนวนประเทศที่ไม่เคยมี ยอดสั่งซื้ออาหารและผลไม้ไทย สั่งซื้อเป็นมูลค่าเกินหนึ่งร้อยล้านบาท (เพิ่มขึ้นจำนวน 10 ประเทศ ภายในปี 2570)

วิธีดำเนินการวิจัย

- **ศึกษาสถานภาพของการผลิตและการค้าผลไม้ในตลาดโลกและของไทย**
 - การศึกษาข้อมูลการผลิต การตลาดค้าผลไม้ของโลกและของไทยจะทำให้ทราบตำแหน่งทางการค้าของไทยเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆทั่วโลก ทั้งเชิงปริมาณ ชนิดสินค้า และประเทศที่มีอิทธิพลทางการค้าผลไม้ของโลก
 - ศึกษาสถานภาพโดยทั่วไปของการผลิตและการส่งออกผลไม้ในตลาดโลกในปัจจุบัน : ศึกษาวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศและข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ระหว่างปี 2560-2564
 - ศึกษาสถานภาพโดยทั่วไปของการผลิตและการส่งออกผลไม้ที่มีศักยภาพของไทยในปัจจุบัน : ศึกษาวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลสถิติการค้าของไทยและข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ระหว่างปี 2560-2564
 - **ศึกษาวิเคราะห์กฎระเบียบด้านคุณภาพและมาตรฐานและปัญหาการนำเข้าผลไม้ไทยในประเทศ**
- คู่ค้าสำคัญ**
- การศึกษากฎระเบียบข้อจำกัดการนำเข้าทางด้านคุณภาพและมาตรฐานของประเทศนำเข้า และปัญหาอุปสรรคข้อขัดข้องที่ทำให้เกิดการปฏิเสธการนำเข้าที่มีสาเหตุจากการผิดเงื่อนไขทางด้านคุณภาพและมาตรฐานของประเทศนำเข้า ทำให้ทราบจุดอ่อนภายในประเทศที่ต้องแก้ไขและเตรียมการป้องกันโดยเฉพาะในขั้นตอนการเพาะปลูก กระบวนการเตรียมสินค้า และการตรวจรับรอง
 - ศึกษา วิเคราะห์มาตรฐานที่กำหนดโดยองค์การระหว่างประเทศ กฎระเบียบทางด้านคุณภาพและมาตรฐานการนำเข้าผลไม้ของประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้า
 - ศึกษา วิเคราะห์กฎระเบียบและกระบวนการตรวจรับรองคุณภาพและมาตรฐานผลไม้ของไทย
 - ประเมินความสอดคล้องของคุณภาพและมาตรฐานของผลไม้ไทยกับระดับคุณภาพและมาตรฐานที่วางไว้ในกฎระเบียบของประเทศนำเข้าสำคัญ ด้วยการศึกษาข้อมูลปัญหาการตีกลับและทำลายสินค้าจากประเทศปลายทาง เพื่อใช้ประกอบการแก้ไขปัญหาและกำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตและการส่งออก

- ศึกษา สํารวจ สัมภาษณ์ ดูงานการกระจายผลไม้และข้อมูลภาวะเปียบของประเทศที่เป็นผู้นำเข้าผลไม้เพื่อส่งออกของประเทศสหรัฐเอมิเรต (UAE)

- **วิเคราะห์และคัดเลือกผลไม้ที่มีศักยภาพ**

- คัดเลือกผลไม้ที่มีศักยภาพเป้าหมาย โดยใช้ Model ทางเศรษฐศาสตร์และการตลาดเช่น RCA & NRCA, Dendrogram, Export similarity index (ESI) เพื่อให้ทราบกลุ่มผลไม้ที่ต้องให้ความสำคัญในปัจจุบันและผลไม้ที่มีอนาคตในการแข่งขัน การใช้ 3 วิธีการมายืนยันผลเพื่อให้แน่ใจว่าผลการคัดเลือกมีความถูกต้องแม่นยำ และใช้ข้อมูลการคำนวณวิเคราะห์จากข้อมูลย้อนหลัง 10 ปี (2555-2564) เพื่อให้เป็นตัวแทนที่ดีของแนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่ถูกต้อง โดยใช้ข้อมูลการนำเข้าส่งออกของทุกประเทศทั่วโลกในรหัสพิกัดศุลกากร (Harmonize Code-HS) ที่ใช้ตามหลักสากล ปี 2007 และ แปลงเข้าสู่รหัส ปี 2017 ซึ่งมีความละเอียดมากขึ้น ทำให้ได้ผลไม้เป้าหมาย 10 ชนิด

- ศึกษา ดูงาน สํารวจ สัมภาษณ์เชิงลึกเกษตรกรรายใหญ่ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลไม้ที่มีศักยภาพแต่ละชนิด 20 ราย เพื่อใช้เป็นข้อมูลและความคิดเห็นประกอบการตัดสินใจในการคัดเลือกผลไม้และกำหนดมาตรการการส่งออก

- นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อคิดเห็นจากการศึกษาที่ผ่านมาในการจัดประชุมระดมสมอง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ สถานทูต ผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ส่งออกผลไม้ แบบ Onsite อัครราชทูตที่ปรึกษาฝ่ายเกษตรและอัครราชทูตที่ปรึกษาฝ่ายการพาณิชย์ที่ประจำอยู่ ณ ประเทศต่างๆ แบบ Online รวม 55 คน เพื่อให้ได้ความเห็นเกี่ยวกับชนิดของผลไม้เป้าหมาย การพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานผลไม้ไทย ปัญหาอุปสรรค และข้อควรแก้ไข

- **วิเคราะห์สถานภาพและปัญหาอุปสรรคในการส่งออกผลไม้เป้าหมายรายชนิด**

- สังเคราะห์สถานภาพของผลไม้รายชนิด โดยเฉพาะด้านปัญหาอุปสรรคในมิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการส่งออก จากข้อคิดเห็นในกิจกรรมการศึกษา สํารวจ สัมภาษณ์ ระดมสมองผู้เกี่ยวข้องในมิติต่างๆ

- วิเคราะห์สรุปปัญหาการผลิตและส่งออกของผลไม้เป้าหมายตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตามขั้นตอนการผลิต คุณภาพ การขนส่ง และการส่งออก

- **วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าและตลาดของผลไม้เป้าหมาย**

- วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้าถึง 15-18 ตัวแปร ด้วยวิธี Factor Analysis และ Linear Regression ที่มีค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 90 ขึ้นไป

- วิเคราะห์เกณฑ์การคัดเลือกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าผลไม้ เพื่อคัดกรองรายชื่อประเทศ

ที่อยู่ในเกณฑ์พิจารณาเป็นประเทศเป้าหมาย

- วิเคราะห์ความต้องการนำเข้าผลไม้เป้าหมายของประเทศเป้าหมายจากทั่วโลก และจากไทย
- คัดเลือกประเทศที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดของผลไม้แต่ละชนิด

■ **ศึกษาศักยภาพการผลิตผลไม้เป้าหมายของไทยเปรียบเทียบกับความต้องการของประเทศเป้าหมาย**

- คาดการณ์การผลิตและการเติบโตของการผลิตจากสถิติของประเทศ
- คาดการณ์การตลาดของประเทศผู้นำเข้าหลักที่สอดคล้องกับความสามารถในการผลิตของไทย

ไทย

■ **วิเคราะห์ผลไม้เป้าหมายและตลาดเป้าหมาย (ตลาดเดิมและตลาดใหม่)**

■ จำแนกตลาดเดิมและตลาดใหม่ โดยการคัดกรองมูลค่าการนำเข้าในอดีตและค่าคาดการณ์ในอีก 5 ปี เพื่อระบุตลาดและผลไม้สำหรับแต่ละตลาดตามเป้าหมายการยกระดับส่งออกสำหรับตลาดเดิมให้เติบโตร้อยละ 12 ตลาดใหม่ให้มีรายได้ 100 ล้านบาทต่อปี

- ระบุเป้าหมายประเทศผู้นำเข้าและผลไม้ที่ไทยจะส่งออก

■ **จัดทำแผนการพัฒนาการเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทย**

■ จัดทำแผนพัฒนาการเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทย เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และเกษตรกร อันจะส่งผลให้มีการปรับปรุงระบบการผลิต การส่งออก การแข่งขันกันเอง ของประเทศที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เกิดความก้าวหน้าของการส่งออกผลไม้ไทยในทิศทางที่เป็นรูปธรรม

- เผยแพร่ผลการศึกษา

■ สัมมนาเผยแพร่นำเสนอผลการศึกษา ให้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ เกษตรกร ที่อัครราชทูตที่ปรึกษาฝ่ายเกษตรและอัครราชทูตที่ปรึกษาฝ่ายการพาณิชย์ที่ประจำอยู่ ณ ประเทศต่างๆ จำนวน 50 คน (Onsite และ Online) พร้อมรวบรวมความคิดเห็นมาปรับปรุงในการจัดทำแผนพัฒนาการเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทย

- จัดทำเอกสารเผยแพร่ จำนวน 300 ฉบับ

แนวความคิดในการวิจัย

ประเทศไทยมีชื่อเสียงและรายได้จากการส่งออกผลไม้เป็นลำดับต้นๆของโลก แต่เมื่อเทียบกับประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดยังนับว่าไทยมีส่วนการส่งออกน้อยกว่ามาก หากเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน ไทยยังเป็นรองเวียดนาม

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา อัตราการส่งออกของไทยเพิ่มสูงขึ้น โดยพบว่าเกิดจากอิทธิพลของอัตราการส่งออกทุเรียนไปจีนเพิ่มสูงขึ้นเพียงชนิดเดียวและแหล่งเดียว แสดงถึงการพึ่งพาตลาดเดียวในการส่งออกซึ่งเป็นความเสี่ยงทางการค้า และพบว่าในปี 2566 ที่ผ่านมามีเวียดนามส่งออกทุเรียนไปจีนในอัตราการเติบโตที่สูงกว่าไทย และกำลังมีประเทศคู่แข่งที่กำลังจะเพิ่มตามมาคือฟิลิปปินส์และมาเลเซีย ในขณะที่เกษตรกรหันมาปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ในอนาคตอาจเกิดปัญหาทุเรียนราคาตกต่ำ จึงควรติดตามสถานการณ์เชิงข้อมูลการค้าอย่างใกล้ชิดเพื่อเตรียมการและปรับตัวให้ได้ดี อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันไทยทำได้ดีกว่าประเทศคู่แข่งในประเด็นของการเข้มงวดการตรวจทุเรียนอ่อน ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องรักษาไว้ไม่ให้ย่อหย่อน รวมถึงควรขยายการดำเนินงานให้กว้างขวางขึ้นในเชิงสัดส่วนการตรวจสอบและพัฒนาเทคโนโลยีให้มีเครื่องมือที่เป็นมาตรฐานมาช่วยให้สามารถทำงานได้กว้างขวางครอบคลุมและอ้างอิงแก่ประเทศคู่ค้าได้

จากประเด็นข้างต้น ไทยควรมีเป้าหมายการขยายตลาดทุเรียนในตลาดอื่นหรือตลาดใหม่ รวมถึงควรมีเป้าหมายผลักดันการส่งออกผลไม้ชนิดอื่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่าควรขับเคลื่อนผลไม้ชนิดใด ส่งไปประเทศใด

ประเด็นสำคัญคือต้องศึกษาปัญหาการผลิตและการค้า ทั้งปัญหาภายในและปัญหาภายนอก กล่าวคือ (1) ปัญหาการผลิตจนถึงการเตรียมผลไม้และกระบวนการส่งออกซึ่งเป็นปัญหาการดำเนินงานภายในประเทศที่อยู่ในวิสัยที่สามารถแก้ไขได้เองในประเทศ ด้วยระบบ ระเบียบ ความรู้ บุคลากร ความร่วมมือ การสื่อสาร การพัฒนา และเครื่องมืออื่นๆ (2) ปัญหาการส่งออกซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรคระหว่างประเทศที่ต้องใช้การเจรจาต่อรองและมีเป้าหมายล่วงหน้าชัดเจนเนื่องจากอาจต้องใช้เวลานานจนกว่าจะบรรลุผล เช่น เป้าหมายประเทศและชนิดสินค้า รวมถึงประเด็นต่อการเลือกใช้กระบวนการและขั้นตอนการผลิตที่เป็นเงื่อนไขการนำเข้า เป็นต้น ซึ่งประเด็นต่างๆที่กล่าวถึงนี้มีความจำเป็นต้องศึกษารวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบและใช้ในการวางแผนงานให้บรรลุเป้าหมายขยายการค้าผลไม้ของประเทศ

ขั้นตอนสุดท้ายที่สำคัญที่สุดคือการนำแผนพัฒนาการเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทย ที่ได้จากการวิจัยไปกำหนดเป็นแผนปฏิบัติงานสำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบและเกี่ยวข้อง ผลของการนำแนวทางการพัฒนาศักยภาพผลไม้เพื่อการส่งออกไปใช้ในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และเกษตรกรจะส่งผลให้มีการปรับปรุงระบบการผลิต การส่งออก การแข่งขันต่างๆ มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ส่งผลต่อภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรม และเป็นตัวอย่างของการใช้ข้อมูลและงานวิจัยในการวางแผนการบริหารประเทศ และส่งผลถึงการเพิ่มระดับรายได้ของเกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องกับการส่งออกของไทยในที่สุด

บทที่ 1

สถานภาพการผลิต การส่งออก และการนำเข้าผลไม้ในตลาดโลกและของไทย

1.1 สถานภาพการผลิต การส่งออก และการนำเข้าผลไม้ในตลาดโลก

การศึกษาสถานภาพการผลิต การส่งออก และการนำเข้าผลไม้ในตลาดโลกเพื่อให้ทราบถึงบริบทของผลไม้ชนิดที่สำคัญในตลาดโลก ประเทศที่สำคัญในการผลิต การส่งออก และการนำเข้าของทั้งโลกในภาพรวม เพื่อนำไปสู่การศึกษาเชิงลึกเพื่อคัดเลือกชนิดของผลไม้ที่ไทยควรสนับสนุนให้เป็นผลไม้เป้าหมายในการแข่งขันทางการค้าในบทต่อไป

1.1.1 การผลิตผลไม้ในตลาดโลก

ผลไม้ที่มีการซื้อขายในตลาดโลกมีความหลากหลาย ผลไม้ที่ปรับตัวและเติบโตได้ดีในภูมิอากาศเขตอบอุ่น (temperate zone) เช่น แอปเปิ้ล เนคทารีน ผลไม้ชนิดที่เจริญเติบโตได้ดีในเขตกึ่งร้อน (semi-tropical zone) และประเทศในเขตร้อน (tropical zone) เช่น ทุเรียน ส้ม กล้วย มะม่วง ทูเรียน

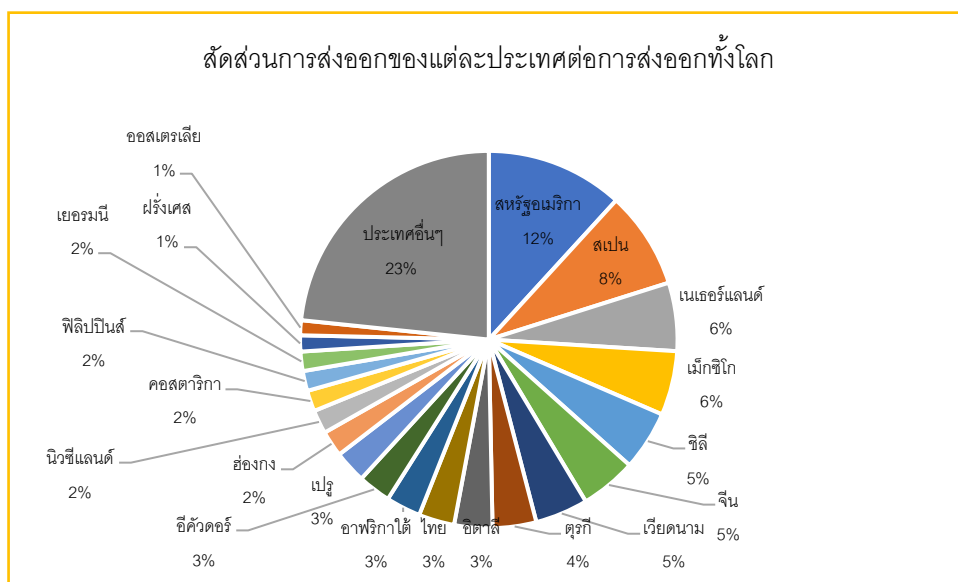
ผลไม้ที่ผลิตในลำดับต้นของโลก² ได้แก่ กล้วย แอปเปิ้ล ส้ม ตามลำดับ มีรายละเอียดแสดงดังภาคผนวก ก 1

1.1.2 การส่งออกผลไม้ในตลาดโลก

มูลค่าการส่งออกผลไม้ของประเทศที่มีการส่งออกสูงสุด 20 ประเทศแรก ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกกว่าร้อยละ 76.64 ของการส่งออกผลไม้ทั้งโลก โดยสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกผลไม้สูงสุด มีสัดส่วนร้อยละ 11.79 ของการส่งออกทั้งโลก มีการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) มูลค่า 14,812 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.46 ต่อปี ขณะที่ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้สูงเป็นลำดับที่ 10 ของโลก มีสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 3.06 ของการส่งออกทั้งโลก แสดงในภาพที่ 1 โดยมีการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) มูลค่า 3,846 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 28.26 ต่อปี ซึ่งสูงที่สุดใน 20 ประเทศแรกนี้ เนื่องจากการส่งออกทุเรียนพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่การส่งออกค่อนข้างกระจุกตัวอยู่เพียงไม่กี่ประเทศ โดยพบว่าประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงส่วนใหญ่เป็นประเทศที่อยู่ในเขตอบอุ่น (temperate zone) รายละเอียดข้อมูลและการวิเคราะห์แสดง ภาคผนวก ก 2

² จากสถิติผลผลิตผลไม้ของประเทศต่างๆ จาก Food and Agricultural Organization (FAO) ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2560-2564

ภาพที่ 1 สัดส่วนการส่งออกของแต่ละประเทศต่อการส่งออกทั้งโลก



1.1.3 การนำเข้าผลไม้ในตลาดโลก

ผลไม้ที่มีการนำเข้าในทุกประเทศคือ กล้วย รองลงมาคือ องุ่นสดและแอปเปิ้ลสด นอกจากกล้วยแล้ว ยังมีรายการผลไม้อื่นๆที่มาจากเขตร้อนชื้น อาทิ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ฝรั่ง มะม่วง มังคุด และผลไม้รวมอยู่ใน HS 81090 และ 81190 รายละเอียดดังภาคผนวก ก 3- 1 ภาคผนวก ก 3

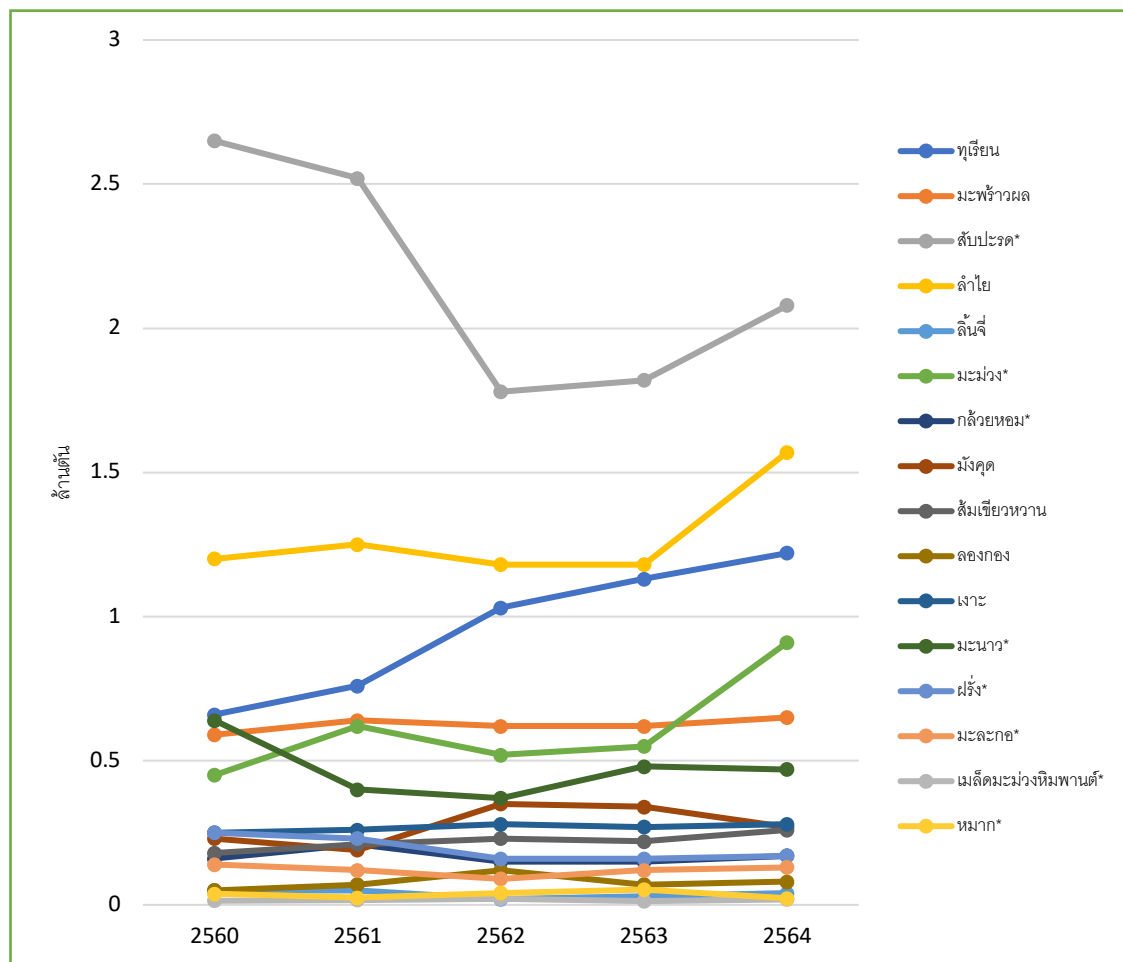
ในแง่ของสัดส่วนมูลค่านำเข้ากล้วยในตลาดโลกสูงถึงร้อยละ 11.26 ของมูลค่านำเข้ารวมผลไม้ทุกชนิด รองลงมาคือองุ่นและแอปเปิ้ล ร้อยละ 7.22 และ 5.44 ตามลำดับ ซึ่งนับได้ว่าเป็นสัดส่วนที่ต่างจากกล้วยค่อนข้างมาก รายละเอียดดังภาคผนวก ก 3- 2 และพบว่าประเทศที่นำเข้ากล้วยมากที่สุดคือสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือรัสเซีย เยอรมนี ญี่ปุ่น และจีน ปรากฏในภาคผนวก ก 3- 3 ส่วนใหญ่ประเทศที่นำเข้ากล้วยจำนวนมากเป็นประเทศในเขตอบอุ่น (temperate zone)

1.2 สถานภาพการผลิตและการส่งออกผลไม้ของไทย

1.2.1 การผลิตผลไม้ของไทย

ผลไม้ที่ไทยผลิตได้มากกว่า 1 ล้านตันต่อปีในปี พ.ศ. 2564 ได้แก่ ทุเรียน สับปะรด และลำไย โดยมีปริมาณผลผลิตอยู่ที่ 1.22, 2.08, และ 1.57 ล้านตัน ตามลำดับ แสดงไว้ในภาพที่ 2 และ ภาคผนวก ก 4- 1 โดยในระหว่างปี พ.ศ. 2560 – 2564 ทุเรียนมีการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 62.08 ต่อปีจากความต้องการของตลาดจีน สับปะรดมีผลผลิตลดลงเฉลี่ยร้อยละ 28.43 ต่อปี ปริมาณผลผลิตลดลงจำนวนมากจากปี พ.ศ. 2561 ฤดูให้อัตราการขยายตัวของผลผลิตเฉลี่ยลดลงด้วยแม้ว่าในปี พ.ศ. 2564 การผลิตจะฟื้นตัวขึ้นมากพอสมควร ส่วนของลำไยมีการขยายตัวของผลผลิตเฉลี่ยร้อยละ 6.83 ต่อปี ผลไม้ชนิดอื่นมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก มะม่วงมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2564 ผลิตได้ 0.91 ล้านตัน มังคุดมีปริมาณขึ้น-ลงในแต่ละปี ในปี พ.ศ. 2564 มีผลผลิต 0.27 ล้านตัน

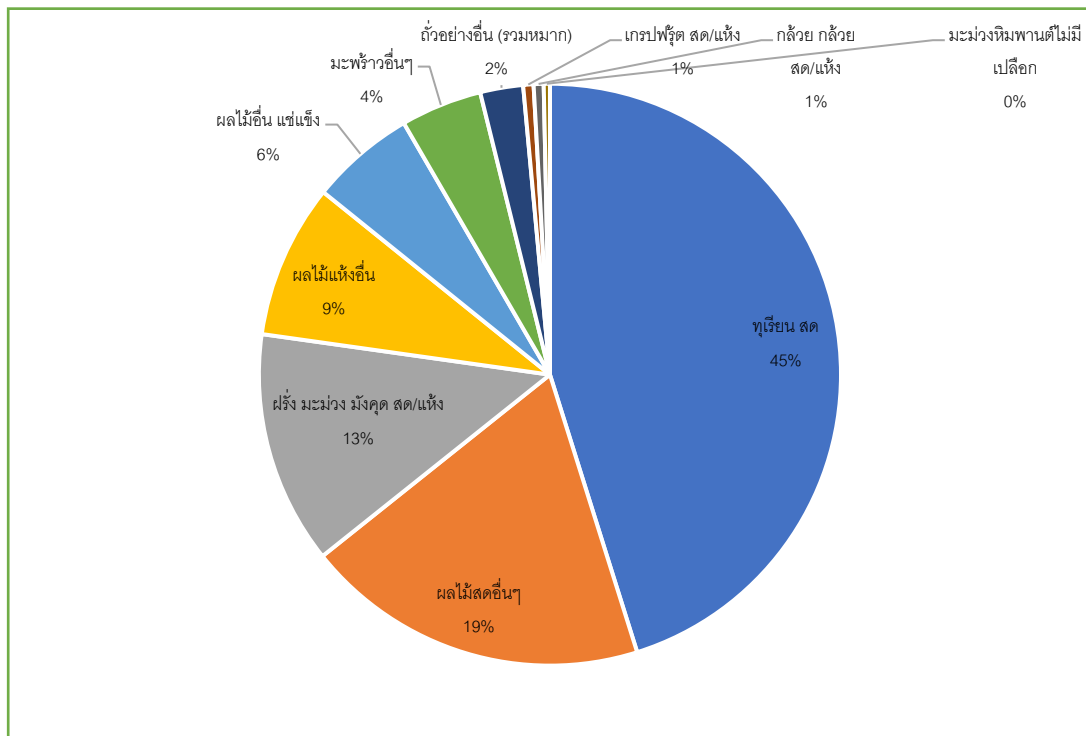
ภาพที่ 2 ปริมาณการผลิตผลไม้ที่สำคัญของไทย



1.2.2 การส่งออกผลไม้ของไทย

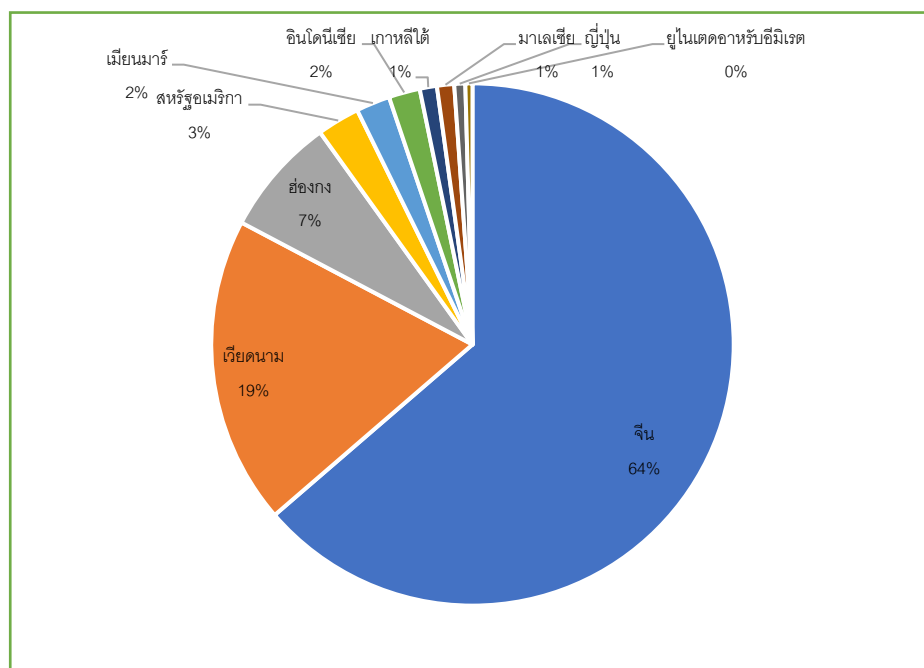
ใน 5 ปีที่ผ่านมา (ระหว่างปี พ.ศ. 2560 – 2564) ประเทศไทยส่งออกผลไม้ มูลค่าเฉลี่ย 3,846.06 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสูงถึงร้อยละ 164.15 จาก 2,337.22 ล้านบาทสหรัฐในปี พ.ศ. 2560 มาเป็น 6,173.75 ล้านบาทสหรัฐในปี พ.ศ. 2564 ผลไม้ที่ส่งออกมูลค่าสูงสุด 9 อันดับแรกมีการส่งออกเพิ่มขึ้น ผลไม้ที่มีการส่งออกสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและมูลค่าสูงถึง 3,409.59 ล้านบาทสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2564 คือ ทุเรียน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.23 ของมูลค่าส่งออกผลไม้ทั้งหมด รายการผลไม้ที่มูลค่าการส่งออกสูงรองจาก ทุเรียนคือผลไม้สดอื่นๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.54 ของมูลค่าส่งออกผลไม้ทั้งหมด รายได้จากการส่งออกผลไม้ จึงขึ้นอยู่กับ การส่งออกทุเรียนเป็นสำคัญ แสดงใน ภาพที่ 3 และ ภาคผนวก ก 4- 2

ภาพที่ 3 ผลไม้ส่งออกของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด เฉลี่ย 5 ปี



ตลาดสำคัญที่นำเข้าสินค้าผลไม้จากไทยมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรก แสดงในภาพที่ 4 และ ภาคผนวก ก 4- 3 ซึ่งนำเข้าโดยจีน โดยในปี พ.ศ. 2564 ไทยส่งออกไปจีนถึง 4,994 ล้านเหรียญสหรัฐ และส่งออกไปประเทศอื่นๆรวมกันเพียง 1,180 ล้านเหรียญสหรัฐ ที่น่าสนใจก็คือ ในปี พ.ศ. 2564 นั้น การส่งออกของไทยไปจีนมีมูลค่า 4,994 ล้านเหรียญสหรัฐ เป็นการส่งออกทุเรียนสดเพียงอย่างเดียวถึงร้อยละ 78 ของมูลค่าส่งออกดังกล่าว

ภาพที่ 4 ตลาดสำคัญที่นำเข้าสินค้าผลไม้จากไทยใน 5 ปีที่ผ่านมา



1.2.3 ประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดโลก

ทำการรวบรวมข้อมูลประเทศคู่แข่งสำหรับผลไม้บางชนิดที่โดดเด่นของไทยเบื้องต้น ในช่วงปี พ.ศ. 2560-2564 สรุปได้ว่า (1) ทูเรียน มีคู่แข่ง คือ ฮองกง เวียดนาม มาเลเซีย และ สปป.ลาว (2) มะพร้าวผลที่มีกะลา (endocarp) ทั้งสดและแห้ง มีคู่แข่ง คือ อินโดนีเซีย เวียดนาม อินเดีย และศรีลังกา (3) ผลไม้สดอื่นๆภายใต้รหัส 081090 สำหรับประเทศไทยหมายถึงกลุ่มผลไม้ที่รวมถึงลำไย ลิ้นจี่ มะขาม มีคู่แข่ง คือ เวียดนาม จีน และสเปน (4) หนาก มีคู่แข่งคือ อินโดนีเซีย เมียนมาร์ ศรีลังกา และสิงคโปร์ (5) ผลไม้ในกลุ่ม ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สำหรับประเทศไทยหมายถึงมังคุด มีคู่แข่งคือ เม็กซิโก เปรู บราซิล และเวียดนาม (6) กลุ่มผลไม้แช่เย็นจนแข็งอยู่ภายใต้รหัส 081190 สำหรับไทยหมายถึง สับปะรด ทูเรียน ลำไย มีคู่แข่งคือ แคนาดา เปรู มาเลเซีย และชิลี (7) ผลไม้แห้งภายใต้รหัส 081340 สำหรับไทยหมายถึงลำไยแห้งและมะขามแห้ง มีคู่แข่งคือ จีน สเปน อิตาลี และเยอรมนี ซึ่งเป็นผลไม้ชนิดอื่น (8) เกรปฟรุตและส้มโอทั้งสดและแห้ง ภายใต้รหัส 080540 สำหรับไทยหมายถึงส้มโอ มีคู่แข่งคือ เนเธอร์แลนด์ จีน สเปน ตุรกี อิสราเอล และสหรัฐอเมริกา รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 5

1.2.4 ประเทศผู้นำเข้าผลไม้สำคัญของไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลประเทศผู้นำเข้าผลไม้สำคัญของไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2560-2564 ดำเนินการโดยใช้ข้อมูลสถิติการค้าของกรมศุลกากร สรุปได้ดังนี้ (1) ทูเรียน ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ จีน ฮองกง (2) มะพร้าวทั้งกะลาและมะพร้าวอ่อน ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา ฮองกง สิงคโปร์ (3) ผลไม้สดอื่นๆ สำหรับไทย หมายถึง ลำไย หนุ่ย และมะขาม ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ จีน อินโดนีเซีย เวียดนาม สหรัฐอเมริกา (4) หนาก ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ เมียนมาร์ บังคลาเทศ เวียดนาม ซาอุดีอาระเบีย (5) มะม่วงสด ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่มาเลเซีย เกาหลี เวียดนาม ญี่ปุ่น (6) มะม่วงอบแห้ง ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ สหรัฐ จีน ญี่ปุ่น (7) มังคุด ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ จีน ฮองกง เกาหลี (8) ทูเรียนแช่แข็ง ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย (9) มะม่วงแช่แข็ง ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย โปแลนด์ รัสเซีย (10) ลำไยอบแห้ง ทูเรียนอบแห้ง ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ จีน ฮองกง สหรัฐอเมริกา (11) มะขามอบแห้ง ผู้นำเข้าสำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา สหรัฐอาหรับเอมิเรต สหราชอาณาจักร รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 6

บทที่ 2 ผลไม้เป้าหมายในการส่งออกของไทย

การคัดเลือกชนิดของผลไม้เป้าหมายสำหรับการจัดทำแผนพัฒนาการยกระดับศักยภาพในการส่งออกนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลการค้าผลไม้จากทั่วโลกโดยการคัดเลือกด้วย 3 วิธีการเพื่อตรวจสอบยืนยันผลที่ได้จากหลายมิติและคัดกรองเฉพาะชนิดของผลไม้ที่ได้ผลตรงกันมาเป็นผลไม้เป้าหมายในที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากการค้าผลไม้เป็นข้อมูลที่ซับซ้อนและมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในหลากหลายมิติ การคัดเลือกด้วยวิธีเดียวจะมีโอกาสให้ผลไม้ถูกต้องสูง จึงดำเนินขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. จัดทำดัชนีชี้วัดความได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งออกผลไม้ด้วยวิธี Normalized revealed comparative advantage (NRCA) เพื่อวิเคราะห์หาผลไม้ที่ดัชนีชี้วัดความได้เปรียบถึงเกณฑ์บ่งชี้ว่ามีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อการส่งออก

- การคัดเลือกประเภทผลไม้ไทยที่มีศักยภาพส่งออกไปยังตลาดโลก ด้วยวิธี Dendrogram และ Export Similarity Index

- การวิเคราะห์โดยใช้วิธี Dendrogram เพื่อยืนยันผลที่ได้จากการวิเคราะห์ NRCA ว่าถูกต้องตรงกัน

- วิเคราะห์การแข่งขันกับประเทศอาเซียนด้วย Dendrogram และ Export Similarity Index

ขั้นตอนที่ 2. ระบุชนิดของผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก จากการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 2 ด้วยการแปลงข้อมูลพิภคศการให้ละเอียดมากขึ้น

- จัดประชุมระดมสมอง ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางด้านผลไม้ ผู้ส่งออกและผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกผลไม้ เพื่อให้เห็นต่อชนิดผลไม้ที่ผ่านการคัดเลือกด้วยวิธีในขั้นตอนที่ 1 - 3 ข้างต้น

ขั้นตอนที่ 3. กำหนดชนิดของผลไม้เป้าหมายในการยกระดับส่งออกของไทย
มีรายละเอียดและผลการดำเนินการดังต่อไปนี้

2.1 จัดทำดัชนีชี้วัดความได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งออกของผลไม้

ดัชนีชี้วัดความได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งออกโดยเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก หรือ Normalized revealed comparative advantage (NRCA) เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่นำมาใช้ในการกำหนดรายการผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก แสดงรายละเอียดการคำนวณในภาคผนวก ข 1 ผลการคำนวณ NRCA ของผลไม้ที่ไทยส่งออก เป็นดังนี้

การศึกษานี้ได้มีการคำนวณหาค่า NRCA ของผลไม้ที่ประเทศไทยส่งออกทั้งสิ้น 55 ประเภท โดยใช้ประเภทผลไม้ตามรหัส HS 2007 และคัดเลือกผลไม้ที่มีศักยภาพจำนวน 15 ประเภทได้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่า NRCA ของผลไม้ส่งออกของไทย

HS2007	ประเภทของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564
081060	ทุเรียน สด	53.83	75.10	112.41	154.99	233.01
081090	ผลไม้สดอื่นๆ	53.32	44.57	51.56	38.37	44.20
080450	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง	18.66	20.45	41.78	35.77	36.08
080119	มะพร้าวผลทั้งกะลา	6.74	9.30	10.87	12.82	19.42
081340	ผลไม้แห้งอื่น	30.27	28.35	23.47	18.44	16.14
081190	ผลไม้อื่น แช่เย็นจนแข็ง	4.18	10.04	11.33	12.38	14.33
080290	ตัวอย่างอื่น (รวมหมาก)	0.16	2.79	1.36	1.63	5.62
080121	บราซิลนัตมีเปลือก	-0.02	-0.05	-0.05	-0.03	-0.10
081330	แอปเปิลแห้ง	0.01	-0.09	-0.12	-0.12	-0.15
081290	ผลไม้อื่นทำให้เสียชั่วคราว	0.07	0.04	-0.12	-0.06	-0.26
081400	เปลือกส้ม/แดง สด/แช่เย็น/แห้ง	-0.11	-0.12	-0.18	-0.21	-0.30
080590	ส้มและมะนาวอื่นๆ สด/แห้ง	-0.24	-0.21	-0.14	-0.23	-0.31
080540	เกรปฟรุต สด/แห้ง	0.11	-0.29	-0.78	-0.57	-0.31
081210	เชอร์รี่ทำให้เสียชั่วคราว	-0.18	-0.17	-0.25	-0.24	-0.32
080221	เฮเซลนัตมีเปลือก	-0.21	-0.19	-0.36	-0.39	-0.64

ตามที่กล่าวไว้แล้วในภาคผนวก ข 1 ว่าหากค่า NRCA ของการส่งออกผลไม้ชนิดใดมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่า 0 แสดงว่าการส่งออกผลไม้ชนิดนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและอยู่ในเกณฑ์ที่เป็นผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก จึงสรุปได้ว่ามีผลไม้ของไทย 7 ประเภทที่เป็นผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก ซึ่งได้แก่

- (1) **ทุเรียนสด** รหัส 081060 ที่มีค่า NRCA เท่ากับ 233.01 ในปี พ.ศ. 2564 และค่าเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา
- (2) **ผลไม้สดอื่นๆ** รหัส 081090 ซึ่งมีค่า NRCA เท่ากับ 44.20 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา เนื่องจากรหัสนี้เป็นกลุ่มผลไม้ จึงได้ใช้ข้อมูลของกรมศุลกากรเพื่อดูรายละเอียดชนิดผลไม้ พบว่า ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูง แสดงความต้องการที่สูงในตลาดโลก ได้แก่ **ลำไย ขนุน มะขาม**
- (3) **ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง** รหัส 080450 มีค่า NRCA ที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 36.08 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงในประเภทนี้ ได้แก่ **มะม่วง มังคุด**
- (4) **มะพร้าวผลทั้งกะลา** รหัส 080119 ซึ่งค่า NRCA เท่ากับ 19.42 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา นอกจาก**มะพร้าวทั้งกะลา**แล้ว **มะพร้าวอ่อน**ก็มีมูลค่าการส่งออกสูงเช่นกัน
- (5) **ผลไม้แห้งอื่น** รหัส 081340 ซึ่งค่า NRCA เท่ากับ 16.14 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงในประเภทนี้ สำหรับไทยได้แก่ **ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง ทุเรียนอบแห้ง**
- (6) **ผลไม้อื่น แช่เย็นจนแข็ง** รหัส 081190 ซึ่งค่า NRCA เท่ากับ 14.33 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงในประเภทนี้ ได้แก่ **ทุเรียนแช่เย็นจนแข็ง มะม่วงแช่เย็นจนแข็ง**

(7) ถ้วยอย่างอื่น (รวมหมาก) รหัส 080290 ซึ่งค่า NRCA เท่ากับ 5.62 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา สำหรับไทยผลไม้ภายใต้รหัสนี้คือหมากแห้งและหมากสด

อนึ่ง การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งประเภทผลไม้สดและผลไม้แปรรูปขั้นต้น ได้แก่ ผลไม้แห้ง แช่เย็นจนแข็ง ต้ม/นึ่งสุก แช่น้ำเกลือหรือทำไวน์ไม่ให้เสียชั่วคราว แต่จะไม่รวมถึงผลไม้ที่ปรุงแต่ง/ทำไวน์ไม่ให้เสียโดยวิธีอื่นๆ อาทิ การใช้น้ำตาล ผลไม้กวน ผลไม้ดอง ผลไม้บรรจุกระป๋อง น้ำผลไม้ แยม และผลไม้ที่นำมาปรุงแต่งผสมรวมกัน

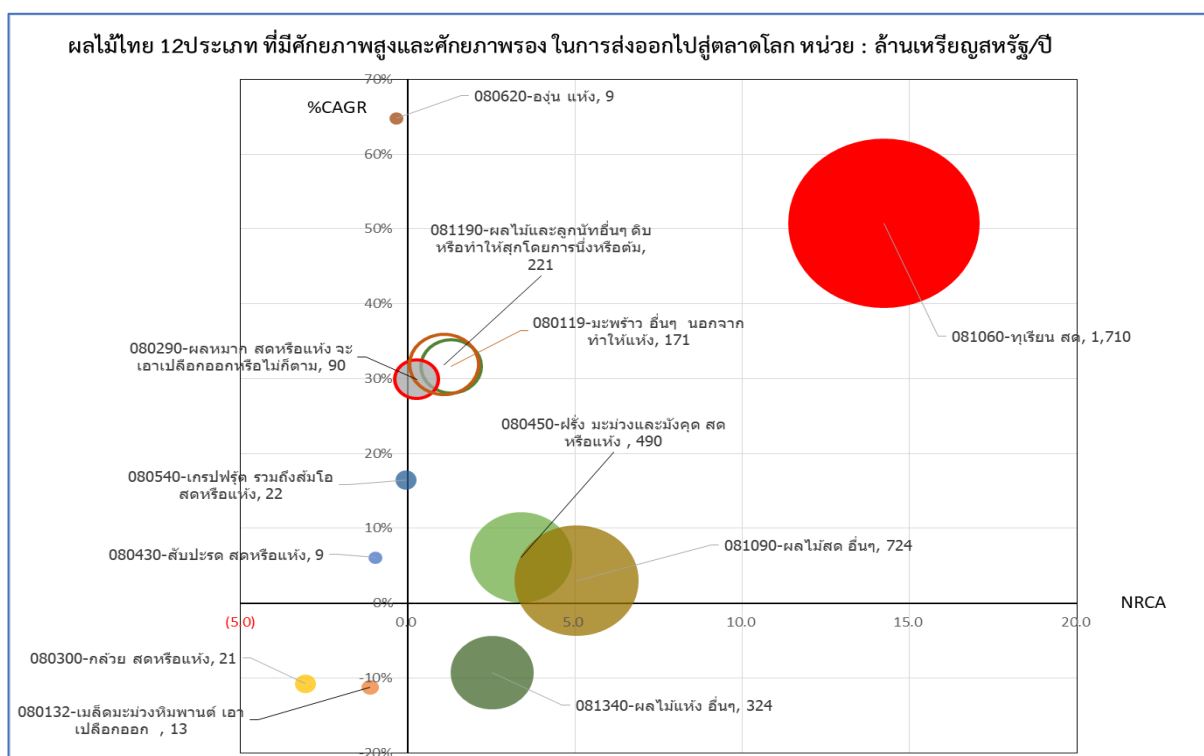
2.2 การคัดเลือกประเภทผลไม้ไทยที่มีศักยภาพส่งออกไปยังตลาดโลก

สำหรับในขั้นตอนต่อไปนี้จะเป็นการวิเคราะห์หาผลไม้ไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปสู่ตลาดโลกอีกทางหนึ่งโดยใช้วิธีการทางสถิติ เพื่อยืนยันความถูกต้องและสร้างความมั่นใจในผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางเศรษฐศาสตร์ที่ได้จากข้อ 2.1 ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ได้มาจาก UNcomtrade HS2007 ช่วงปี พ.ศ.2555–2564 (10 ปี) โดยการวิเคราะห์ศักยภาพในระดับโลกและระดับอาเซียน ดังนี้

2.2.1 การวิเคราะห์กลุ่มผลไม้ของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังตลาดโลกด้วยวิธี Dendrogram

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทยไปสู่ตลาดโลก ในขั้นตอนนี้ทำด้วยการนำข้อมูลการส่งออกผลไม้ของไทยมาจัดกลุ่มด้วยวิธี Dendrogram โดยใช้โปรแกรม SPSS รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ข 2 สามารถจัดกลุ่มผลไม้ของไทยที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรองในการส่งออกไปยังตลาดโลกได้ดังภาพที่ 5

ภาพที่ 5 ผลไม้ไทยที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรองในการส่งออกไปตลาดโลก



หมายเหตุ : แกน X ดัชนีชี้วัดศักยภาพในการส่งออก (NRCA) แกน Y แสดงอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี

ที่มา : จำนวนจากข้อมูล HS2007 ของ UNcomtrade ช่วง พ.ศ. 2555-2564 (10 ปี) และจำนวนอัตราการเติบโตแบบ

compound annual growth rate (CAGR) ด้วยข้อมูลที่ปรับเป็น moving average 3 ปี เพื่อลดความแปรปรวน

จากภาพแสดงให้เห็นกลุ่มผลไม้ไทยที่มีศักยภาพสูงในการส่งออกจำนวน 7 ประเภท ที่มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยสูงกว่า 63 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯต่อปี (สูงกว่า 2 พันล้านบาทต่อปี) และส่วนใหญ่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยดี ซึ่งพบว่าผลไม้ทุกประเภทตรงกับผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการ NRCA ทางเศรษฐศาสตร์ ในข้อ 2.1 ได้แก่

- มะพร้าว อื่นๆ นอกจากทำให้แห้ง (HS 080119)
- ผลหมาก สดหรือแห้ง จะเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม (HS 080290)
- ฝรั่ง มะม่วงและมังคุด สดหรือแห้ง (HS 080450)
- ทูเรียน สด (HS 081060)
- ผลไม้สด อื่นๆ (HS 081090)
- ผลไม้แช่เย็นจนแข็ง (HS 081190)
- ผลไม้แห้ง อื่นๆ (HS 081340)

สำหรับผลไม้ที่มีศักยภาพรอง จำนวน 5 ประเภท แม้ว่าจะยังมีมูลค่าในการส่งออกน้อย คืออยู่ระหว่าง 5 ถึง 18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี (160-600 ล้านบาทต่อปี) แต่มีอัตราการเติบโตในการส่งออกดีพอสมควรและความแปรปรวนค่อนข้างต่ำ จึงมีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่การเป็นผลไม้ส่งออกที่มีศักยภาพสูงในอนาคต ได้แก่

- เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ เอาเปลือกออก (HS 080132)
- กล้วย สดหรือแห้ง (HS 080300)
- สับปะรด สดหรือแห้ง (HS 080430)
- เกรปฟรุต รวมถึงส้มโอ สดหรือแห้ง (HS 080540)
- องุ่น แห้ง (HS 080620)

2.2.2 วิเคราะห์การแข่งขันกับประเทศ ASEAN ด้วย Dendrogram และ Export Similarity Index

เนื่องจากประเทศไทยต้องแข่งขันกับประเทศในเขตร้อนอื่นๆ ที่ผลิตผลไม้ชนิดเดียวกัน โดยเฉพาะประเทศใน ASEAN ซึ่งมีภูมิอากาศคล้ายคลึงกัน ปลูกผลไม้ประเภทเดียวกัน แต่อาจมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกแตกต่างกัน เนื่องจากขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ที่สำคัญคือการเข้าถึงผู้บริโภคในด้านราคา คุณภาพ และเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ ตลอดจนนโยบายและการลงทุนเพื่อเป้าหมายการส่งออก ผู้ส่งออกไทยจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมเพื่อการแข่งขันในด้านเหล่านี้ การศึกษาวิเคราะห์เรื่องการแข่งขันจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่นำไปสู่การวางแผนแก้ไขปัญหา เพื่อการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการส่งออกของผลไม้ไทยไปสู่ตลาดโลก

ในขั้นตอนการศึกษานี้จึงเป็นการวิเคราะห์การแข่งขันกับผลไม้ประเภทเดียวกันที่ส่งออกจากประเทศใน ASEAN โดยเป็นการวิเคราะห์และเปรียบเทียบ “ความคล้ายคลึงกัน” ในการส่งออกผลไม้ระหว่างไทยกับกลุ่มประเทศ ASEAN ด้วยการจัดกลุ่มแบบ Dendrogram ร่วมกับการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ด้วยการคำนวณหา Export Similarity Index รายละเอียดแสดงใน ภาคผนวก ข 3 สรุปได้ว่าผลไม้ไทยที่มีการแข่งขันกับผลไม้ส่งออกของประเทศเพื่อนบ้านใน ASEAN น้อย (โอกาสดี) เป็นผลไม้ประเภทที่มีศักยภาพรอง 3 ประเภท ได้แก่ เกรปฟรุต

รวมถึงส้มโอสดหรือแห้ง (HS080540) องุ่นแห้ง (HS080620) สับปะรดสดหรือแห้ง (HS080430) และมีผลไม้ไทยที่มีศักยภาพระดับสูงเพียงประเภทเดียว คือ ผลไม้แช่เย็นจนแข็ง (HS081190) ดังนั้น หากต้องการหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านใน ASEAN ควรเลือกพัฒนาศักยภาพผลไม้ 4 ประเภทดังกล่าว ซึ่งจะต้องทำการหาความชัดเจนถึงชนิดของผลไม้ภายใต้ประเภทของผลไม้นี้ต่อไป

สำหรับผลไม้ประเภทอื่นๆของไทยที่มีศักยภาพในขั้นตอนที่ผ่านมา แต่ในขั้นตอนนี้พบว่าประสบกับการแข่งขันในการส่งออกกับประเทศเพื่อนบ้านสูงมาก ได้แก่ กล้วยสดหรือแห้ง (HS080300) ผลไม้สดอื่นๆ (HS081090) และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์เอาเปลือกออก (HS080132) ควรต้องมีการศึกษาถึงชนิดที่เหมาะสมภายใต้ประเภทของผลไม้นี้ต่อไปเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน

การวิเคราะห์หาผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออกของของกลุ่ม ASEAN 9 ประเทศด้วย Export Similarity Index (ESI) พบว่า ความคล้ายคลึงในการส่งออกผลไม้ไทยเฉพาะที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรองจำนวน 12 ชนิด เปรียบเทียบกับการส่งออกผลไม้ประเภทเดียวกันของ ASEAN โดยใช้แผนภูมิแท่งเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ESI ระหว่างช่วง 5 ปีแรก (พ.ศ.2555-2559) และช่วง 5 ปีหลัง (พ.ศ.2560-2564) เพื่อให้เห็นแนวโน้มของการแข่งขัน แสดงใน ภาคผนวก ข 4 - 1

กล่าวโดยสรุปได้ดังนี้

- ผลไม้ไทยที่อาจพัฒนาศักยภาพในการส่งออกได้โดยไม่ต้องแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน มีจำนวนเพียง 3 ประเภทได้แก่ 080540-เกรปฟรุต รวมถึงส้มโอ สดหรือแห้ง 080430-สับปะรด สดหรือแห้ง และ 080620-องุ่น แห้ง
- ผลไม้ที่ไทยมีแนวโน้มในการแข่งขันดีขึ้นหรือคงที่ 3 ประเภท ได้แก่ 080450-ฝรั่ง มะม่วงและมังคุด สดหรือแห้ง 080290-ผลหมาก สดหรือแห้ง จะเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม และ 081340-ผลไม้แห้ง อื่นๆ
- ผลไม้ที่มีแนวโน้มการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านสูงขึ้น 4 ประเภท ได้แก่ 081090-ผลไม้สด อื่นๆ 081060-ทุเรียน สด 081190-ผลไม้แช่เย็นจนแข็ง และ 080119-มะพร้าว อื่นๆ นอกจากทำให้แห้ง

2.3 การระบุชนิดของผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก

จากการวิเคราะห์ที่ผ่านมาใช้พิกัดศุลกากรระดับ 6 หลัก (HS2007) ซึ่งมีผลไม้หลายชนิดในพิกัดเดียวกัน กล่าวคืออยู่ในระดับประเภทของผลไม้ จึงมีอาจะระบุชัดเจนได้ถึงชนิดของผลไม้ภายใต้ประเภทดังกล่าวได้ ดังนั้น เพื่อการระบุถึงผลไม้รายชนิดจึงต้องวิเคราะห์ข้อมูลชนิดของผลไม้ด้วยพิกัด 8 หลักและ 11 หลัก โดยการแปลงข้อมูลพิกัดศุลกากรให้ละเอียดมากขึ้น จากข้อมูล HS2007 ให้เป็น HS2017 เพื่อใช้ข้อมูลของกรมศุลกากรช่วงปีปัจจุบันเฉพาะประเภทผลไม้ไทยที่มีศักยภาพข้างต้น พบว่าสามารถแยกชนิดผลไม้ที่มีศักยภาพระดับสูงได้เพิ่มขึ้นเป็น 8 ชนิด และผลไม้ที่มีศักยภาพระดับรอง 5 ชนิด รวมเป็น 13 ชนิด แสดงดัง ตารางที่ 2

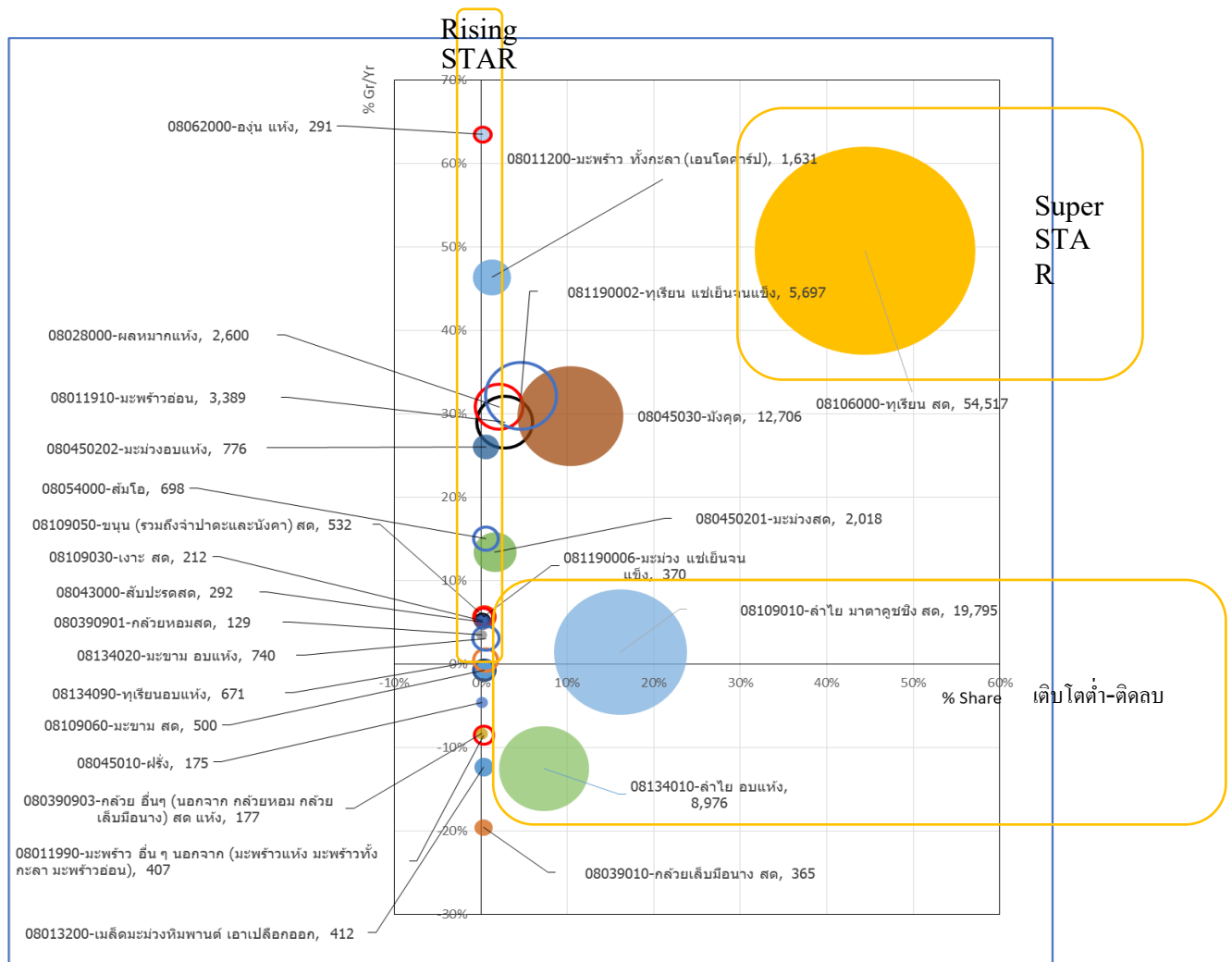
ตารางที่ 2 ตารางการแปลงข้อมูล HS2007 ให้เป็น HS2017

HS 2007	HS 2017 (เน้นผลไม้ไทยมีศักยภาพ-ใช้ค้าขาย)
080119 มะพร้าวทั้งกะลาและมะพร้าวเติมผลอื่นๆ	080112-มะพร้าว ทั้งกะลา (เอนโดคาร์ป)
	080119-มะพร้าวอ่อน
080290 ถั่วชนิดที่ไม่ได้ระบุไว้ใน HS 08.01 และ 08.02 ทั้งที่สดและได้ทำให้แห้ง ไม่ว่าจะมีการแปรรูปหรือไม่ก็ตาม	080280-หมากแห้ง
080450 ฝรั่ง มะม่วง และมังคุด ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง	080450-มังคุด และมะม่วง สด
081060 ทูเรียนสด	081060-ทูเรียน สด
081090 ผลไม้สดอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ใน HS อื่นๆ	081090-ลำไย มาตาคูซิง สด
081190 ผลไม้หรือถั่วที่ไม่ได้ระบุไว้ในที่อื่น ยังไม่ได้ปรุงหรือปรุงแล้วด้วยการอบไอน้ำหรือต้มในน้ำ หรือได้แช่เย็นจนแข็ง ไม่ว่าจะมีการเพิ่มน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอย่างอื่นหรือไม่ก็ตาม	081190-ทุเรียนแช่เย็นจนแข็ง มะม่วงแช่เย็นจนแข็ง
081340 ผลไม้แห้งอื่น ชนิดที่ไม่ได้อยู่ภายใต้ HS 08.01-08.06 และ 0813.10-0813.30	081340-ลำไย อบแห้ง
080132 เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ที่เอาเปลือกออก	080132-เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ เอาเปลือกออก
080300 กล้วย รวมทั้งกล้วย ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง	080390-กล้วย สดหรือแห้ง
080430 สับปะรด ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง	080430-สับปะรด สดหรือแห้ง
080540 เกรฟฟรุต (รวมส้มโอ) ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง	080540-ส้มโอ
080620 องุ่นที่ได้ทำให้แห้ง	080620-องุ่น แห้ง

ที่มา : Conversion Table – UN Statistics Division. <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ>

จากข้อมูล HS2017 ของกรมศุลกากรช่วง 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) ทำการแยกชนิดและประเภทผลไม้ที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรองออกตามพิกัด 8 หลักและ 11 หลัก ดังภาคผนวก ข 5 - 1 และภาคผนวก ข 5 - 2 ตามลำดับ เพื่อให้เห็นชนิดของผลไม้ได้ชัดเจน พบว่าสามารถแยกออกได้เป็นผลไม้จำนวน 25 ชนิด แต่เนื่องจากข้อมูลการส่งออกผลไม้ในแต่ละปีมีความแปรปรวนสูงมาก การคำนวณอัตราการเติบโตของการส่งออกในช่วง 5 ปี จึงใช้การแปลงข้อมูลด้วยวิธีค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ (Moving Average) 2 ปี แล้วคำนวณหาอัตราการเติบโตด้วยวิธี Compound Annual Growth Rate (CAGR) สำหรับมูลค่าการส่งออก ใช้ค่าเฉลี่ย 5 ปี เพื่อลดความแปรปรวนของข้อมูลในแต่ละปี แสดงผลใน ภาพที่ 6

ภาพที่ 6 ชนิดและประเภทผลไม้ที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรอง ตามพิกัด 8 หลักและ 11 หลักชนิดและประเภทผลไม้ที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรอง ตามพิกัด 8 หลักและ 11 หลัก



หมายเหตุ ในภาพ แกน X แสดงค่าสัดส่วนของมูลค่าการส่งออก แกน Y แสดงอัตราการเติบโต และมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยต่อปี (ล้านบาท) แสดงด้วยขนาดของวงกลม

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลของกรมศุลกากร ช่วงปี พ.ศ. 2560-2564

กล่าวคือ ผลไม้ที่มีศักยภาพสูง คือ ผลไม้ที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูง มีสัดส่วนในการส่งออกสูง และมีมูลค่าเฉลี่ยต่อปีสูง ที่เรียกว่า “กลุ่ม Star” ได้แก่ ทุเรียน ที่อยู่ในระดับ Super Star และผลไม้ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ คือ ประเภทผลไม้ที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูง แต่มีสัดส่วนในการส่งออกต่ำ และมีมูลค่าเฉลี่ยต่อปีต่ำ ที่เรียกว่า “กลุ่ม Rising Star” ซึ่งอยู่กรอบด้านซ้ายบนของภาพ สินค้ากลุ่มนี้สามารถที่จะพัฒนาให้มีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น องุ่นแห้ง ส้มโอ ขนุน มะขามอบแห้ง และทุเรียนอบแห้ง เป็นต้น ผลไม้ในกลุ่มนี้มีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าได้สูงหากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเพียงพอ

จากภาพแสดงให้เห็นว่าในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา แม้ว่าจะอยู่ในช่วงวิกฤตของโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) การขนส่งสินค้าไม่สะดวกและค่าระวางขนส่งทางเรือเพิ่มขึ้นสูงมาก แต่ผลไม้ส่งออกส่วนใหญ่ของไทยยังคงมีอัตราการเติบโตดี โดยเฉพาะทุเรียน มังคุด มะม่วง มะพร้าว และผลหมากที่มีอัตราการเติบโตอยู่ในระดับเลข 2 หลัก สำหรับกลุ่มผลไม้สดได้แก่ ขนุน เงาะ และมะขามสดก็ยังคงเติบโตได้ต่อเนื่องแม้ว่าสัดส่วนของมูลค่า

ในการส่งออกผลไม้สดแต่ละประเภทยังคงต่ำ คงมีเพียงลำไยสดที่มีอัตราการเติบโตต่ำ และลำไยอบแห้งซึ่งมีอัตราการเติบโตดี แต่ยังคงมีปริมาณการส่งออกสูงอยู่

สำหรับสินค้าที่มีศักยภาพรอง คงมีเฉพาะกล้วยและมะม่วงหิมพานต์เท่านั้นที่มีอัตราการเติบโตดี เนื่องจากต้องเผชิญการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน แต่อย่างไรก็ตาม สินค้าที่มีศักยภาพรองส่วนใหญ่ยังมีอัตราการเติบโตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทุเรียนแห้ง ซึ่งมียอดการเติบโตสูงสุด คือมากกว่าร้อยละ 60 ต่อปี ส่วนผลไม้ศักยภาพรองอื่นๆ อาทิ ส้มโอ สับปะรด และกล้วยหอม ล้วนอยู่ในกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตดีพอสมควร แม้ว่ายังคงมีส่วนในการส่งออกน้อยอยู่ก็ตาม แต่หากยังคงอัตราการเติบโตในระดับนี้ ก็จะสามารถพัฒนาขึ้นเป็นผลไม้ส่งออกที่มีศักยภาพระดับนำได้ในระยะเวลาอีก 4-5 ปีข้างหน้า

อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่าผลไม้อบแห้งและผลไม้แช่แข็งก็เป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทุเรียนแช่แข็ง มะม่วงแช่แข็ง มะม่วงอบแห้ง และมะขามอบแห้ง ซึ่งสามารถจะพัฒนาให้เป็นผลไม้ส่งออกที่มีศักยภาพระดับนำในตลาดใหม่ๆ ต่างประเทศ เนื่องจากสามารถส่งออกไปยังภูมิภาคที่มีระยะห่างไกลจากประเทศไทยได้

2.4 การประชุมระดมสมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกผลไม้

การประชุมระดมสมอง ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางด้านผลไม้ ผู้ส่งออกและผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกผลไม้เพื่อให้ผู้มีความรู้และประสบการณ์โดยตรงได้ให้ข้อคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจขั้นสุดท้ายก่อนการกำหนดชนิดของผลไม้เป้าหมายในการส่งออกของไทย สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ผู้ร่วมประชุมระดมสมองเห็นด้วยกับผลการวิเคราะห์หาชนิดและประเภทผลไม้ที่คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์มาแล้ว ซึ่งได้แก่ ทุเรียน ลำไย มังคุด มะพร้าว หมากรุก มะม่วง ขนุน มะขาม ส้มโอ สับปะรด ยกเว้น ทุเรียน รวมถึงเห็นด้วยที่จะไม่เน้นการขับเคลื่อนการยกระดับกล้วยและเมล็ดมะม่วงหิมพานต์เนื่องจากต้องแข่งขันสูงกับประเทศอาเซียนที่มีศักยภาพสูงกว่า แต่ยังคงจัดลำดับความสำคัญด้วยการพิจารณาแนวโน้มการส่งออก สภาพการแข่งขัน และปัจจัยอื่นที่จะทำให้การส่งออกเติบโต ทั้งนี้มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับผลไม้ชนิดดังกล่าว รายละเอียดแสดงดังภาคผนวก ข 6 โดยสรุปส่วนสำคัญของข้อเสนอแนะได้ดังนี้

2.4.1 โอกาสทางการตลาดต่างประเทศและมาตรการรองรับ

ประเภทของผลไม้ที่มีโอกาสทางการตลาดในมุมมองของผู้ประกอบการ ได้แก่

- ลำไย ยังมีความต้องการลำไยจากไทย
- มะพร้าวอ่อน ขยายตัวเร็วมาก
- มะม่วงน้ำดอกไม้ โดดเด่น เชียวสวยและทองดำ มีโอกาสเข้าสู่ตลาด
- ขนุน มีความต้องการซื้อสูง ส้มโอ ตลาดในจีนกำลังเติบโต หมากรุก สหรัฐอเมริกาก็นำเข้าเพื่อเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรม
- มะขามหวาน แบบทั้งฝักในญี่ปุ่น จีน อินเดีย แต่มีปัญหาเชื้อรา ส่วนมะขามอบแห้งเกาะ

เปลือกและเมล็ด ตลาดญี่ปุ่นไม่ค่อยเป็นที่นิยม ต้องหาทางแก้ไข

- ทูเรียนสดและแช่แข็ง คงยังครองตลาดไปอีกหลายปี
- มังคุด ยังมีความต้องการและเติบโต แต่มีแนวโน้มการโค่นมังคุดมาปลูกทุเรียนทำให้ผลผลิตมังคุดลดน้อยลง ภาครัฐควรมีนโยบายรักษาพื้นที่ปลูกมังคุดและมีมาตรการแก้ไขปัญหาคัดค้านที่ชัดเจน
- องุ่นแห้ง องุ่นไม่เป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงของไทย ขยายตลาดการส่งออกได้ยาก

2.4.2 การพัฒนาคุณภาพเพื่อสนับสนุนการขยายตลาด

ผู้ร่วมระดมสมองเสนอความเห็นด้านการพัฒนาเพื่อขยายตลาดไว้ดังนี้

- หากมีผลไม้คุณภาพดีจำนวนมาก ผู้ส่งออกย่อมหาตลาดได้ง่าย
- ขาดระบบสนับสนุนการแก้ไขปัญหาเรื่องโรคในผลไม้ หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบควรให้การสนับสนุนทั้งเชิงองค์ความรู้ทางวิชาการ เครื่องจักรเครื่องมือ และเชิงระบบ
- จำเป็นต้องมีการพัฒนาและวิจัยเพื่อแก้ปัญหา Anthracnose เนื้อในมีโพรงดำ และปัญหาต่อมน้ำมัน ในมะม่วง
- ผู้ส่งออกซึ่งส่วนใหญ่คือล้งชาวจีน ผู้ส่งออกแต่ละรายใช้สารป้องกันเชื้อราที่มีส่วนประกอบแตกต่างกันและไม่ได้มาตรฐาน ควรจะได้มีการควบคุมและแนะนำสารที่มีสูตรของส่วนผสมที่เหมาะสม มีมาตรฐาน (น้ำยาป้ายข้าว)
- ควรมีการพัฒนาเครื่องมือตรวจให้พบมังคุดเนื้อแก้ว-ยางไหล ณ สถานที่รับซื้อ (ล้ง)
- ขาดองค์ความรู้เรื่องการควบคุมอุณหภูมิในตู้คอนเทนเนอร์เพื่อยืดอายุและรักษาคุณภาพผลไม้ระหว่างการขนส่งที่ถูกต้องชัดเจน

2.4.3 การขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของการแข่งขันในการส่งออกผลไม้

ผู้ร่วมระดมสมองเสนอความเห็นไว้ดังนี้

- การขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของเงื่อนไขการส่งออกผลไม้ซึ่งเป็นสินค้าเน่าเสียง่าย ปัจจัยอื่นนับว่าเป็นรอง
- ผลไม้สดหากส่งทางไกลผู้ส่งออกจะเสี่ยงสูง ภาครัฐควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่จะช่วยให้มีการรักษาสภาพความสดของผลไม้ให้นานขึ้นในระหว่างขนส่งเพื่อการส่งออกไปประเทศที่ไกลมากขึ้น และผลไม้ที่มีการแปรรูปเบื้องต้นหรือผลไม้ที่มีการเก็บรักษาเพื่อไม่ให้เน่าเสีย
- การขนส่งผลไม้สดทางเครื่องบินเป็นทางเลือกสุดท้ายเพราะต้นทุนสูง การขนส่งไปประเทศเพื่อนบ้านและจีน การขนส่งทางรถบรรทุกทุกภาคควรมีเวลาได้แม่นยำและสะดวก การขนส่งทุเรียนไปจีนเริ่มใช้รถไฟ แต่ยังไม่มีความไม่สะดวกและค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนหัวลากยังสูง รอบการเปลี่ยนตู้ขนส่งแต่ละรอบช้า การขนส่งด้วยรถไฟไปจีนยังเป็นเรื่องใหม่ที่ต้องเร่งศึกษา การส่งไปแผ่นดินใหญ่ทางเรือจึงยังคงเป็นทางเลือกสำคัญ
- การขนส่งผลไม้ทางรถบรรทุกไปมณฑลยูนนานของจีน มี 2 ทางคือ ด้านเชียงของเข้าบ่อหาน หรือด่านนครพนมเส้น R12 ผ่านเวียดนามเข้าด่านผิงเสียงของจีน ส่วนทางรถไฟคือหนองคาย-เวียงจันทน์-บ่อหาน
- การขยายตลาดในจีนเพิ่มได้คือการเจรจาให้จีนยอมรับการขนส่งผลไม้โดยเฉพาะทุเรียน เข้าสู่

จีนได้โดยไม่จำเป็นต้องขมามาด้วยตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อให้ผู้ค้าส่งรายย่อยของจีนสามารถรับสินค้าที่สถานีขนถ่ายสินค้าตามชายแดนจีนกับประเทศเพื่อนบ้าน ทูเรียนจะถึงมือผู้บริโภคได้เร็วขึ้น

2.4.4 การเจรจาเปิดตลาดและต่อรองเงื่อนไขการนำเข้าเพื่อขยาย แลกเปลี่ยน และปกป้องตลาด

ผู้ร่วมระดมสมองเสนอความเห็นไว้ดังนี้

- ควรเจรจาแบบแลกเปลี่ยนรายการสินค้า เช่น อูซเบกิสถาน ต้องการเจรจาเปิดตลาดกับไทย เพราะต้องการนำเข้าผลไม้จากไทยและต้องการส่งออกกุ้งแก่ไทย
- ในการขนส่งผลไม้ทางบกมีโอกาสลักลอบนำผลไม้จากประเทศอื่นมาสวมสิทธิ์ว่าเป็นผลไม้จากไทย ภาครัฐควรเตรียมกลไกเพื่อปกป้องตลาด
- การขนส่งทางบก ภาครัฐควรริเริ่มขอเจรจาเพื่อกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ที่ต้องขนส่งผ่านก็จะลดขั้นตอน ลดต้นทุน และอาจลดการเสียค่าธรรมเนียม
- ภาครัฐควรต้องทราบและติดตามความเคลื่อนไหวในข้อกำหนดหรือกฎระเบียบของประเทศนำเข้า รวมทั้งกฎระเบียบเกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐาน และแจ้งให้ผู้ส่งออกไทยทราบและปฏิบัติตาม หรือเจรจาเปิดตลาดหากเห็นว่ากฎระเบียบนั้นเป็นอุปสรรคการค้าผลไม้ไทย

2.4.5 ใช้เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อรักษาคุณภาพของผลไม้

ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงขั้นตอนปฏิบัติในขบวนการหลังการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้อง เช่น การป้องกันโรค Anthracnose ด้วยวิธี Hot Dip หรือ การป้องกันเชื้อราด้วยสารเคมีที่กำหนดเป็นมาตรฐาน การควบคุมและรักษาอุณหภูมิเพื่อยืดอายุหลังการเก็บเกี่ยวในช่วงหลังการเก็บเกี่ยวและตลอดการขนส่ง เช่น การทำ Pre-cooling หลังการเก็บเกี่ยวทันที และการควบคุมอุณหภูมิในการเก็บรักษาและการขนส่ง (Cold Chain Management) การใช้สารเคมีและเทคโนโลยีในการควบคุม ป้องกัน และกำจัดแมลงตามมาตรฐานของประเทศปลายทาง

2.4.6 การแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านต้องติดตามและเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด

หลายประเทศในอินโดจีนกำลังจะเป็นคู่แข่งสำคัญในการส่งออกผลไม้ไปตลาดโลก เช่น เมียนมาร์ได้นำเข้ามะพร้าว น้ำหอมหลายแสนตันเพื่อปลูกเก็บผลส่งออก และนำเข้าต้นกล้วยไปปลูกนับล้านต้นเช่นกัน การส่งออกทุเรียนไปจีนจะต้องพบกับการแข่งขัน เพราะเวียดนาม มาเลเซีย เกาหลีเหนือ ต่างก็ปลูกทุเรียนแล้วเช่นกัน มีสัญญาณว่าจะมีทุเรียนจากประเทศอื่นเข้าแข่งขันสูงขึ้นในตลาดจีนในช่วงเวลาอันใกล้

2.4.7 พัฒนาสายพันธุ์เพื่อการส่งออกเพิ่มเติม

ควรมีการพัฒนาหรือคัดเลือกสายพันธุ์ผลไม้ที่แข่งขันได้เพิ่มเติมรองรับตลาดในอนาคต

2.4.8 การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายต้องเน้นคุณภาพที่โดดเด่น

- สิ่งไทยควรทำคือทำให้ทุเรียนไทยเป็นทุเรียน premium มีคุณภาพสูงโดยไม่กระทบราคา ก็จะทำให้ทุเรียนไทยอยู่ในฐานะที่จะแข่งขันได้
- ในการส่งเสริมการขายเพื่อขยายตลาด ควรใช้กลยุทธ์การตลาดที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจว่า

ผลไม้ไทยมีคุณภาพสูง ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคต้องการซื้อผลไม้ที่มีคุณภาพ ก็จะนึกถึงผลไม้ไทยทันที

2.4.9 ระบบการบริหารจัดการผลไม้เพื่อบ่มเน้นการขยายตลาดส่งออก

- ปริมาณผลผลิตผลไม้แต่ละชนิดในแต่ละพื้นที่ก็ยังเป็นข้อมูลที่หายาก ไม่มีการรวบรวมและเปิดเผยข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในทางการค้า ควรมีการบริหารจัดการเรื่องข้อมูลเหล่านี้เพื่อให้ผู้ส่งออกมุ่งหาตลาดได้อย่างมั่นใจ และแก้ปัญหาผลไม้ภายในล้นตลาด

- กรณีได้สิทธิประโยชน์พิเศษ เช่น ญี่ปุ่นให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรให้แก่การนำเข้ากล้วยและสับปะรดจากไทยจำนวน 300 ตันเฉพาะปีนี้ (2566) แต่ยังไม่มีการส่งออกมายื่นขอใช้สิทธิจากกรมการค้าต่างประเทศ จึงควรต้องเร่งการขับเคลื่อนการทำงานเชิงรุก

2.5 กำหนดชนิดของผลไม้เป้าหมายในการยกระดับการส่งออกของไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบยืนยันใน 3 รูปแบบข้างต้น กล่าวคือ การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขัน ด้วย (1) วิธี NRCA (2) วิธีจัดกลุ่มข้อมูลการส่งออกด้วย Dendrogram และวิธี Export Similarity Index และ (3) การระดมสมองจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมส่งออกผลไม้ สามารถสรุปผลการกำหนดชนิดของผลไม้เป้าหมายในการยกระดับการส่งออกของไทยได้ดังนี้

- ผลไม้เป้าหมายหลักในการยกระดับศักยภาพการส่งออก (ปัจจุบันมูลค่าการส่งออกเกินกว่า 2,000 ล้านบาทต่อปี) 6 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน ลำไย มังคุด มะพร้าว มะม่วง ส้มโอ³

- ผลไม้เป้าหมายรองในการยกระดับศักยภาพการส่งออก (ปัจจุบันมูลค่าการส่งออก 160-600 ล้านบาทต่อปี) มี 4 ชนิด ได้แก่ หนาก ขนุน มะขาม สับปะรด

³ มูลค่าต่ำกว่า 2,000 ล้านบาทต่อปี แต่อัตราการเติบโตสูงในระดับ 2 หลัก และกำลังเป็นที่นิยมในจีน

บทที่ 3 สถานภาพการผลิตของผลไม้เป้าหมาย

3.1 สถานภาพทั่วไปของการผลิตผลไม้เป้าหมาย

จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลไม้เป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการส่งออกทั้ง 10 ชนิด กล่าวคือ ผลไม้เป้าหมายหลัก 6 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน ลำไย มังคุด มะพร้าว มะม่วง ส้มโอ และผลไม้เป้าหมายรอง 4 ชนิด ได้แก่ หมวก ขนุน มะขาม สับปะรด จากการค้นคว้า สืบค้น สัมภาษณ์ สามารถสรุปประเด็นสำคัญของปัญหาในการผลิตและส่งออกในรายชนิดได้ดังนี้

3.1.1 ทุเรียน

ทุเรียนสดเป็นผลไม้ที่นำรายได้เข้าประเทศสูงสุด ในปี พ.ศ. 2565 ไทยส่งออกทุเรียนทั้งสิ้น 110,146 ล้านบาท มูลค่าการส่งออกทุเรียนเพิ่มสูงขึ้นทุกปีและเพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่สูงมาก มูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2561 สูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ในอัตราร้อยละ 36 แต่มูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2565 สูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2564 เพียงในอัตราร้อยละ 0.9 เท่านั้น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วก่อนหน้านี้มาจากการที่จีนเพิ่มการนำเข้าจากไทยเป็นหลัก จีนยังคงเป็นประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญที่สุดในปัจจุบัน ในปี พ.ศ. 2565 ไทยส่งออกทุเรียนไปจีน 106,041 ล้านบาท สัดส่วนการส่งออกไปจีนเท่ากับร้อยละ 96 ของการส่งออกทั้งหมด อย่างไรก็ตาม จีนอนุญาตการนำเข้าทุเรียนจากเวียดนามแล้วเมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. 2564 จากนั้นความต้องการทุเรียนจากเวียดนามก็สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี พ.ศ. 2565 จีนเพิ่มการนำเข้าจากเวียดนามสูงถึงอัตราร้อยละ 65,289 (เพิ่มจากปี พ.ศ. 2564 นำเข้า 3 แสนเหรียญสหรัฐ และปี พ.ศ. 2565 จีนนำเข้าเป็น 188 ล้านเหรียญสหรัฐ) ในขณะที่นำเข้าจากไทยเติบโตในอัตราติดลบ คือลดลงในอัตราร้อยละ 8.5 และในปี พ.ศ. 2566 จีนนำเข้าจากเวียดนามเพิ่มเป็น 2,138 ล้านเหรียญสหรัฐ อัตราการเติบโต 1,036.8% แต่ก็นำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.8

ส่วนในด้านการผลิตพบว่าเกษตรกรลงทุนปลูกทุเรียนกันมากขึ้น ทั้งเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนเป็นอาชีพหลักอยู่เดิมและเกษตรกรที่เดิมปลูกอย่างอื่นแต่หันมาใช้พื้นที่เดิมนั้นปลูกทุเรียนแทนเนื่องจากความเติบโตของตลาดในช่วงก่อนหน้านี้

ปัญหาในการใช้สารเคมี

จากข้อมูลของกรมวิชาการเกษตร ในช่วงปี 2561-2565 เอกสารรับรองสุขอนามัย (Health certificate) ของผลไม้ไทยที่ส่งออกไปยัง จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน ออสเตรเลีย สหภาพยุโรปและสวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา ได้รับการปฏิเสธ (Refusal) เนื่องจากตรวจพบสารเคมีหรือเชื้อจุลินทรีย์ โดยผลไม้ประเภททุเรียนถูกตรวจพบสารเคมีประเภทต่างๆ มากถึง 26 ครั้ง ที่สำคัญได้แก่ Procymidone สารป้องกันและกำจัดโรคพืชที่เกิดจากเชื้อรา ถูกตรวจพบจำนวน 15 ครั้ง และ Metalaxyl สารป้องกันกำจัดโรคพืชประเภทตุ่มขึ้น ถูกตรวจพบจำนวน 3 ครั้ง จึงสรุปได้ว่าปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อคุณภาพและมาตรฐานของผลไม้ไทยที่สำคัญประการหนึ่งคือ การใช้สารเคมี จึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสำคัญในการควบคุม กำกับ การสร้างความเข้าใจและความตระหนักในความเสี่ยง ความเสียหายและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ทั้งแก่เกษตรกร ผู้ส่งออกและเจ้าหน้าที่ผู้ตรวจสอบตลอดห่วงโซ่การผลิตในเรื่องข้อกำหนดการห้ามใช้สารเคมีต่างๆ ของประเทศนำเข้า

ปัญหาด้านคุณภาพ

การตัดทุเรียนอ่อนและทุเรียนมีหนอนเป็นปัญหาสำคัญในด้านคุณภาพของทุเรียน โดยมีปัจจัยจากการขาดแคลนแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในการเลือกตัดทุเรียน ปัจจัยการคัดเลือกและตรวจสอบคุณภาพของเนื้อในทุเรียน ทำให้มีผลกระทบต่อ การส่งออกมาก ปัจจุบันยังขาดเทคโนโลยี อุปกรณ์ ที่จะนำมาใช้ทดแทนแรงงานคน ขาดระบบคัดเลือกทุเรียนในปริมาณสูง การเร่งรัดการบริหารจัดการสวนภาคใต้ จึงเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญในการจัดการและแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วนและจริงจัง

ปัญหาด้าน Treatment

การส่งออกทุเรียนผลสดไปยังสหรัฐอเมริกาจำเป็นต้องแช่น้ำยาเพื่อป้องกันเชื้อรา แต่เป็นข้อห้ามของทางการสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยจึงไม่สามารถส่งออกได้

บางประเทศไม่อนุญาตให้ส่งผลสดเข้าประเทศได้เนื่องจากปัญหาเรื่องแมลงและโรค ต้องส่งเป็นทุเรียนที่ปอกแล้วหรือทุเรียนแช่แข็ง ซึ่งต้องขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ที่ควบคุมอุณหภูมิเท่านั้น จึงเป็นข้อจำกัดอย่างหนึ่ง แต่ไทยควรเพิ่มการผลิตทุเรียนแช่แข็งซึ่งเป็นสินค้าผลไม้ที่มีปริมาณและมูลค่าการค้าสูงแต่ไทยยังส่งออกน้อย

ปัญหาด้านโลจิสติกส์

มีปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ ทำให้ทุเรียนต้องรอการขนส่ง จนเกิดความเสียหาย

ปัญหาการแข่งขันในตลาดส่งออก

หลายประเทศในภูมิภาคอาเซียนสามารถส่งออกทุเรียนไปจีนได้แล้ว และบางประเทศเช่นลาวและเวียดนามมีต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำกว่าไทย อีกทั้งปัจจุบันจีนก็ปลูกทุเรียนเองได้เช่นกัน จึงส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย ที่ทำให้ไทยต้องมีการแข่งขันเพิ่มขึ้น เช่น การควบคุมคุณภาพให้สูงขึ้นและสม่ำเสมอ หรือการหาตลาดใหม่ หรือการหาตลาดแหล่งใหม่ในจีน เป็นต้น

3.1.2 ลำไย มะขาม ขนุน (HS 081090)

การส่งออกผลไม้ภายใต้พิกัดศุลกากรนี้ในปี 2565 อยู่ที่ 21,127 ล้านบาท ส่วนใหญ่ร้อยละ 85 เป็นลำไยสด รองลงมาเป็นขนุน ร้อยละ 2.3 และ มะขามร้อยละ 2.2

ในปี 2565 ไทยส่งออกลำไยสดไปจีน 12,659 ล้านบาทหรือร้อยละ 73 ของการส่งออกลำไยทั้งหมด ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 37 ของมูลค่าการนำเข้าลำไยทั้งหมดของจีน ในปี 2565

ส่วนขนุน จีนก็เป็นตลาดสำคัญเช่นกัน โดยนำเข้าจากไทยในปี พ.ศ. 2565 ด้วยมูลค่า 346 ล้านบาทหรือร้อยละ 80 ของการส่งออกทั้งหมด

3.1.3 ลำไยสด

ตลาดสำคัญสำหรับลำไยสดคือจีน ในปี 2565 ไทยส่งออกลำไยสดไปจีน 12,659 ล้านบาทหรือร้อยละ 73 ของการส่งออกลำไยทั้งหมด ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาไทยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 40 แต่ยัง

เป็นรองจากเวียดนามซึ่งมีส่วนแบ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 55 สำหรับตลาดสำคัญของไทยรองลงมาคืออินโดนีเซีย ซึ่งไทยส่งออกในปี 2565 มูลค่า 2,078 ล้านบาท และมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 93 อย่างไรก็ตาม อินโดนีเซียได้เริ่มใช้นโยบาย “จำกัดการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ” ตั้งแต่มิถุนายน 2565 ทำให้การขยายตลาดของไทยคงต้องประสบปัญหาในอนาคต สำหรับเวียดนาม ซึ่งในปี พ.ศ. 2560 เคยนำเข้าจากไทยสูงถึง 11,677 ล้านบาท แต่ในปี พ.ศ. 2565 เหลือเพียง 858 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตลดต่ำลงอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 33.4 ต่อปี ทั้งนี้มีความเป็นไปได้ว่าเวียดนามเคยนำเข้าผลไม้ชนิดนี้ของไทยเพื่อส่งออกต่อไปยังตลาดจีน แต่ปัจจุบันเวียดนามสามารถผลิตและส่งออกได้เองแล้ว จึงกลายมาเป็นคู่แข่งของไทยในการส่งออกผลไม้ชนิดนี้

ทั้งนี้ สอดคล้องกับการวิเคราะห์ด้วยวิธี Export Similarity Index (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก) ซึ่งพบว่าผลไม้ประเภทลำไย ขนุน และมะขามสด (081090) ของไทยต้องประสบกับการแข่งขันในการส่งออกกับประเทศเพื่อนบ้านสูงมาก จึงควรกระจายความเสี่ยงด้วยการขยายการส่งออกผลไม้ประเภทอื่นที่ยังมีการแข่งขันน้อย ได้แก่ ส้มโอ (080540) สับปะรด (080430) และทุเรียน สับปะรด มะม่วงแช่เย็นจนแข็ง (081190) หรือกระจายไปยังตลาดใหม่ๆ อาทิ UAE สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส ให้มากขึ้น

ปัญหาในการใช้สารเคมี

รายงานของกรมวิชาการเกษตร ในช่วงปี 2561-2565 ประเทศผู้นำเข้ามีการตรวจพบสารเคมีในลำไยสดที่นำเข้าจากไทยจำนวน 3 ครั้ง คือ ยาฆ่าแมลง Carbofuran จำนวน 2 ครั้ง และสารกำจัด Omethoat จำนวน 1 ครั้ง แต่ในลำไยอบแห้ง มีการตรวจพบสารเคมีมากถึง 11 ครั้ง ได้แก่สารป้องกันและกำจัดเชื้อรา Carbendazim จำนวนถึง 10 ครั้ง และยาฆ่าแมลง Chlorpyrifos อีก 1 ครั้ง แต่เป็นการตรวจพบก่อนวันที่ประเทศไทยห้ามใช้สารเคมีดังกล่าว

ปัญหาการรวมวันลำไยสดด้วยสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์

การรวมวันด้วยสารดังกล่าวทำให้ผิวลำไยสวย ลดการเน่าเสีย แต่ก็มีสารตกค้างที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ผู้นำเข้าแต่ละประเทศจึงมีกำหนดแตกต่างกัน อาทิ ประเทศจีนกำหนดไว้ต้องไม่เกิน 50 ppm ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย กำหนดไว้ต้องไม่เกิน 30 ppm ประเทศสหรัฐฯ กำหนดไว้ต้องไม่เกิน 10 ppm และประเทศแคนาดา ไม่ยอมให้มีสารนี้เลย

ปัญหาในการขอใบรับรอง GAP

เกษตรกรบางรายไม่ต้องการขอใบรับรอง GAP เนื่องจากปลูกในพื้นที่ป่าสงวน และบางแปลงต้องให้เอกชนเป็นผู้ตรวจซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง

ปัญหาด้านคุณภาพ

ประเทศออสเตรเลียและสหรัฐฯ เปิดตลาดลำไยให้ไทยมาระยะหนึ่งแล้ว แต่เนื่องจากเกษตรกรและผู้ประกอบการส่งออกไม่สามารถรักษามาตรฐานทั้งในเรื่องของสารตกค้าง โดยเฉพาะเรื่องค่ากำมะถัน และคุณภาพของสินค้าได้ จึงแทบไม่มีการส่งออกไปยังประเทศดังกล่าว

ปัญหาการแข่งขันในตลาดส่งออก

ความต้องการลำไยในตลาดจีนมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากปัจจุบันจีนสามารถปลูกได้เองและเก็บเกี่ยวในช่วงเวลาเดียวกันกับของไทย

3.1.4 มะขาม

ปัญหาในการใช้สารเคมี

เกษตรกรมะขามหวาน ต้องฉีดสารเคมีบ่อยครั้งเพื่อป้องกันแมลง แต่ยังไม่พบข้อมูลว่ามีการตรวจพบสารเคมีตกค้าง คงมีเพียงปัญหาเรื่องฝุ่นละอองบนฝักมะขามที่ส่งไปยังสหรัฐฯ เมื่อเร็ว ๆ นี้

ปัญหาในการขอใบรับรอง GAP

เนื่องจากมะขามหวานบางส่วนปลูกอยู่ในพื้นที่ซึ่งไม่มีเอกสารสิทธิ์ เกษตรกรไม่ขอการรับรอง GAP ผู้ส่งออกจึงใช้วิธีการสวมสิทธิ์ โดยใช้เอกสาร GAP เพียงใบเดียวแต่มีปริมาณผลผลิตจากหลายแปลง ส่งผลให้มีผลผลิตจากแปลงที่ไม่ได้รับการรับรอง GAP ออกไปยังตลาดต่างประเทศ

ปัญหาด้านคุณภาพ

การเก็บมะขามหวานจำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในการเลือกเก็บมะขามที่แก่ ซึ่งช่วงเวลาที่มะขามหวานสุกพร้อมกันหลายแปลงทำให้ขาดแคลนแรงงานที่เชี่ยวชาญ จึงมักจะมีมะขามหวานที่ไม่ได้คุณภาพสำหรับการส่งออกด้วย นอกจากนั้นในการคัดเกรดมะขามยังต้องใช้แรงงาน และในการคัดเกรดความหวานยังใช้ผู้เชี่ยวชาญสุ่มชิม เนื่องจากมะขามจากแต่ละสวนมีความหวานไม่เท่ากัน จึงมีความจำเป็นต้องวิจัยและพัฒนาอุปกรณ์ในการคัดเกรดเพื่อลดการใช้แรงงาน มะขามหวานมักเกิดเชื้อราในฝัก รวมทั้งแมลงที่เจาะเข้าไปในฝัก ปัจจุบันยังไม่มีอุปกรณ์ตรวจหาศัตรูพืชเหล่านี้ภายในฝัก ทำให้มีปัญหาในเรื่องคุณภาพ

ปัญหาการแข่งขันในตลาดส่งออก

ตลาดสหรัฐฯ นำเข้ามะขามจากประเทศเม็กซิโก แต่มะขามหวานของไทยซึ่งส่งไปยังสหรัฐฯ ได้โดยไม่ต้องฉายรังสี สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากมีรสชาติหวานหรือหวานอมเปรี้ยวต่างจากมะขามเม็กซิโก มีคำสั่งซื้อมะขามหวานจากฮ่องกงแต่ต้องการคุณภาพที่หวานเพียงอย่างเดียว ซึ่งเกษตรกรยังไม่มีอุปกรณ์ในการคัดเกรดความหวาน

ในการส่งออก ผู้ประกอบการส่งออกจะเป็นผู้คัดเกรดเอง และนำไปรมยาเพื่อป้องกันเชื้อราและแมลงศัตรูพืช โดยเกษตรกรไม่ทราบสูตรของยา แล้วแพ็คใส่กล่องเอง เกษตรกรจึงไม่มีส่วนร่วมในการคัดคุณภาพและมาตรฐานสำหรับการส่งออก

3.1.5 ขนุน

ปัจจุบันจีนสามารถปลูกขนุนได้เองและมีคุณภาพที่ไม่ต่างกัน ซึ่งจะทำให้ความต้องการในตลาดส่งออกลดลง ขนุนอาจแปรรูปเพื่อการส่งออกได้ดี แต่เกษตรกรยังขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนาและทดสอบตลาดขนุนแปรรูป

ปัญหาในการใช้สารเคมี

จากข้อมูลของกรมวิชาการเกษตรในช่วงปี 2561-2565 ประเทศผู้นำเข้าตรวจพบสารเคมีจำนวน 2 ครั้ง โดยเป็นยาฆ่าแมลง Chlorpyrifos จำนวน 1 ครั้ง ซึ่งเป็นยาฆ่าแมลงที่ไทยประกาศห้ามใช้แล้ว แต่เป็นการตรวจพบก่อนการประกาศห้ามใช้ และการตรวจพบอีกครั้งหนึ่งเป็นสารกำจัดศัตรูพืช ประเภท Omethoate

ปัญหาในการขอใบรับรอง GAP

ในข้อกำหนดของการตรวจแปลงเพื่อขอรับการขึ้นทะเบียน GAP เกษตรกรต้องเก็บเกี่ยวผลผลิตให้ได้ก่อน แต่ผลผลิตแปลงต่างๆ ของเกษตรกรออกพร้อมกัน ทำให้ขาดแคลนเจ้าหน้าที่ในการเข้ามาตรวจเพื่อรับรอง

ปัญหาด้านคุณภาพ

โรคเชื้อราสนิม เป็นปัญหาที่สำคัญที่สุดในการผลิตขนุน ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีสารเคมีหรือวิธีการอื่นมาป้องกันส่งผลให้คุณภาพของขนุนลดลง

ปัญหาการแข่งขันในตลาดส่งออก

การปลูกขนุนได้รับผลกระทบจากความแปรปรวนของสภาวะอากาศ โดยเฉพาะในกรณีที่ฝนทิ้งช่วง ทำให้ต้นขนุนมีดอกและออกผลไม่ปกติ ทำให้ปริมาณการส่งออกไม่แน่นอน

3.1.6 มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง (HS 081090)

การส่งออกผลไม้ภายใต้พิกัดศุลกากรนี้ในปี 2565 มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 18,032 ล้านบาท ส่วนใหญ่ร้อยละ 82.8 เป็นการส่งออกมังคุด รองลงเป็นการส่งออกมะม่วงสด ร้อยละ 12.1 และมะม่วงแห้ง ร้อยละ 4.4

มังคุดสดเป็นผลไม้ที่ทำรายได้เข้าประเทศถึง 13,532 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2565 โดยไทยส่งออกไปจีนด้วยมูลค่า 12,500 ล้านบาท หรือร้อยละ 92 ของการส่งออกมังคุดทั้งหมด

มะม่วงสดมีมูลค่าส่งออกสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2565 โดยไทยส่งออกไปมาเลเซียสูงสุดถึง 1,358 ล้านบาท โดยไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในมาเลเซียมากกว่าร้อยละ 80 และการขนส่งมะม่วงสดจากไทยไปมาเลเซียเป็นการขนส่งทางถนนและรางร้อยละ 98.8

สำหรับมะม่วงแห้งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกไปยังประเทศที่อยู่ห่างไกลจากประเทศไทย เช่น ประเทศใน EU

3.1.7 มังคุด

ปัญหาในการใช้สารเคมี

เช่นเดียวกับทุเรียน จากข้อมูลของกรมวิชาการเกษตร ในช่วงปี 2561-2565 ประเทศผู้นำเข้าตรวจพบสารเคมี 9 ครั้ง ที่สำคัญคือ Chlorpyrifos จำนวน 3 ครั้ง ซึ่งเป็นยาฆ่าแมลงที่ประเทศไทยห้ามมิให้นำมาใช้แล้วตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563 และจะต้องไม่พบการตกค้างในสินค้าเกษตร อย่างไรก็ตาม สหภาพยุโรป

ได้ตรวจพบสารเคมีประเภทนี้ในมังคุดที่นำเข้าสหภาพยุโรปเมื่อปี 2565 จึงแสดงให้เห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการส่งออกผลไม้ของไทย คือความรู้และความเข้าใจของเกษตรกรในเรื่องการใช้ยาและสารเคมีสำหรับการกำจัดศัตรูพืช

ปัญหาด้าน Treatment

การส่งมังคุดไปประเทศสหรัฐฯ ต้องมีการฉายรังสี Gamma โดยส่งมังคุดไปที่ทำที่ศูนย์รังสีเพื่อการเกษตร คลอง 5 ปทุมธานี แห่งเดียว และต้องมีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างใกล้ชิด จึงเป็นอุปสรรคสำคัญของผู้ส่งออก

การส่งมังคุดไปประเทศญี่ปุ่นและไต้หวันต้องผ่านการอบไอน้ำ (Vapor Heat Treatment) ทำให้เนื้อมังคุดมีสีม่วงไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

การส่งมังคุดออกไปยังประเทศอื่นๆ ต้องมีการทำความสะอาดใต้ก้นขั้วด้วยลมหรือน้ำหรือใช้แปรงขัดเพื่อมิให้มีแมลงหรือศัตรูพืชติดไปด้วย ซึ่งต้องใช้ความพิถีพิถัน ของแรงงานในการจัดทำสูง

ปัญหาด้านคุณภาพ

ในการเก็บมังคุดจำเป็นต้องอาศัยแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในการคัดเลือกมังคุดที่มีคุณภาพ ซึ่งแรงงานดังกล่าวยังมีจำนวนน้อย ต้องเก็บด้วยไม้สอยทีละผล ในขณะที่มังคุดมีผลขนาดเล็ก จึงใช้เวลาเก็บเกี่ยวต่อน้ำหนักสูง

เกษตรกรยังขาดเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อมังคุด ซึ่งเนื้อในอาจเกิดยางเหลืองหรือเกิดเป็นเนื้อแก้ว ทำให้คุณภาพและมาตรฐานไม่ได้ตามที่ต้องการ

ปัญหาด้านโลจิสติกส์

การส่งออกไปสหรัฐฯ สามารถขนส่งทางเรือต้องใช้เวลาประมาณ 1 เดือน ซึ่งมีผลต่อคุณภาพผลผลิต

3.1.8 มะม่วง มะม่วงอบแห้ง

ปัญหาในการใช้สารเคมี

จากข้อมูลของกรมวิชาการเกษตรในช่วงปี 2561-2565 ประเทศผู้นำเข้าตรวจพบสารเคมี 18 ครั้ง โดยเป็นสารเคมีประเภท Chlorpyrifos/Chlorpyrifos-methyl จำนวนถึง 14 ครั้ง ซึ่งเป็นยาฆ่าแมลงที่ประเทศไทยห้ามมิให้นำมาใช้แล้วตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563 และจะต้องไม่พบการตกค้างในสินค้าเกษตร อย่างไรก็ตามประเทศมาเลเซียได้ตรวจพบสารเคมีประเภทนี้ในมะม่วงจากไทยที่นำเข้าเมื่อปี 2564 จำนวนถึง 7 ครั้ง ประเทศญี่ปุ่นได้ตรวจพบมะม่วงสด (แช่แข็ง) พบสารเคมี Cypermethrin ซึ่งเป็นสารกำจัดแมลง อย่างต่อเนื่องทุกปีจำนวนถึง 5 ครั้ง และสหภาพยุโรปตรวจพบสารเคมีที่ไม่ระบุชื่อ 1 ครั้งในมะม่วงอบแห้ง จึงแสดงให้เห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการส่งออกผลไม้ของไทย คือความรู้และความเข้าใจในเรื่องการใช้ยาและสารเคมีสำหรับการกำจัดศัตรูพืช

ปัญหาด้านคุณภาพ

ในมะม่วงสด (แช่แข็ง) สหภาพยุโรปได้ตรวจพบเชื้อจุลินทรีย์ประเภท Coliform bacteria จำนวน 2 ครั้ง และในมะม่วงอบแห้ง ตรวจพบจำนวน Bacteria Colony เกินค่ามาตรฐาน 2 ครั้ง จึงควรจะต้องสร้างจิตสำนึกให้ผู้ส่งออกคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขภาพของผู้บริโภค

ปัญหาด้าน Treatment

การส่งมะม่วงไปยังญี่ปุ่นและเกาหลีต้องผ่านการอบไอน้ำ เพื่อกำจัดเชื้อโรคและแมลงโดยเฉพาะแมลงวันทอง ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ไทยต้องซื้อจากญี่ปุ่น และต้องมีเจ้าหน้าที่จากญี่ปุ่นมาตรวจสอบคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ปัจจุบันมีโรงอบไอน้ำประมาณ 12 แห่ง แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ เนื่องจากการลงทุนสูง ส่งผลต่อการส่งออกมะม่วง

การส่งออกประเทศในสหภาพยุโรป จะต้องใช้วิธีการแช่น้ำร้อน 46.5 องศา เป็นเวลา 10 นาที

การส่งออกไปออสเตรเลียต้องผ่านการฉายรังสี Gamma ซึ่งเครื่องใช้รังสีดังกล่าวมีอยู่ที่หน่วยงานของรัฐที่คลอง 5 ปทุมธานีเพียงแห่งเดียว อีกทั้งเมื่อผ่านการฉายรังสีแล้วมะม่วงอาจจะเกิดจุดดำที่ผิว ซึ่งต้องคัดออกไม่อาจส่งไปออสเตรเลียได้

การส่งออกมะม่วงไปยังสหรัฐาก็มีปัญหาเรื่องการฉายรังสีเช่นกัน โดยจะต้องมี Inspector จากสหรัฐามาประจำอยู่ที่ประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนสูงขึ้น

ปัญหาด้านโลจิสติกส์

การส่งออกมะม่วงส่วนใหญ่ไปทางเครื่องบิน ทำให้มีปัญหาในการควบคุมอุณหภูมิให้พอเหมาะกับมะม่วงได้ เพราะในการขนส่งเที่ยวเดียวกันมีผลไม้หลากหลายชนิดที่ต้องการระดับอุณหภูมิแตกต่างกัน

ปัญหาสำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ การตรวจสอบตรวจคุณภาพและมาตรฐานของมะม่วงที่สนามบินสุวรรณภูมิ ต้องใช้เวลาอย่างมาก ซึ่งเป็นผลจากการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ จึงส่งผลกระทบต่อคุณภาพมะม่วง

อย่างไรก็ตาม พบว่า ไทยส่งออกมะม่วงไปออสเตรเลียในช่วงปี 2560-2565 เฉลี่ยปีละ 1.86 ล้านเหรียญสหรัฐ อัตราการเติบโตลดลงเฉลี่ยร้อยละ 5.1 ต่อปี ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 41.5 สูงที่สุดจากที่ออสเตรเลียนำเข้า 29 ประเทศ รองลงมาเป็นเม็กซิโกและเวียดนาม ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดที่ร้อยละ 11.8 และ 9.2 ตามลำดับ

สำหรับค่าขนส่ง คำนวณจากความแตกต่างระหว่างราคา CIF และ FOB พบว่าค่าขนส่งเฉลี่ยการนำเข้าออสเตรียอยู่ที่ ก.ก.ละ 0.9 เหรียญสหรัฐ แต่ไทยมีค่าขนส่งสูงสุดที่กิโลกรัมละ 1.6 เหรียญสหรัฐ รองลงมาเป็นอินเดียและฟิลิปปินส์ ค่าขนส่งเท่ากันที่กิโลกรัมละ 1.2 เหรียญสหรัฐ ส่วนเม็กซิโก มีค่าขนส่งอยู่ที่กิโลกรัมละ 0.7 เหรียญสหรัฐ และปากีสถานกิโลกรัมละ 0.2 เหรียญสหรัฐ

ปัญหาการแข่งขันในตลาดส่งออก

เวียดนามเจรจาเปิดตลาดออสเตรเลียหลังประเทศไทย แต่ปัจจุบันสามารถส่งออกมะม่วงไปยังออสเตรเลียได้แล้ว เพราะสามารถพัฒนาเครื่องฉายรังสีที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของมะม่วง

3.1.9 มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก (HS 080112)

ปี 2565 ไทยส่งออกมะพร้าวอ่อนปอกเปลือก มูลค่า 3,811 ล้านบาท ตลาดหลักของไทยคือ ประเทศจีน โดยไทยส่งออกไปจีนด้วยมูลค่า 3,564 ล้านบาท หรือร้อยละ 94 ของการส่งออกมะพร้าวอ่อนปอกเปลือกทั้งหมดในปี 2565

ปัญหาในการใช้สารเคมี

มีการจุ่มน้ำยาผสมสารฟอกขาวในมะพร้าว star bright , Star-Fresh ในมะพร้าวเจียร์

ปัญหาด้านคุณภาพ

เกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวส่วนใหญ่ ยังไม่เห็นความสำคัญของการขึ้นทะเบียน GAP เนื่องจากมีผู้มารับซื้อจากสวนรับซื้อทั้งหมดเพื่อมาส่งล้ง หากลูกค้าต้องการใบรับรอง GAP โรงงานส่งออกส่วนใหญ่จะนำไป GAP ของสวนอื่นมาสมมติ

โรงงานขนาดกลางและขนาดเล็กส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP เนื่องจากโรงงานเป็นโรงงานเปิด ไม่ได้เป็นโรงงานแปรรูปที่เป็นโรงงานปิดที่ต้องควบคุมความสะอาดอย่างเข้มงวด เป็นแค่การปอกเปลือกมะพร้าวเท่านั้น ลักษณะการตรวจรับรองมาตรฐานกระบวนการผลิต Good Manufacturing Practices หรือ GMP/GHP และ HACCP โดยหน่วยตรวจรับรอง ทำในครั้งแรกเท่านั้น ไม่มีการตรวจติดตามหลังจากได้รับใบรับรองไปแล้ว ทำให้กระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างต่อเนื่องเหมือนทำในครัวเรือน ประกอบกับผู้ซื้อไม่ได้กำหนดมาตรฐานโรงงานแต่อย่างใด

ปัญหาด้านโลจิสติกส์

ประสบปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ในช่วงฤดูกาลที่ทุเรียนออกผล

3.1.10 ส้มโอ (HS080540)

ส้มโอเป็นผลไม้ที่ทำรายได้เข้าประเทศถึง 1,476 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2565 โดยไทยส่งออกไปจีนด้วยมูลค่า 1,052 ล้านบาท หรือร้อยละ 71 ของการส่งออกส้มโอทั้งหมด

ปัญหาในการใช้สารเคมี

จากข้อมูลของกรมวิชาการเกษตรในช่วงปี 2561-2565 ประเทศผู้นำเข้าตรวจพบสารเคมี Carbofuran ซึ่งเป็นยาฆ่าแมลงจำนวนเพียง 1 ครั้ง อย่างไรก็ตาม ส้มโอกำลังประสบกับปัญหาการแปรปรวนของภาวะอากาศ ทำให้เกษตรกรต้องฉีดยา/สารเคมีบ่อยขึ้น จึงต้องสร้างจิตสำนึกให้เกษตรกรคำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภค

ปัญหาด้านคุณภาพ

ส้มโอต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการทดสอบความอ่อน/แก่ โดยการตัดผลมาผ่าดูทุกครั้งทำให้เสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย จึงต้องการงานวิจัยและพัฒนาอุปกรณ์การตรวจความอ่อน/แก่ ซึ่งจะช่วยในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของส้มโอ

ปัญหาด้าน Treatment

การส่งส้มโอไปยังประเทศสหรัฐฯ ต้องผ่านการฉายรังสี Gamma ทุกผล โดยต้องนำส้มโอไปฉายรังสีที่หน่วยงาน คลอง 5 ปทุมธานี ทำให้ต้องใช้เวลาและเพิ่มต้นทุนขึ้น อีกทั้งส้มโอบางพันธุ์ไม่สามารถทนต่อการฉายรังสีที่มีความเข้มข้นของรังสีสูงตามเกณฑ์ของสหรัฐฯ จึงไม่สามารถส่งออกได้ ออสเตรเลียอนุญาตให้ประเทศไทยส่งส้มโอแกะเปลือกแล้วไปยังออสเตรเลียได้ สำหรับจีน การตรวจสอบคุณภาพในการนำเข้าส้มโอของจีนยังไม่เข้มงวด เนื่องจากการค้าส่วนใหญ่ผ่านล้งชาวจีน ทำให้ปัจจุบันไทยพึ่งพาตลาดจีนเป็นตลาดหลักเพียงแห่งเดียว จึงเกิดความเสี่ยงมาก

ปัญหาด้านโลจิสติกส์

ตู้คอนเทนเนอร์ไม่เพียงพอ ปัญหาการแข่งขันในตลาดส่งออก เวียดนามมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการฉายรังสีที่ดีกว่าไทย ได้มีการส่งส้มโอไปยังสหรัฐฯ ทางเรือ

3.1.11 สับปะรด (กินผลสด) (HS080430)

ปี 2565 ไทยส่งออกสับปะรดผลสด มูลค่า 908 ล้านบาท ตลาดหลักของไทยคือ ประเทศมาเลเซีย โดยไทยส่งออกไปมาเลเซียด้วยมูลค่า 492 ล้านบาท หรือร้อยละ 54 ของการส่งออกสับปะรดผลสดทั้งหมด

ปัญหาด้าน Treatment

การส่งออกสับปะรดไปยังสหรัฐฯ สามารถทำได้โดยไม่ต้องฉายรังสี แต่ต้องเป็นผลที่ตัดแต่งแล้ว จึงต้องขนส่งทางเครื่องบินทำให้มีต้นทุนสูง

ปัญหาด้านคุณภาพ

มีปัญหาในการคัดขนาด ขนาดผลที่ไม่เท่ากันทำให้การบรรจุในถุงเพื่อส่งออกอาจปนกันหลายขนาด ในขณะที่ผู้ซื้อมีความต้องการให้มีขนาดเท่ากันทั้งหมด

สับปะรดยังต้องใช้แรงงานคนในการปอกเปลือก จึงอาจมีคุณภาพแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความชำนาญของแรงงาน จึงควรมีการวิจัยพัฒนาเครื่องมือสำหรับปอกสับปะรดขนาดเล็ก

ปัญหาด้านโลจิสติกส์

การส่งออกสับปะรดผลสดไปยังประเทศจีน ทั้งหมดเป็นสับปะรดพันธุ์แลที่ปอกเปลือกและแช่แข็งในลังโฟม ขนส่งทางรถบรรทุกโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิ แต่ยังมีปริมาณไม่มาก เนื่องจากการปอกเปลือกและบรรจุยังใช้แรงงานคนไม่มีเทคโนโลยีหรือเครื่องจักร ทำให้สามารถผลิตได้น้อย อีกทั้งขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ที่สามารถควบคุมอุณหภูมิความเย็นได้

3.1.12 ทูเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (HS 081340)

การส่งออกผลไม้ภายใต้พิกัดศุลกากรนี้ในปี 2565 มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 9,591 ล้านบาท ส่วนใหญ่ร้อยละ 83 เป็นการส่งออกลำไยอบแห้ง ตลาดหลักของไทยคือ ประเทศจีน โดยไทยส่งออกผลไม้ภายใต้พิกัดศุลกากรนี้ไปจีนด้วยมูลค่า 7,448 ล้านบาท หรือร้อยละ 78 ของการส่งออกลำไยอบแห้งทั้งหมด

ปัญหาในการใช้สารเคมี

พบยาฆ่าแมลงชนิด คลอไพริฟอสเอทิล ปนเปื้อนในลำไยอบแห้ง และพบสารกำจัดเชื้อรา คาร์เบนดาซิม และ เมทาแลกซิล ปนเปื้อนในลำไยอบแห้ง

ปัญหาด้านคุณภาพ

กระทรวงเกษตรและทรัพยากรน้ำของออสเตรเลีย (Department of Agriculture and Water Resources) ตรวจพบลำไยอบแห้งมีสาร Carbendazim ตกค้างปริมาณ 0.24 mg/kg จากบริษัทส่งออกลำไยอบแห้งของไทย ซึ่งตามระเบียบ FSC 1.4.2 Schedule 20 Maximum residue limits ได้อนุญาตให้มีสาร Carbendazim ตกค้างในสินค้าเฉพาะชนิดที่ระบุไว้เท่านั้น โดยในลำไยอบแห้งไม่พบการระบุค่า MRLs จึงไม่อนุญาตให้ตรวจพบสารดังกล่าว

3.1.13 หมากและหมากแห้ง (HS 080280)

ปี 2565 ไทยส่งออกหมากสดและหมากแห้ง มูลค่า 2,556 ล้านบาท ตลาดหลักของไทยคือ ประเทศพม่า โดยไทยส่งออกพม่า ด้วยมูลค่า 1,395 ล้านบาท หรือร้อยละ 55 ของการส่งออกหมากสดและหมากแห้งทั้งหมดในปี 2565 โดยที่พม่าส่งต่อไปยังอินเดียและบังคลาเทศ

ทั้งนี้ อินเดีย ซึ่งเป็นผู้นำเข้าหมากรายใหญ่ที่สุดของโลก เคยเปิดให้นำเข้าหมากจากพม่าโดยเสรี เฉพาะจุดการค้า 2 แห่งที่รัฐมณีปุระและไมโซรามของอินเดียเพื่อแก้ปัญหาการลักลอบขนสินค้าข้ามพรมแดน อย่างไรก็ตาม อินเดียพบว่ามีผู้นำหมากจากอินโดนีเซียและไทยผ่านจุดผ่อนปรนทั้งสองเพื่อหลีกเลี่ยงภาษีนำเข้า ดังนั้น ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2565 รัฐบาลอินเดียจึงระงับการนำเข้าหมากผ่านพรมแดนพม่าโดยเด็ดขาด

สำหรับบังกลาเทศซึ่งมีพรมแดนติดต่อกับรัฐยะไข่ของพม่า เคยเปิดเสรีการนำเข้าหมากจากพม่าเช่นกัน แต่ได้หยุดชะงักลงหลังจากเกิดสงครามกลางเมืองในรัฐนั้นตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2566

ไทยจึงควรได้มีการเจรจาเปิดตลาดกับอินเดียและบังคลาเทศโดยตรง

ปัญหาในการใช้สารเคมี

การใช้ยา/สารเคมี ในขั้นตอนการกองเก็บคงคลังหมากแห้ง ที่พ่อค้ารายใหญ่รับซื้อไว้ ก่อนจะส่งให้ผู้ส่งออก โดยสารเคมีที่ใช้ เป็น ไซยาไนด์ (Cyanide) เพื่อป้องกันเชื้อราในระหว่างการกองเก็บ ส่วนปริมาณและวิธีใช้ ก็ใช้ตามประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดกันมา ยังไม่เคยปรึกษาเจ้าหน้าที่ภาครัฐ หรือมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐมาให้คำแนะนำแต่อย่างใด

ปัญหาด้านโลจิสติกส์

การส่งออกหมากผ่านพม่าไปอินเดียถูกสั่งระงับ และสถานการณ์ความไม่สงบในพม่ายังส่งผลทำให้กลุ่มพ่อค้าคางกลางที่เป็นผู้รวบรวมหมากไปยังพม่าต้องเสียภาษีผ่านแดนที่ประเทศพม่าราคาสูงมากอีกด้วย

3.2 สรุปปัญหาในกระบวนการผลิตและส่งออกที่สำคัญ

สรุปปัญหาสำคัญในขั้นตอนการผลิตผลไม้เป้าหมายและขั้นตอนการส่งออกที่ต้องเร่งแก้ไขเพื่อรองรับการขยายและรักษาตลาด มีดังนี้

3.2.1 การขึ้นทะเบียน GAP

- เกษตรกรส่วนใหญ่โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยยังไม่เห็นความสำคัญของการขึ้นทะเบียน GAP เนื่องจากไม่ส่งผลให้ราคาขายสูงขึ้นได้
- เกษตรกรขาดความรู้ความสามารถในการจัดทำเอกสารประกอบการขอขึ้นทะเบียนและส่วนใหญ่ไม่สามารถดำเนินการขอยื่นขึ้นทะเบียน GAP ได้ด้วยตัวเอง ลังรับซื้อผลผลิตจึงเป็นผู้ดำเนินการขึ้นทะเบียน GAP ให้แก่เกษตรกร
- ในช่วงที่ความต้องการบริโภคสูง ราคาดี ลังบางแห่งรับซื้อผลผลิตจากสวนที่ยังไม่ขึ้นทะเบียน GAP มาสวมสิทธิเข้าในสวนที่มีการขึ้นทะเบียน
- พื้นที่ปลูกผลไม้ของเกษตรกรบางแห่งอยู่บนภูเขาและบางแห่งอยู่ในเขตป่าสงวน ซึ่งไม่สามารถขึ้นทะเบียน GAP ได้ เป็นอุปสรรคในการขึ้นทะเบียน GAP ในส่วนนี้มีการแก้ปัญหาได้บางส่วนโดยผู้ว่าราชการและองค์การปกครองท้องถิ่นทำการรับรองการเป็นพื้นที่เกษตรให้ในบางพื้นที่ที่เป็นสวนเก่า
- หน่วยตรวจรับรองและบุคลากรที่ทำหน้าที่ตรวจรับรอง GAP ของหน่วยงานราชการที่มีอยู่ในปัจจุบันยังมีไม่เพียงพอและใช้เวลารอรับการบริการนาน โดยเฉพาะในช่วงที่มีผลผลิตออกมามาก
- บุคลากรบางส่วนที่เข้าร่วมดำเนินงานในช่วงเร่งตรวจสอบขาดความเชี่ยวชาญ
- ขาดการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การตรวจรับรองโดยหน่วยงานเอกชนมีค่าใช้จ่ายสูง เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นรายย่อยไม่สามารถจ่ายค่าตรวจแปลงเพื่อขึ้นทะเบียน GAP ได้
- ประเทศผู้นำเข้าโดยเฉพาะจีนให้ความสำคัญกับกระบวนการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานการผลิตของประเทศผู้ผลิต รวมถึง GAP GHP GMP และมีแนวโน้มเข้มงวดมากขึ้น

3.2.2 สารเคมีตกค้างและเชื้อโรคปนเปื้อน

- ตรวจพบสารเคมีตกค้างที่ปลายทางและส่งคืนสินค้าจากหลายประเทศ ในบางกรณีพบเชื้อโรคปนเปื้อน
- เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการใช้สารเคมีที่ถูกต้อง ตามหลักวิชาการ ไม่คำนึงถึงสารเคมีตกค้างหลังเก็บเกี่ยว
- การใช้สารเคมีเกษตรของเกษตรกรในปัจจุบัน ใช้ตามประสบการณ์และการบอกต่อกันมา
- เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้สารเคมีตามคำแนะนำจากผู้จำหน่ายในพื้นที่ บางรายใช้สารเคมีตามคำแนะนำของบริษัทรับซื้อผลผลิต (ลัง) เพื่อให้ขายได้
- มีการตรวจพบสารเคมีสำหรับการกำจัดศัตรูพืช ผู้ประกอบการส่งออกไม่สามารถรักษา

มาตรฐานทั้งในเรื่องของสารตกค้าง ค่ากำมะถัน ยาฆ่าแมลง น้ำยาเพื่อป้องกันเชื้อรา เป็นต้น

3.2.3 ปัญหาการขาดแคลนแหล่งน้ำในการเพาะปลูก

- พื้นที่ปลูกส่วนใหญ่อาศัยแหล่งน้ำธรรมชาติจากแม่น้ำ คลอง อ่างเก็บน้ำ บ่อน้ำธรรมชาติ ไม่มีการเตรียมแหล่งน้ำสำรองไว้รองรับภาวะขาดแคลนน้ำธรรมชาติหรือภาวะแห้งแล้งผิดปกติ
- การขยายพื้นที่ปลูกผลไม้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำในการเพาะปลูกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนตามความต้องการและราคาที่เพิ่มสูงขึ้น
- การปลูกผลไม้อื่นนอกเหนือจากทุเรียนก็มีปัญหาการขาดแคลนแหล่งน้ำในการเพาะปลูก จากการขยายพื้นที่ปลูกรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

3.2.4 ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคและแมลงศัตรูพืชที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น

- อุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้นจากปัญหาภาวะโลกร้อน ทำให้แมลง ศัตรูพืช และโรคพืช มีความรุนแรงมากขึ้น
- เกษตรกรมีความจำเป็นต้องใช้เคมีเกษตรและยากำจัดศัตรูพืช ในการป้องกันและแก้ปัญหาโรคพืช กำจัดวัชพืช หนอนแมลงศัตรูพืช ในระยะเวลาที่ถี่ขึ้นและปริมาณมากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น
- ขาดเทคโนโลยีและคำแนะนำการป้องกันกำจัดโรคในไม้ผล

3.2.5 ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน

- การผลิตผลไม้ในของไทยปัจจุบันพึ่งพาแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะแรงงานในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวที่ยังคงใช้แรงงานคนในการปีนเก็บผลไม้
- การขาดแคลนแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในการจำแนกความอ่อนแก่ของผลไม้ในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวทำให้เกิดความเสียหายของผลผลิตและสร้างปัญหาในการส่งออกสำหรับผลไม้หลายชนิด เช่น ทุเรียน มังคุด ขนุน มะขาม

3.2.6 ขาดแคลนเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ที่สนับสนุนกระบวนการผลิต

- ขาดเครื่องจักรและอุปกรณ์ในส่วนที่เหมาะสม เช่น เครื่องตัดหญ้า เครื่องฉีดพ่นสารเคมี รถขนผลผลิต เครื่องเก็บเกี่ยว เครื่องจักรที่น้ำหนักเบาไม่ความเสียหายต่อรากพืช เครื่องจักรที่เหมาะสมกับการใช้งานในพื้นที่เพาะปลูกที่เป็นภูเขาและที่ลาดเชิงเขา
- เครื่องจักรในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวยังขาดเครื่องมืออุปกรณ์การตรวจวัดความหวาน ความอ่อนแก่บนต้น อุปกรณ์วัดความหวาน อุปกรณ์ตรวจคุณภาพความสุกแก่และแมลงในผล อุปกรณ์ตรวจเชื้อราในฝักมะขาม อุปกรณ์การเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูง
- ขาดงานวิจัยควบคุมอุณหภูมิให้พอเหมาะกับการเก็บรักษาและขนส่งผลไม้แต่ละชนิด
- การแปรรูป เช่น การผลิตทุเรียนแช่แข็ง เครื่องมือสำหรับปอกสับแปรรูป การคัดเกรดมะขาม

การเลือกเก็บมะขามที่แก่

3.2.7 ปัญหามาตรฐานโรงคัดบรรจุ

- ยังพบการสวมสิทธิ GAP ในกรณีที่รับซื้อจากสวนที่ไม่มี GAP ในโรงคัดบรรจุบางแห่ง
- การตรวจรับรองมาตรฐานกระบวนการผลิต Good Manufacturing Practices หรือ GMP/GHP และ HACCP โดยหน่วยตรวจรับรอง ทำในครั้งแรกเท่านั้น ไม่มีการตรวจติดตามหลังจากได้รับใบรับรองไปแล้ว ทำให้กระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง ขาดความเข้มงวดในการตรวจสอบตามข้อกำหนดตามมาตรฐาน ทำให้สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานถูกส่งออกไปยังปลายทาง
- ขาดเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ในการคัดแยกเกรดในโรงคัดบรรจุ

3.2.8 ความเสี่ยงทางการตลาดสูง พึ่งพาตลาดจีนเป็นหลัก ผูกขาดธุรกิจรับซื้อโดยผู้ประกอบการชาวจีน

- ผลไม้ไทยที่ส่งออกเกือบทุกประเภท พึ่งพาตลาดจีนเป็นหลัก หากเกิดปัญหากับตลาดจีนในอนาคต จะส่งผลให้เกิดความเสียหายอย่างมากกับผู้ผลิตผลไม้ไทย ควรเร่งเจาะตลาดส่งออกศักยภาพใหม่ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพาตลาดส่งออกหลักเพียงตลาดเดียว
- ธุรกิจโรงคัดบรรจุและส่งออกเกือบทั้งหมดถูกผูกขาดโดยผู้ประกอบการจีน
- ลังเป็นผู้กำหนดราคาและกำหนดคุณภาพในการรับซื้อ เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรองทั้งในเรื่องราคาและคุณภาพ
- ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถแข่งขันได้เนื่องจากขาดแคลนเงินทุน
- ผู้ประกอบการไทยขาดเครือข่ายทางธุรกิจในประเทศจีนที่เป็นตลาดใหญ่ ต้องพึ่งพาลังจีน
- ขาดการเจรจาเปิดตลาดที่เพียงพอ

3.2.9 การขนส่งมีต้นทุนสูง และใช้เวลาขนส่งนาน

- การขนส่งมีต้นทุนสูง ขาดระบบรางที่ครอบคลุมต่อเนื่อง
- การขนส่งผลไม้ทางเรือต้องใช้เวลาประมาณ 2-6 สัปดาห์ ทำให้ไม่สามารถรักษาคุณภาพความสดใหม่ของผลไม้ไว้ได้และอาจส่งผลให้ผลไม้เสียหาย
- ขาดสายการบินของไทยในการขนส่งผลไม้ โดยเฉพาะการขนส่งทุเรียนซึ่งเป็นผลไม้กลิ่นแรง มีสายการบินต่างชาติบางแห่งเท่านั้นที่ให้บริการขนส่ง
- ขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ในช่วงฤดูกาลที่ทุเรียนออก ตู้คอนเทนเนอร์ไม่เพียงพอ

ทั้งนี้ รายละเอียดของปัญหาในขั้นตอนการผลิตจนถึงส่งออกในรายชนิดสินค้าแสดงใน ภาคผนวก ค สรุปปัญหาอุปสรรค ในกระบวนการผลิต การตลาด และ Logistic ของผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด

3.3 การแก้ไขปัญหาสำคัญในการส่งออกของผลไม้เป้าหมาย

พบว่าในภาพรวมคุณภาพและมาตรฐานของผลไม้ไทยเกิดประเด็นปัญหาสำคัญในการส่งออก ดังนี้

- การใช้สารเคมี ซึ่งยังคงมีการตรวจพบโดยประเทศผู้นำเข้าอย่างต่อเนื่อง จึงควรมีมาตรการ (1) การทำความเข้าใจในเรื่องข้อกำหนดการห้ามใช้ยา/สารเคมีต่างๆ ของประเทศนำเข้า แก่เกษตรกร ผู้รวบรวมผลผลิต

และผู้ส่งออก (2) การสร้างระบบบันทึกประวัติการดำเนินการที่ถูกต้อง/ไม่ถูกต้องของเกษตรกร ผู้รวบรวมผลผลิต และผู้ส่งออก (3) มีบริการระบบเสนอข้อมูลที่เหมาะสมกับอาชีพและความรู้ที่ต้องมีแก่ผู้ประกอบการระดับต่างๆ ทั้งนี้ สามารถประกอบข้อมูลและระบบดังกล่าวเข้ากับระบบการขึ้นทะเบียนเกษตรกร และระบบการรับรอง GAP GMP GHP HACCP โดยต่อยอดให้เป็นระบบที่เชื่อถือได้อย่างกว้างขวาง

- ด้านการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานผลไม้ที่ส่งออก ควรส่งเสริมและสนับสนุน (1) ให้เอกชนลงทุนในเทคโนโลยีห้องปฏิบัติการควบคุมโรคและแมลง อาทิ ห้องอบไอน้ำ และห้องฉายรังสี โดยให้กระจายในพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งปลูกผลไม้ที่จำเป็นต้องใช้ Treatment ดังกล่าว (2) ต้องสร้างและขยายกำลังบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญในเรื่องการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานผลไม้ (3) ต้องสนับสนุนให้ทีมงานวิจัยและพัฒนาการเพิ่มขีดความสามารถในด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมให้กับเกษตรกร และเกษตรกรรุ่นใหม่ (4) ต้องมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูล (Data Base) แบบรวมศูนย์และเข้าถึงได้สะดวก สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในภาคสนามได้ เพื่อเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เชี่ยวชาญและเทคโนโลยี/อุปกรณ์สนับสนุนให้สามารถใช้ประโยชน์สูงสุดจากห้องปฏิบัติการและระบบฐานข้อมูลด้านการผลิต การเก็บเกี่ยวและการส่งออกผลไม้

- ประเด็นสำคัญที่เกษตรกรต้องการให้รัฐเร่งรัดปรับปรุงอย่างเร่งด่วนคือการตรวจสอบรับรอง GAP GMP GHP ที่รวดเร็วในระบบ digital platform ทำงานในลักษณะเชิงรุก มีการขยายระบบตรวจสอบมารองรับความต้องการให้เพียงพอ และทำระบบตรวจสอบให้ง่ายขึ้น รวมถึงปัญหาโรค แมลง ที่ต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยแก้ปัญหา

บทที่ 4 ตลาดผลไม้ต่างประเทศและปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าผลไม้

การวิเคราะห์หาประเทศเป้าหมายที่จะเป็นประเทศที่มีศักยภาพมากที่สุด ในการนำเข้าผลไม้จากไทย ดำเนินการขั้นแรกโดยการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าผลไม้จากไทยในรายชนิดผลไม้และรายประเทศในลักษณะของความสัมพันธ์ในรูปของสมการ เพื่อวิเคราะห์ค่าเกณฑ์ขั้นต่ำของแต่ละปัจจัยที่เป็นจุดตัดสินใจในการเลือกประเทศผู้นำเข้าผลไม้ไทยหรือประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมายที่ไทยจะต้องผลักดันในการส่งออกต่อไป ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การนำเข้าผลไม้ไทยในตลาดโลก

4.1.1 การจัดเตรียมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์

เนื่องจากเป้าหมายของการศึกษานี้ประสงค์จะระบุประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าผลไม้ไทยแต่ละชนิด วิธีการค้นหาประเทศดังกล่าว จึงจำเป็นต้องถึงรู้สาเหตุและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการนำเข้าผลไม้ไทยของประเทศผู้นำเข้า ดังนั้นจึงใช้การวิเคราะห์ด้วย Regression Analysis เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลในรูปสมการความสัมพันธ์ โดยที่ปัจจัยตาม (ตัวแปรตาม) ซึ่งแสดงถึง “ผลกระทบต่อ การนำเข้า” ได้แก่

- มูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทย
- ปริมาณการนำเข้าผลไม้ไทย
- ส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้ไทยในประเทศนั้น และ
- อัตราการเติบโตของการนำเข้าผลไม้ไทยในประเทศนั้น

สำหรับปัจจัยอิสระ หรือตัวแปรอิสระ ซึ่งเป็นสาเหตุและปัจจัยที่เป็น “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า” แสดงถึงความต้องการการนำเข้าผลไม้ไทยในประเทศผู้นำเข้าที่มีเป็นจำนวนมาก อาทิ ระดับราคาผลไม้ไทยชนิดนั้นในประเทศนั้น ระดับราคาเฉลี่ยของผลไม้ชนิดนั้นในประเทศนั้น ระดับรายได้เฉลี่ยของประเทศนั้น ระยะทางการขนส่งจากไทย ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้าชนิดนั้น ในประเทศนั้น และอื่นๆ ซึ่งมีข้อมูลเป็นจำนวนมาก ดังนั้นแนวทางในหาข้อมูล จึงดำเนินการดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. หาข้อมูลการนำเข้าผลไม้ศักยภาพที่คัดเลือกไว้ 10 ชนิด

ค้นหาข้อมูลการนำเข้าผลไม้ศักยภาพที่คัดเลือกไว้ 10 ชนิด ของแต่ละประเทศทั่วโลก โดยใช้ข้อมูลของ UN Comtrade ตั้งแต่ปี พ.ศ 2555 - 2565 ระยะเวลา 11 ปี หาข้อมูลการนำเข้าของผลไม้ตามพิภพ ดังนี้

- 080111 มะพร้าว ทำให้แห้ง
- 080112 มะพร้าวอ่อน ปอกเปลือก
- 080119 มะพร้าวอื่นๆ มีเปลือก
- 080280 ผลหมากสด/แห้ง
- 080430 สับปะรดสด/แห้ง
- 080450 มังคุดสด มะม่วงสด/แห้ง และฝรั่ง

- 080540 ส้มโอ และเกรปฟรุ๊ต
- 081060 ทูเรียนสด
- 081090 ลำไยสด มะขามสด ขนุน และผลไม้สดอื่นๆ
- 081190 ทูเรียน มะม่วง สับปะรด มังคุด ลำไย และอื่นๆ แซ่เหียนจนแซ่
- 081340 ลำไย มะขาม ทูเรียน และอื่นๆ อบแห้ง

พบว่าประเทศไทยนำเข้า 173 ประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้พิกัดศุลกากร HS 2017 แต่มีบางประเทศยังคงใช้ HS เก่า ซึ่งจัดกลุ่มผลไม้บางประเภทแตกต่างกันไปทำให้ข้อมูลผิดเพี้ยน

ขั้นตอนที่ 2. จัดข้อมูลให้สอดคล้องกันในพิกัดเดียวกัน

จัดข้อมูลที่ค้นหาได้ให้สอดคล้องกันให้เป็นพิกัด HS 2017 โดยใช้ตาราง Conversion Table ของ UN Comtrade มาวิเคราะห์แบบ Mirror ด้วยการหาข้อมูลการส่งออกผลไม้ชนิดนั้นจากทั่วโลกไปยังประเทศผู้นำเข้าดังกล่าว แล้วใช้สัดส่วนจากข้อมูลการส่งออกไปปรับแก้ไขข้อมูลการนำเข้า เพื่อให้ข้อมูลจากทุกประเทศมีความสอดคล้องกัน

โดยพบว่า บางประเทศมีมูลค่าการนำเข้าน้อยมาก หรือมีการนำเข้าไม่สม่ำเสมอ หรือมีอัตราเติบโตของการนำเข้าลดต่ำลงจนไม่น่าสนใจที่จะนำมาคัดเลือกเป็นประเทศเป้าหมาย ดังนั้น จึงคัดเลือกเฉพาะประเทศที่ข้อมูลการนำเข้ามีความน่าสนใจ เหมาะสำหรับการเลือกเป็นประเทศเป้าหมายผู้นำเข้าผลไม้ไทย

ขั้นตอนที่ 3. กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกประเทศเป้าหมาย

- เลือกประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าสูง ในระดับ Top ร้อยละ 75 ของกลุ่ม
- เลือกประเทศที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าสูง ในระดับ Top ร้อยละ 25 ของกลุ่ม
- เลือกประเทศที่มีความแปรปรวนของมูลค่าการนำเข้าต่ำ ในระดับ Top ร้อยละ 75 ของกลุ่ม

ทำให้ได้จำนวนประเทศที่นำเข้าผลไม้ที่คัดกรองไว้ (ไม่รวมประเทศไทย) ดังนี้

ผลไม้	จำนวนประเทศ
080111 มะพร้าว ทำให้แห้ง	35
080112 มะพร้าวอ่อน ปอกเปลือก	25
080119 มะพร้าวอื่นๆ มีเปลือก	32
080280 ผลหมากสด/แห้ง	26
080430 สับปะรดสด/แห้ง	40
080450 มังคุดสด มะม่วงสด/แห้ง และฝรั่ง	38
080540 ส้มโอ และเกรปฟรุ๊ต	36
081060 ทูเรียนสด	29
081090 ลำไยสด มะขามสด ขนุน และผลไม้สดอื่นๆ	32
081190 ทูเรียน มะม่วง สับปะรด มังคุด ลำไย และอื่นๆ แซ่เหียนจนแซ่	31
081340 ลำไย มะขาม ทูเรียน และอื่นๆ อบแห้ง	38

หมายเหตุ: 080111 มะพร้าว ทำให้แห้ง ไม่มีศักยภาพในการส่งออกเป็นผลไม้ เนื่องจากมีการนำไปแปรรูปเป็นกะทิ และอาหาร

ขั้นตอนที่ 4. หาความต้องการนำเข้าผลไม้ในตลาดโลก

โดยคำนวณหา “ค่าเฉลี่ย” ของข้อมูลย้อนหลัง 11 ปี (พ.ศ 2555 - 2565) ของประเทศผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด ได้แก่

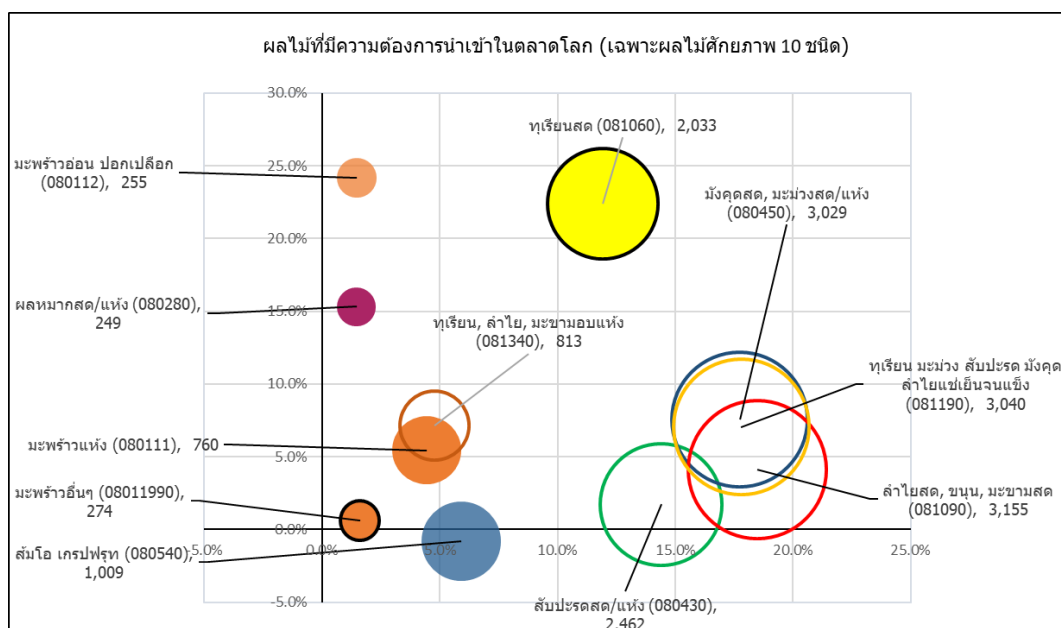
- มูลค่า และปริมาณการนำเข้า ต่อปี
- ราคาเฉลี่ยการนำเข้าจากตลาดโลก ต่อตัน
- อัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากตลาดโลก เฉลี่ยต่อปี
- สัดส่วนของมูลค่าและปริมาณการนำเข้าเมื่อเทียบกับตลาดโลก (ขนาดของตลาดนำเข้า-Market Size)

○ และข้อมูลการนำเข้าจากไทย ที่จะนำมาใช้เป็นปัจจัยตามหรือตัวแปรตาม ได้แก่

- มูลค่า และปริมาณการนำเข้าจากไทยต่อปี
- ราคาเฉลี่ยการนำเข้าจากไทยต่อตัน
- อัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากไทยเฉลี่ยต่อปี
- ส่วนแบ่งมูลค่าการตลาดของไทย ในประเทศผู้นำเข้าเฉลี่ยต่อปี
- พบว่าการนำเข้าผลไม้เป้าหมายจากตลาดโลกของประเทศที่คัดกรองไว้ หรือ

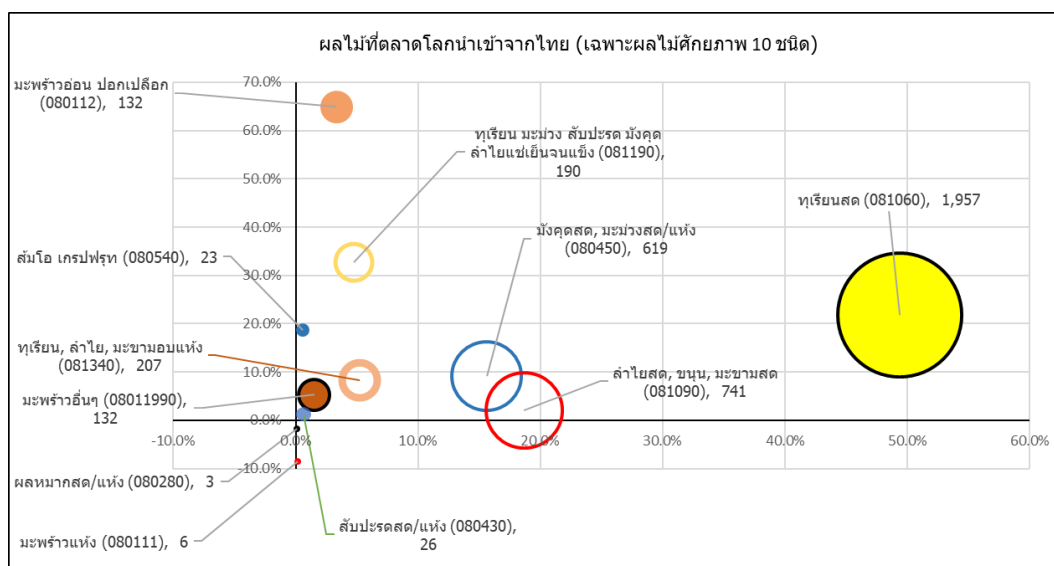
ความต้องการผลไม้เป้าหมายจากตลาดโลกของประเทศที่คัดกรองไว้ แสดงได้ดังภาพที่ 7

ภาพที่ 7 ความต้องการผลไม้เป้าหมายจากตลาดโลก



และพบว่าการนำเข้าผลไม้เป้าหมายจากไทยของประเทศที่คัดกรองไว้ แสดงได้ดังภาพที่ 8

ภาพที่ 8 ความต้องการผลไม้เป้าหมายจากไทย



ขั้นตอนที่ 5. ค้นหาข้อมูลอื่นๆ ที่อาจเป็นสาเหตุและปัจจัยส่งผลต่อความต้องการนำเข้าผลไม้จากไทย ดังนี้

- ระยะทางจากไทยไปยังประเทศผู้นำเข้า ข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

- Mayer, T. & Zignago, S. (2011), Notes on CEPII's distances measures: the GeoDist Database, CEPII Working Paper 2011-25.

- distancefromto.net by Google.

- ชีตความสามารถในการอำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์ของแต่ละประเทศ: ข้อมูลจากรายงานของ World Bank: Report Ranking Countries According to Their Logistics Performance. ซึ่งนำมาหาค่าเฉลี่ย จากรายงาน 5 ปี คือ 2012, 2014, 2016, 2018 และ 2023

- รายได้ต่อหัวของแต่ละประเทศ เมื่อเทียบกับอำนาจการซื้อ (Purchasing Power parity-PPP) เฉลี่ย ช่วงปี 2012- 2022 : ข้อมูลจากรายงาน IMF: GDP per capita, current prices (purchasing power parity; international dollars per capita).

- จำนวนประชากรเฉลี่ย ของแต่ละประเทศ ช่วงปี 2012 ถึง 2022 : ข้อมูลจากรายงาน World Bank, Population, total - World.

- มาตรฐานการนำเข้าผลไม้ของแต่ละประเทศ : ใช้วิธีคัดเลือกประเทศที่มีมาตรฐานในการนำเข้าสูง ได้แก่

- กลุ่มประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์
- กลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา
- กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีและไต้หวัน

○ กลุ่มประเทศในยุโรปตะวันตกที่มีการนำเข้าผลไม้กลุ่มนี้ จำนวน 14 ประเทศ ได้แก่ Netherlands, France, UK, Germany, Belgium, Norway, Switzerland, Austria, Sweden, Denmark, Ireland, Finland, Latvia และ Lithuania

โดยหากพบว่ามีสัดส่วนการนำเข้าผลไม้ไทยในประเทศเหล่านี้มาก แสดงว่ามีการยอมรับมาตรฐานของผลไม้ไทยในตลาดโลก

4.1.2 การวิเคราะห์สาเหตุและปัจจัยของความต้องการนำเข้าผลไม้ไทย

วิเคราะห์สาเหตุและปัจจัยของความต้องการนำเข้าผลไม้ไทยในประเทศผู้นำเข้าแต่ละประเทศโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่ค้นหาได้ข้างต้น และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อมูลที่อาจเป็นสาเหตุและปัจจัยของความต้องการนำเข้าผลไม้ไทยในประเทศผู้นำเข้า ดังนี้

■ การจัดทำตัวแปรเพื่อใช้ในการวิเคราะห์

จากข้อมูลทั้งหมดที่ได้มา สามารถจัดทำเป็นตัวแปรต่างๆ เพื่อใช้ในการคำนวณ ได้ดังนี้

ปัจจัยตาม หรือ ตัวแปรตาม ซึ่งแสดงถึง “ผลกระทบต่อการนำเข้า”

Im = มูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทย

Q = ปริมาณการนำเข้าผลไม้ไทย

$Thsh$ = ส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้ไทยในประเทศนั้น และ

$Thgr$ = อัตราการเติบโตของการนำเข้าผลไม้ไทยในประเทศนั้น

ปัจจัยอิสระ หรือ ตัวแปรอิสระ ซึ่งเป็น “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า”

P = ราคาเฉลี่ยการนำเข้าจากไทย

$RelWP^4$ = ระดับราคาสัมพัทธ์ = ราคาเฉลี่ยการนำเข้าจากไทย / ราคาเฉลี่ยการนำเข้าจากตลาดโลก

WP = ระดับราคานำเข้าในประเทศ

WQ = ปริมาณการนำเข้าในประเทศ

$WPSH$ = สัดส่วนระดับราคานำเข้าในประเทศ เมื่อเทียบกับ ระดับราคานำเข้าในตลาดโลก

$WQSH$ = สัดส่วนของปริมาณการนำเข้าในประเทศ เมื่อเทียบกับปริมาณการนำเข้าในตลาดโลก

Wgr = อัตราการเติบโตของการนำเข้าผลไม้จากตลาดโลก

$MkSize\$$ = ขนาดของตลาดเชิงมูลค่า หรือ สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าเมื่อเทียบกับตลาดโลก

$MkSizeQ$ = ขนาดของตลาดเชิงปริมาณ หรือ สัดส่วนของปริมาณการนำเข้าเมื่อเทียบกับตลาดโลก

$Dist$ = ระยะทาง จากไทยไปยัง ประเทศผู้นำเข้า

$Logperf$ = ชัดความสามารถในการอำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์ของแต่ละประเทศ

Std = สัดส่วนการนำเข้าผลไม้ไทย ในประเทศที่มีมาตรฐานสูง

⁴ ระดับราคาสัมพัทธ์ หมายถึงสัดส่วนราคาที่เปรียบเทียบระหว่างราคาผลไม้ที่นำเข้าจากไทยกับราคาผลไม้ที่นำเข้าจากประเทศอื่นๆ โดยหากระดับราคาสัมพัทธ์ต่ำลง จะมีโอกาสจำหน่ายได้มากกว่า

Y = รายได้ต่อหัวของแต่ละประเทศ (PPP)

Y_{gr} = อัตราการเติบโตของรายได้ต่อหัว

$Taste1^5$ = ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า เมื่อเทียบกับจำนวนประชากร

$Taste2^6$ = ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า เมื่อเทียบกับระดับรายได้

▪ หาค่าเฉลี่ยของข้อมูลปัจจัยอิสระหรือตัวแปรอิสระทั้งหมด

หาค่าเฉลี่ยของข้อมูลปัจจัยอิสระทั้งหมดในแต่ละชนิดของผลไม้เป้าหมาย เช่น ขนาดของตลาด ($MkSize\$$) ราคาสัมพัทธ์ ($RelWP$) ระยะทางจากไทย ($Dist$) เป็นต้น

▪ จัดกลุ่มปัจจัยหรือตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis

โดยที่ตัวแปรมีเป็นจำนวนมาก ทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในการวิเคราะห์นี้จึงได้ใช้วิธี Factor Analysis⁷ จัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันให้รวมเป็นกลุ่มเดียวกันก่อน โดยได้ผลเป็นกลุ่มตัวแปรใหม่หรือกลุ่มปัจจัยใหม่

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ด้วย Factor analysis ทำให้จัดกลุ่มตัวแปรที่มีความแตกต่างกันเหลือน้อยลง และแก้ปัญหา Multicollinearity (ความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ) ซึ่งจะทำให้การคำนวณ Regression ในขั้นตอนต่อไปได้ผลผิดพลาด

▪ วิเคราะห์ Regression หาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าผลไม้ไทย

นำกลุ่มตัวแปรใหม่มาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยวิธี Regression เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหลาย ซึ่งแสดงถึงระดับความสำคัญของปัจจัยและผลกระทบต่อ การนำเข้าผลไม้ไทย ที่นำไปใช้เป็นเกณฑ์กำหนดการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้าผลไม้จากไทย โดยกำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่นตั้งแต่ 90% ขึ้นไป

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าและปัจจัยที่เป็นผลกระทบต่อการนำเข้า

⁵ ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า 1 หมายถึงสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าของประเทศนั้นเมื่อเทียบกับตลาดโลก (Market Size) ต่อ สัดส่วนประชากรเฉลี่ยของประเทศนั้นเมื่อเทียบกับประชากรของทุกประเทศ โดยหากความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้ามีค่าสูงกว่า 1 หมายความว่าประชากรในประเทศนั้นมีความนิยมในการบริโภคผลไม้นำเข้าสูง และหากมีค่าต่ำกว่า 1 หมายความว่าประชากรในประเทศนั้นมีความนิยมในการบริโภคสินค้านำเข้าต่ำ

⁶ ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า 2 หมายถึงสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าของประเทศนั้นเมื่อเทียบกับตลาดโลก (Market Size) ต่อ สัดส่วนรายได้ต่อหัว (PPP) ของประเทศนั้นเมื่อเทียบกับรายได้ต่อหัว (PPP) ของทุกประเทศ โดยหากความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า มีค่าสูงกว่า 1 หมายความว่า ประชากรในประเทศนั้นจ่ายเงินเพื่อซื้อผลไม้นำเข้าสูง และหากมีค่าต่ำกว่า 1 หมายความว่าประชากรในประเทศนั้นจ่ายเงินเพื่อซื้อผลไม้นำเข้าต่ำ

⁷ Factor Analysis เป็นวิธีการแยกกลุ่มตัวแปรที่มีความแปรปรวนต่างกันออกเป็นมุมฉาก (Orthogonally) และรวมกลุ่มของตัวแปรที่มีความแปรปรวนใกล้เคียงกันให้มารวมเป็นกลุ่มเดียวกันด้วยวิธี Linear Combinations ทำให้ลดตัวแปรลง เหลือเพียงตัวแปรที่มีความแตกต่างกัน แต่สามารถอธิบายความแปรปรวนของชุดตัวแปรทั้งหมดได้มากที่สุด ในกรณีที่บางตัวแปรมีค่าเป็นบวกหรือลบ แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ผกผันระหว่างตัวแปร แต่ขนาดของตัวแปรจะบอกทิศทางความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์]

ผลไม้ของประเทศต่างๆทั่วโลก

จากขั้นตอนข้างต้นสามารถสรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าและปัจจัยที่เป็นผลกระทบต่อการนำเข้าได้ดังนี้

(1) ทูเรียนสด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและผลกระทบต่อการนำเข้า ผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) QIm ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงปริมาณและมูลค่าของผลไม้ชนิดนั้น ในประเทศนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) Mk\$QSize⁸ ขนาดของตลาด เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงสัดส่วนมูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นของประเทศนั้นจากตลาดโลก ต่อมูลค่าและปริมาณการนำเข้าของผลไม้ชนิดเดียวกันทั้งตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 3.28% RelWP ระดับราคาสัมพัทธ์ของผลไม้ไทยในประเทศผู้นำเข้าเทียบกับราคาผลไม้ที่นำเข้าจากตลาดโลกในประเทศนั้น ค่าเฉลี่ย 1.4486 PStdDist เป็นกลุ่มตัวแปรที่ประกอบด้วย ราคาผลไม้ไทย มาตรฐานการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า และระยะทางจากไทย ซึ่งพบว่าประเทศที่ผลไม้มีราคาสูง จะมีระยะทางการขนส่งไกล และมีมาตรฐานสูง ทำให้ตัวแปรทั้งสามแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน จึงใช้ระยะทางเป็นตัวแปรหลักในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย 7,001 กม.	$QIm = 0.946 \text{ Mk\\$QSize} - 0.182 \text{ RelWP} - 0.096 \text{ PStdDist} ,$ $R^2 = 0.944$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่ตลาดมีขนาดใหญ่มากกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มีมูลค่าการนำเข้าทุเรียนไทย เพิ่มขึ้น 0.946 หน่วย — การเลือกประเทศที่มีระดับราคาสัมพัทธ์ของทุเรียนไทย ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มีมูลค่าการนำเข้าทุเรียนไทยเพิ่มขึ้น 0.182 หน่วย — การเลือกประเทศที่มีระยะทางจากไทยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มีมูลค่าการนำเข้าทุเรียนไทยเพิ่มขึ้น 0.096 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า — ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 3.28% — ราคาสัมพัทธ์ (RelWP) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 1.4486 — ระยะทางจากไทย (Dist) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 7,001 กม.

⁸ Mk\$Qsize ย่อจาก MkSize\$MkSizeQ

(2) ลำไย มะขาม ขนุน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้าผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) QShlm ปริมาณ ส่วนแบ่งตลาดและมูลค่าการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย เป็นกลุ่มตัวแปรแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) Mk\$QSize เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงขนาดของตลาด สัดส่วนมูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นของประเทศนั้นจากตลาดโลก ต่อมูลค่าและปริมาณการนำเข้าของผลไม้ชนิดเดียวกันทั้งตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 2.42% StdDistP เป็นกลุ่มตัวแปรที่ประกอบด้วยมาตรฐานการนำเข้า ระยะทางจากไทยและราคาผลไม้ไทยของประเทศผู้นำเข้า ซึ่งพบว่าประเทศที่ผลไม้มีราคาสูง จะมีระยะทางการขนส่งไกล และมีมาตรฐานสูง ทำให้ตัวแปรทั้งสามแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน จึงใช้ระยะทางเป็นตัวแปรหลักในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย 6,950 กม. Taste1Ygr เป็นกลุ่มตัวแปรความนิยมบริโภคสินค้านำเข้าและอัตราการเติบโตของรายได้ต่อหัว ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 3.4354 RelWPP เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงระดับราคาสัมพัทธ์และราคาผลไม้ไทยของประเทศผู้นำเข้า ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 2.5386	$QShlm = 0.861 \text{ Mk\$QSize} - 0.285 \text{ StdDistP} - 0.184 \text{ Taste1Ygr} - 0.184 \text{ RelWPP}, R^2 = 0.842$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่ตลาดมีขนาดใหญ่มากกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าลำไย มะขามและขนุนไทยเพิ่มขึ้น 0.861 หน่วย — การเลือกประเทศที่มีระยะทางจากไทยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าลำไย มะขามและขนุนไทยเพิ่มขึ้น 0.285 หน่วย — การเลือกประเทศที่มีความนิยมบริโภคลำไย มะขามและขนุนนำเข้า ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยและอัตราการเติบโตของรายได้ลดลงต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าลำไย มะขามและขนุนไทยเพิ่มขึ้น 0.184 หน่วย — การเลือกประเทศที่ราคาสัมพัทธ์ของลำไย มะขามและขนุนไทยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าลำไย มะขามและขนุนไทยเพิ่มขึ้น 0.184 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า — ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2.42% — ระยะทางจากไทย (Dist) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 6,950 กม. — ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า (Taste1) ต่ำกว่า 3.4354 — อัตราการเติบโตของรายได้ (Ygr) ต่ำกว่า 3.86% — ราคาสัมพัทธ์ (RelWPP) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 2.5386

(3) มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า ผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) QShlm ปริมาณ ส่วนแบ่งตลาดและมูลค่าการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย เป็นกลุ่มตัวแปรแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) PReLWP เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงระดับราคาผลไม้ไทยและราคาสัมพัทธ์ของประเทศผู้นำเข้า ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 2.918 Mk\$QSize เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงขนาดของตลาด สัดส่วนมูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นของประเทศนั้นจากตลาดโลก ต่อมูลค่าและปริมาณการนำเข้าของผลไม้ชนิดเดียวกันทั้งตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 2.40%	$QImSh = -0.532 \text{ PReLWP} + 0.348 \text{ Mk\$QSize},$ $R^2 = 0.448$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่ราคาสัมพัทธ์ของมังคุด มะม่วงสด/แห้งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้ามังคุด มะม่วงสด/แห้งไทยเพิ่มขึ้น 0.532 หน่วย — การเลือกประเทศที่ตลาดมีขนาดใหญ่กว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้า มังคุด มะม่วงสด/แห้งไทยเพิ่มขึ้น 0.348 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า — ราคาสัมพัทธ์ (ReLWP) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 2.918 — ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2.40%

(4) มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก
ความสัมพันธ์ที่ 1

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า ผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) Im มูลค่าการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) ReLWP ระดับราคาสัมพัทธ์ของผลไม้ไทยในประเทศผู้นำเข้าเทียบกับราคาผลไม้ที่นำเข้าจากตลาดโลกในประเทศนั้น ค่าเฉลี่ย 1.3462	ความสัมพันธ์ที่ 1 $Im = 0.610 \text{ ReLWP} + 0.572 \text{ DistPStd} + 0.188 \text{ Taste1Y} -$ $0.196 \text{ Mk\$QSize}, R^2 = 0.772$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่ราคาสัมพัทธ์ของมะพร้าวอ่อนปอกเปลือกไทย สูงกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้ามะพร้าวอ่อนปอกเปลือกไทยเพิ่มขึ้น 0.610 หน่วย

DistPStd เป็นกลุ่มตัวแปรที่ประกอบด้วย ระยะทางจากไทย ราคาผลไม้ไทยของประเทศผู้นำเข้า และมาตรฐานการนำเข้า ซึ่งพบว่าประเทศที่ผลไม้มีราคาสูงจะมีระยะทางการขนส่งไกล และมีมาตรฐานสูง ทำให้ตัวแปรทั้งสามแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน จึงใช้ระยะทางเป็นตัวแปรหลักในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย 7,659 กม. Taste1Y กลุ่มตัวแปรความนิยมบริโภคสินค้านำเข้าและรายได้เฉลี่ยต่อหัว ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 0.6131 Mk\$QSize เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงขนาดของตลาด สัดส่วนมูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นของประเทศนั้นจากตลาดโลก ต่อมูลค่าและปริมาณการนำเข้าของผลไม้ชนิดเดียวกันทั้งตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 3.58%	— การเลือกประเทศที่ระยะทางจากไทยสูงกว่าค่าเฉลี่ย ได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้ามะพร้าวอ่อนปอกเปลือกไทย เพิ่มขึ้น 0.572 หน่วย — การเลือกประเทศที่ตลาดมีขนาดใหญ่กว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้ามะพร้าวอ่อนปอกเปลือกไทยเพิ่มขึ้น 0.196 หน่วย — การเลือกประเทศที่ความนิยมบริโภคมะพร้าวอ่อนปอกเปลือกนำเข้าสูงกว่าค่าเฉลี่ยและรายได้ต่อหัวสูงกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้การนำเข้ามะพร้าวอ่อนปอกเปลือกไทยเพิ่มขึ้น 0.188 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า — ราคาสัมพัทธ์ (RelWP) “สูง” กว่าค่าเฉลี่ย 1.3462 — ระยะทางจากไทย (Dist) “สูง” กว่าค่าเฉลี่ย 7,659 กม. — ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า (Taste1) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.6131 — รายได้ต่อหัว (PPP) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 46,481 เหรียญสหรัฐ — ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) “ต่ำ” กว่าค่าเฉลี่ย 3.58%
--	---

ความสัมพันธ์ที่ 2

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้าผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) GrShQ เป็นกลุ่มตัวแปร อัตราการเติบโตของมูลค่า ส่วนแบ่งการตลาด และปริมาณการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) Mk\$QSize เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงขนาดของตลาด สัดส่วนมูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นของประเทศนั้นจากตลาดโลก ต่อมูลค่าและปริมาณการนำเข้าของผลไม้ชนิดเดียวกันทั้งตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 3.58%	<u>ความสัมพันธ์ที่ 2</u> $\text{GrShQ} = 0.686 \text{ Mk\$QSize} + 0.544 \text{ Taste1Y}_i$ $R^2 = 0.779$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่ตลาดมีขนาดใหญ่กว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้อัตราการเติบโต/ส่วนแบ่งการตลาด/ปริมาณการนำเข้ามะพร้าวอ่อนปอกเปลือกไทยเพิ่มขึ้น 0.686 หน่วย — การเลือกประเทศที่ความนิยมบริโภคมะพร้าวอ่อนปอกเปลือกนำเข้าสูงกว่าค่าเฉลี่ยและรายได้ต่อหัวสูงกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้อัตราการเติบโต/ส่วนแบ่งการตลาด/ปริมาณการนำเข้ามะพร้าวอ่อนปอกเปลือกไทยเพิ่มขึ้น 0.544 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า

Taste1Y กลุ่มตัวแปรความนิยมบริโภคสินค้านำเข้าและรายได้เฉลี่ยต่อหัว ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน จึงใช้นิยมบริโภคสินค้านำเข้าเป็นตัวแปรหลักในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย 0.6131	— ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 3.58% — ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า (Taste1) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.6131
---	--

(5) หมายเหตุ หมายเหตุ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้าผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) QImSh เป็นกลุ่มตัวแปร ปริมาณ มูลค่าการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย และส่วนแบ่งตลาด ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) Taste1Std- กลุ่มตัวแปรความนิยมบริโภคสินค้านำเข้า และมาตรฐานของประเทศผู้นำเข้าที่แปรผันไปในทิศทางตรงข้ามกัน ค่าเฉลี่ย 7.1902 Mk\$QSize เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงขนาดของตลาด สัดส่วนมูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นของประเทศนั้นจากตลาดโลก ต่อมูลค่าและปริมาณการนำเข้าของผลไม้ชนิดเดียวกันทั้งตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 3.28%	$QImSh = - 0.460(Taste1Std-) + 0.360(Mk\\$QSize) ,$ $R^2 = 0.432$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่ความนิยมบริโภคผลหมากนำเข้าต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ในขณะที่มาตรฐานการนำเข้า มีระดับเท่าเดิมหรือสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าหมากไทยเพิ่มขึ้น 0.460 หน่วย — การเลือกประเทศที่ตลาดมีขนาดใหญ่กว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าหมากไทยเพิ่มขึ้น 0.360 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า — ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า (Taste1) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 7.1902 — มาตรฐานการนำเข้า (Std) มีระดับเท่าเดิมหรือต่ำกว่า 2.77% — ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 3.28%

(6) ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้าผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) QImSh เป็นกลุ่มตัวแปร ปริมาณ มูลค่าการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย และส่วนแบ่งตลาด ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน	$QImSh = 0.831 Mk\\$QSize - 0.233 DistStd ,$ $R^2 = 0.753$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่ตลาดมีขนาดใหญ่กว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าผลไม้อบแห้งไทยเพิ่มขึ้น 0.831 หน่วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) Mk\$QSize เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดง ขนาดของตลาด สัดส่วนมูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นของประเทศนั้นจากตลาดโลก ต่อมูลค่าและปริมาณการนำเข้าของผลไม้ชนิดเดียวกันทั้งตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 2.21% DistStd เป็นกลุ่มตัวแปรที่ประกอบด้วย ระยะทางจากไทย และมาตรฐานการนำเข้า ซึ่งพบว่าประเทศที่มีระยะทางการขนส่งไกลและมีมาตรฐานสูง ทำให้ตัวแปรทั้งสองแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน จึงใช้ระยะทางเป็นตัวแปรหลักในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย 7,536 กม.	— การเลือกประเทศที่มีระยะทางจากไทยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าผลไม้ของไทยเพิ่มขึ้น 0.233 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า — ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2.21% — ระยะทางจากไทย (Dist) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 7,536 กม.
--	--

(7) สัมโม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและผลกระทบต่อการนำเข้าผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) QImSh เป็นกลุ่มตัวแปร ปริมาณ มูลค่าการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย และส่วนแบ่งตลาด ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) StdDist เป็นกลุ่มตัวแปรที่ประกอบด้วย มาตรฐานการนำเข้า และระยะทางจากไทย ซึ่งพบว่าประเทศที่มีระยะทางการขนส่งไกลและมีมาตรฐานสูง ทำให้ตัวแปรทั้งสองแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน จึงใช้ระยะทางเป็นตัวแปรหลักในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย 7,982 กม. WGr เป็นอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้น ของประเทศนั้น จากตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 1.92%	$QImSh = -0.268StdDist - 0.405WGr$ $R^2 = 0.246$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่มีอัตราการเติบโตของการนำเข้าส้มโอจากตลาดโลกต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้การนำเข้าส้มโอไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 0.405 หน่วย — การเลือกประเทศที่มีระยะทางจากไทยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าส้มโอไทยเพิ่มขึ้น 0.268 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า — ระยะทางจากไทย (Dist) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 7,982 กม. — อัตราเติบโตของการนำเข้าจากตลาดโลก (WGr) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 1.92%

(8) สับปะรด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า ผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) QImSh เป็นกลุ่มตัวแปร ปริมาณ มูลค่าการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย และส่วนแบ่งตลาด ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) Mk\$QSize เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดง ขนาดของตลาด สัดส่วนมูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นของประเทศนั้นจากตลาดโลก ต่อมูลค่าและปริมาณการนำเข้าของผลไม้ชนิดเดียวกันทั้งตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 2.26% PReLWP เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดงระดับราคาสัมพัทธ์และราคาผลไม้ไทยของประเทศผู้นำเข้า ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 4.0788	$QImSh = 0.609 Mk\$QSize - 0.299 PrelWP ,$ $R^2 = 0.479$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่ตลาดมีขนาดใหญ่กว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าสับปะรดไทยเพิ่มขึ้น 0.609 หน่วย — การเลือกประเทศที่ระดับราคาสัมพัทธ์ของสับปะรดไทย ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าสับปะรดไทยเพิ่มขึ้น 0.299 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า — ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2.26% — ราคาสัมพัทธ์ (ReLWP) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 4.0788

(9) ทุเรียน มะม่วง สับปะรด มังคุด แอปเปิ้ล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า	ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อการนำเข้า ผลไม้ไทยที่ได้จากวิเคราะห์ด้วย Regression
ผลกระทบต่อการนำเข้า (ตัวแปรตาม) ImQSh เป็นกลุ่มตัวแปร มูลค่า ปริมาณ การนำเข้าผลไม้ชนิดนั้นจากไทย และส่วนแบ่งตลาด ซึ่งแปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า (ตัวแปรอิสระ) Mk\$QSize เป็นกลุ่มตัวแปรที่แสดง ขนาดของตลาด สัดส่วนมูลค่าและปริมาณการนำเข้าผลไม้	$ImQSh = 0.951 Mk\$QSize ,$ $R^2 = 0.914$ อธิบายสมการความสัมพันธ์ — การเลือกประเทศที่ตลาดมีขนาดใหญ่กว่าค่าเฉลี่ยได้ 1 หน่วย จะทำให้มูลค่าการนำเข้าผลไม้แช่แข็งจากไทยเพิ่มขึ้น 0.951 หน่วย เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า — ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 1.74%

ชนิดนั้นของประเทศนั้นจากตลาดโลก ต่อมูลค่า และปริมาณการนำเข้าของผลไม้ชนิดเดียวกันทั้ง ตลาดโลก ค่าเฉลี่ย 1.74%	
---	--

(10) มะพร้าวมีเปลือก

มะพร้าวมีเปลือก รวมอยู่ใน HS 080119 (มะพร้าวอื่นๆ มีเปลือก) ซึ่งมีทั้งมะพร้าวแก่และมะพร้าวอ่อน จึงยากต่อการแยกแยะ อีกทั้งพบว่ามะพร้าวมีเปลือกมีอัตราการเติบโตลดลง ผลไม่อยู่ในสภาพพร้อมรับประทาน และค่าขนส่งสูงเนื่องจากน้ำหนักเปลือกมาก คณะผู้วิจัยเห็นว่าแนวทางในการพัฒนาการส่งออกควรมุ่งเน้นไปที่ 080112 มะพร้าวอ่อน ปอกเปลือก ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าการผลิตในประเทศ และลดน้ำหนักผลไม้ที่เป็นต้นทุนใหญ่ด้านโลจิสติกส์ และมีราคาจำหน่ายที่สูงกว่า จึงควรให้การเติบโตของมะพร้าวมีเปลือกเป็นไปตามกลไกของตลาด

4.3 สรุปเกณฑ์กำหนดการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้าผลไม้จากไทย

จากขั้นตอนข้างต้นสามารถกำหนดเกณฑ์กำหนดการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้าผลไม้จากไทยแต่ละชนิดจากความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าและปัจจัยที่เป็นผลกระทบต่อการนำเข้าในข้อ 4.2 ได้ดังนี้

(1) ทูเรียนสด

เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า มีดังนี้

- ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 3.28%
- ราคาสัมพัทธ์ (RelWP) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 1.4486
- ระยะทางจากไทย (Dist) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 7,001 กม.

(2) ลำไย มะขาม ขนุน

เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า มีดังนี้

- –ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2.42%
- –ระยะทางจากไทย (Dist) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 6,950 กม.
- –ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า (Taste1) ต่ำกว่า 3.4354
- –อัตราการเติบโตของรายได้ (Ygr) ต่ำกว่า 3.86%
- –ราคาสัมพัทธ์ (RelWP) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 2.5386

(3) มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง

เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า มีดังนี้

- ราคาสัมพัทธ์ (RelWP) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 2.918
- ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2.40%

(4) มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก

เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า มี 2 ชุด คือ

ชุดที่ 1

- ราคาสัมพัทธ์ (RelWP) “สูง” กว่าค่าเฉลี่ย 1.3462
- ระยะทางจากไทย (Dist) “สูง” กว่าค่าเฉลี่ย 7,659 กม.
- ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า (Taste1) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.6131
- รายได้ต่อหัว (PPP) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 46,481 เหรียญสหรัฐ
- ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) “ต่ำ” กว่าค่าเฉลี่ย 3.58%

และ ชุดที่ 2 ดังนี้

- ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 3.58%
- ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า (Taste1) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 0.6131

(5) หนากสด หนากแห้ง

เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า มีดังนี้

- ความนิยมบริโภคผลไม้นำเข้า (Taste1) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 7.1902
- มาตรฐานการนำเข้า (Std) มีระดับเท่าเดิมหรือต่ำกว่า 2.77%
- ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 3.28%

(6) ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง

เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า มีดังนี้

- ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2.21%
- ระยะทางจากไทย (Dist) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 7,536 กม.

(7) ส้มโอ

เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า มีดังนี้

- ระยะทางจากไทย (Dist) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 7,982 กม.
- อัตราเติบโตของการนำเข้าจากตลาดโลก (Wgr) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 1.92%

(8) สับปะรด

เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า มีดังนี้

- ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 2.26%
- ราคาสัมพัทธ์ (RelWP) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 4.0788

(9) ทุเรียน มะม่วง สับปะรด มังคุด แห้งแข็ง

เกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้า มีดังนี้

- ขนาดของตลาด (Mk\$QSize) สูงกว่าค่าเฉลี่ย 1.74%

4.4 ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็นผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมายที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์คัดเลือก

จากความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลและผลกระทบต่อการนำเข้าผลไม้ไทยและเกณฑ์กำหนดการคัดเลือกประเทศผู้นำเข้าผลไม้จากไทยแต่ละชนิดข้างต้น ได้นำมาวิเคราะห์คัดกรองข้อมูลปี 2555-2565 เพื่อคัดเลือกประเทศที่มีศักยภาพในการเป็นประเทศผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมายของไทยตามเกณฑ์ดังกล่าวเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมายต่อไปได้ดังนี้

4.4.1 ทูเรียนสด

ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็นผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด ของไทย (ร้อยละ)
จีน	3,515.1	3,452.3	3,515.1	98.9%
ฮ่องกง	619.9	563.5	619.9	93.3%
ไต้หวัน	35.5	9.2	35.5	60.2%
สิงคโปร์	14.5	0.8	14.5	7.1%
มาเลเซีย	3.8	3.7	3.8	98.0%
บรูไน	4.7	0.5	4.7	31.2%
มาเก๊า	5.8	3.2	5.8	61.0%
สาธารณรัฐเกาหลี	4.8	4.8	4.8	99.9%
ญี่ปุ่น	4.3	2.2	4.3	66.2%

4.4.2 ลำไย มะขาม ขนุน

ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็น ผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
จีน	1,207.2	460	36.5%
เนเธอร์แลนด์	294.6	3	1.0%
สหรัฐอเมริกา	280.3	7	2.7%
เยอรมัน	143.6	2	0.9%
รัสเซีย	112.1	2	1.1%
อินโดนีเซีย	114.8	104	91.0%
ฝรั่งเศส	107.1	4	3.3%
สหรัฐอเมริกาบริบทเอมิเรตส์	91.9	9	9.7%
มาเลเซีย	19.6	28	70.1

4.4.3 มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง

ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็น ผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
จีน	423	361.2	85.5%
อังกฤษ	163	1.5	0.9%
ฝรั่งเศส	124	0.6	0.5%
เวียดนาม	97	89.5	92.1%
สหรัฐอเมริกาบริบทเอมิเรตส์	93	5.7	6.2%
สเปน	87	0.1	0.1%
ฮ่องกง	81	34.4	42.5%
สาธารณรัฐเกาหลี	46	135.6	22.7%
ญี่ปุ่น	36	9	23.9%
สิงคโปร์	31	14	45.9%
มาเลเซีย	21	19	87.1%
มัลดีฟส์	5	2	38.3%

4.4.4 มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก

ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็น ผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
อิตาลี	3	0.0	0.3%
อังกฤษ	2	0.1	7.2%
จีน	221	122.5	55.5%
โปแลนด์	0	0.1	31.7%
เนเธอร์แลนด์	2	0.7	33.0%
แคนาดา	1	0.3	24.3%

4.4.5 หมากสด หมากแห้ง

ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็น ผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
อินเดีย	227.6	79	0.0%
ปากีสถาน	27.4	51	1.1%
บังคลาเทศ	31.5	37	0.0%
สหรัฐอเมริกา	12.8	3	9.1%
อังกฤษ	1.5	1.2	55.0%
ฮ่องกง	0.3	0.2	21.8%

4.4.6 ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง

ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็น ผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
จีน	124	116.1	93.9%
เยอรมัน	71	0.9	1.3%
มาเลเซีย	18	5.4	30.3%
ญี่ปุ่น	17	0.4	2.3%
ฮ่องกง	16	5.1	32.2%
ออสเตรเลีย	13	1.8	13.4%
รัสเซีย	11	0.0	0.3%
ปากีสถาน	10	1.8	18.3%
สหรัฐอเมริกาบริติช	9	3.0	34.3%
ซาอุดีอาระเบีย	7	2.0	26.3%
สิงคโปร์	7	1.0	13.9%
คูเวต	4	0.0	0.5%
อิรัก	3	0.4	11.4%
คูเวต	3	0.9	28.0%

4.4.7 ส้มโอ

ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็น ผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
จีน	62	15.3	24.5%
สาธารณรัฐเกาหลี	25	0.0	0.0%
ฮ่องกง	23	4.2	18.4%
สหรัฐอเมริกาบริติช	8	0.7	9.0%
สิงคโปร์	6	0.4	6.8%
กาตาร์	4	0.0	1.1%
คูเวต	2	0.0	0.8%

4.4.8 สับปะรด

ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็น ผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้าน เหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากไทย (ล้าน เหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
สหรัฐอเมริกา	721	9.7	1.3%
เนเธอร์แลนด์	196	0.2	0.1%
เยอรมัน	147	0.3	0.2%
ญี่ปุ่น	129	0.1	0.0%
จีน	127	5.3	4.2%
สเปน	125	0.1	0.1%
อิตาลี	121	0.3	0.3%
ฝรั่งเศส	114	1.0	0.8%
แคนาดา	103	0.9	0.9%
สาธารณรัฐเกาหลี	60	0.1	0.1%
คูเวต	6	0.1	2.1%

4.4.9 ทูเรียน มะม่วง สับปะรด มังคุด แห้วแห้ง

ประเทศที่มีศักยภาพในการเป็น ผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย	มูลค่านำเข้าจากโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	มูลค่านำเข้าจากไทย (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
สหรัฐอเมริกา	588	10.9	1.9%
จีน	278	145.4	52.3%
ฝรั่งเศส	189	1.0	0.5%
แคนาดา	156	3.9	2.5%
ออสเตรเลีย	105	4.6	4.4%
อังกฤษ	99	0.5	0.5%
สาธารณรัฐเกาหลี	97	2.4	2.4%
โปแลนด์	97	0.2	0.2%
อิตาลี	70	0.0	0.0%
ออสเตรีย	64	0.0	0.1%

บทที่ 5 ศักยภาพการผลิตผลไม้เป้าหมายของไทย

การวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตผลไม้เป้าหมายของไทยรวมกับการวิเคราะห์ความต้องการผลไม้เป้าหมายในตลาดสำคัญต่อไปนี้เป็นเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายในการส่งออกผลไม้เป้าหมายของไทยและการวางตำแหน่งของผลไม้ไทยในตลาดต่างๆ รวมถึงการระบุแผนในการพัฒนาและส่งเสริมการผลิตผลไม้เป้าหมายดังกล่าวต่อไป

จากข้อมูลการผลิตผลไม้ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่ามีการรายงานการผลิตผลไม้เป้าหมายในการส่งออกดังกล่าวเพียง 3 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน มังคุด และลำไย จึงใช้ข้อมูลสถิติการผลิตของผลไม้ 3 ชนิดนี้เป็นตัวแทนในการวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตร่วมกับข้อมูลการส่งออกผลไม้ดังกล่าวจาก UN Comtrade โดยที่การเปรียบเทียบดังกล่าวจะทำให้เห็นภาพของศักยภาพในการพัฒนาการส่งออกผลไม้ไทยทั้ง 3 ชนิดได้ชัดเจน และนำไปคาดการณ์ศักยภาพในการส่งออกช่วง 5 ปีข้างหน้าได้ ดังนี้

5.1 ทุเรียน

5.1.1 คาดการณ์ผลผลิตทุเรียนไทยใน 5 ปีข้างหน้า

จากรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรระบุว่าผลผลิตทุเรียนในปี 2557 มีจำนวน 673,000 ตัน และเพิ่มเป็น 1,218,000 ตัน ในปี 2564 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.8 ต่อปี (ทั้งจากการปรับปรุงประสิทธิภาพในการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ และจากการเพิ่มพื้นที่การผลิตทุเรียน)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการผลิตรายพื้นที่ พบว่า ผลผลิตทุเรียนของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีผลผลิตเฉลี่ย 1.3 ตันต่อไร่ ในขณะที่ภาคตะวันออกมีผลผลิตเฉลี่ย 1.8 ตันต่อไร่ แตกต่างกันถึงร้อยละ 38.5 ส่วนพื้นที่การผลิตทุเรียนในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 5.8 ต่อปี โดยเป็นการปลูกทดแทนพืชเศรษฐกิจอื่นๆ ที่มีราคาต่ำกว่าทุเรียน เช่น ยาง ปาล์มน้ำมัน เงาะ และลองกอง ส่วนในภาคตะวันออกมีการเพิ่มพื้นที่ปลูกทุเรียนร้อยละ 3.4 ต่อปี ทั้งนี้ ยังไม่รวมพื้นที่อื่นๆ ในประเทศที่มีการขยายตัวเช่นกัน อย่างไรก็ตาม พื้นที่การเพาะปลูกที่เหมาะสมเริ่มจะขาดแคลน เป็นผลให้อัตราการเติบโตของผลผลิตโดยรวมจะลดต่ำลงจากแนวโน้มการเติบโตร้อยละ 8.8 ในช่วงเวลาที่ผ่านมา คงเหลือเพียงอัตราร้อยละ 8.0 ในช่วง 5 ปีข้างหน้า จึงประมาณการได้ว่าปริมาณผลผลิตทุเรียนของไทยจาก 1,217,700 ตันในปี 2564 จะเพิ่มขึ้นเป็น 1,830,927 ตันในปี 2570

5.1.2 คาดการณ์ความต้องการผลผลิตทุเรียนสดไทยใน 5 ปีข้างหน้า

ในช่วงปี 2557-2564 ตลาดโลกมีความต้องการนำเข้าทุเรียนสดไทยเป็นปริมาณเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5.8 คือจาก 705,648 ตัน ในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 1,049,384 ตัน ในปี 2564 ทั้งนี้ เป็นความต้องการของจีนมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 59 จากปริมาณความต้องการทั้งหมด อีกทั้งระดับราคาของจีนยังเพิ่มขึ้นเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 15.4 ต่อปีอีกด้วย ทำให้มูลค่าการส่งออกของทุเรียนไทยไปยังจีนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32.3 ต่อปีในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2565 จีนเริ่มนำเข้าทุเรียนสดจากเวียดนาม ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านโลจิสติกส์ และต้นทุนการผลิตต่ำกว่าทุเรียนไทย มีผลทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของไทยซึ่งเคยมีสูงอยู่ถึงร้อยละ 99 มีแนวโน้มลดลง

5.1.3 ความต้องการผลผลิตทุเรียนสดของไทยในประเทศจีน

เนื่องจากจีนเป็นตลาดทุเรียนสดที่ใหญ่ที่สุดของไทย และยังมีความต้องการนำเข้าทุเรียนสดเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเป็นการเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและราคา อย่างไรก็ตาม เริ่มจากปี 2565 จีนมีการนำเข้าจากเวียดนามและฟิลิปปินส์ และคาดว่าจะอนุญาตให้มีการนำเข้าจากมาเลเซียและอินโดนีเซียในไม่ช้านี้ อีกทั้งจีนเองก็เริ่มผลิตทุเรียนได้ที่มีคุณภาพให้หนาน จึงคาดการณ์ได้ว่าจะมีการแข่งขันด้านราคาของทุเรียนในประเทศจีน ทำให้ระดับราคาไม่อาจเพิ่มขึ้นสูงได้ เหมือนดังในอดีต

ดังนั้น จากค่าเฉลี่ยของระดับราคาทุเรียนสดไทยในจีนที่เคยเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 15.4 ต่อปีในช่วงเวลาที่ผ่านมา คาดการณ์ว่าระดับราคาจะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 6 ต่อปี ในช่วง 5 ปีข้างหน้า โดยเป็นการเพิ่มจากราคาเฉลี่ยช่วง 3 ปีก่อนหน้านี้ ที่ราคา 4.68 เหรียญสหรัฐ/กก. เป็น 4.96 เหรียญสหรัฐ/กก. ในปี 2566 และเป็น 6.26 เหรียญสหรัฐ/กก ในปี 2570

สำหรับมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดจากไทย คาดการณ์ว่าจะชะลอการเติบโตลงบ้าง จากแนวโน้มเดิมในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเคยเติบโตร้อยละ 26.0 ต่อปี คาดว่าจะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 20.0 ต่อปี ดังนั้นจากค่าเฉลี่ยของมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดไทยในช่วง 3 ปีก่อนหน้านี้ ที่ 3,452 ล้านบาทสหรัฐ จะเพิ่มขึ้นเป็น 4,429 ล้านบาทสหรัฐ ในปี 2566 และเพิ่มเป็น 8,590 ล้านบาทสหรัฐ ในปี 2570 ทั้งนี้เนื่องจากทุเรียนสดไทยมีคุณภาพและมาตรฐานดีกว่าคู่แข่ง อีกทั้งมีความพยายามกวดขันคุณภาพของทุเรียน ตั้งแต่ระดับเกษตรกร ไปถึงโรงคัดแยกและผู้ส่งออก รวมทั้งการเพิ่มช่องทางโลจิสติกส์ ให้มีการขนส่ง เข้าทางพื้นที่ด่านภาคใต้และภาคตะวันตกของประเทศไทยด้วยระบบการขนส่งทางบกและทางราง จึงคาดว่าปริมาณความต้องการทุเรียนไทย ยังจะเพิ่มขึ้นได้ในอัตราร้อยละ 20.0 ต่อปี

จากการคาดการณ์มูลค่าและราคาดังที่ได้กล่าวข้างต้น จึงสามารถคาดการณ์ปริมาณความต้องการนำเข้าทุเรียนสดของไทยในประเทศจีนได้ว่าในปี 2566 ประเทศจีนจะมีความต้องการนำเข้าทุเรียนสดจากไทยเป็นปริมาณ 835,793 ตัน และเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 11.9 ต่อปี เป็น 1,372,777 ตันในปี 2570

5.1.4 ความต้องการผลผลิตทุเรียนสดของไทยในประเทศอื่นๆนอกจากจีน

โดยการวิเคราะห์ทำนองเดียวกัน พบว่าประเทศอื่นๆนอกเหนือจากจีนจะต้องการนำเข้าทุเรียนสดของไทยในปี 2566 เป็นปริมาณ 347,229 ตัน และเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 9.4 เป็น 575,764 ตันในปี 2570

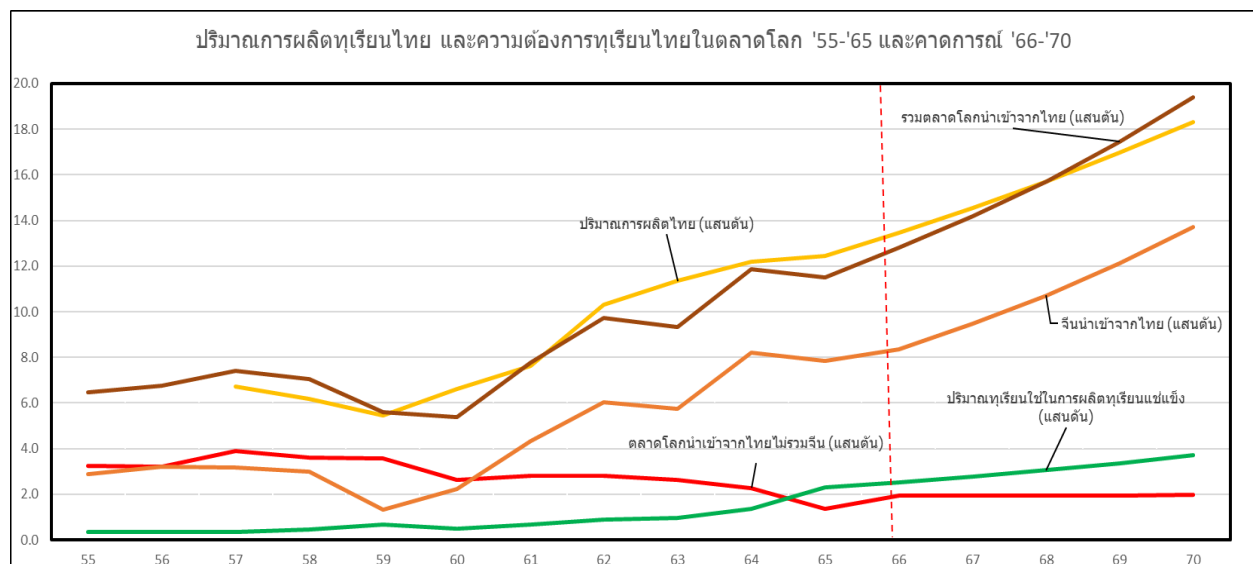
5.1.5 คาดการณ์ความต้องการผลผลิตทุเรียนแช่แข็งไทยใน 5 ปีข้างหน้า⁹

ในช่วงปี 2557-2564 ตลาดโลกมีความต้องการนำเข้าทุเรียนแช่แข็งไทยเป็นปริมาณเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20.8 คือจาก 13,080 ตันในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 49,153 ตันในปี 2564 ทั้งนี้ ความต้องการของจีนมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 59 จากปริมาณความต้องการทั้งหมด โดยมีอัตราการเติบโตของปริมาณสูงถึงร้อยละ 58.6 และมีระดับราคาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยสูงร้อยละ 2.6 ต่อปี ทำให้มูลค่าการส่งออกของทุเรียนแช่แข็งไทยไปยังจีนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 62.8 ต่อปีในช่วงระยะเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เช่นเดียวกับทุเรียนสด คาดการณ์ว่าปริมาณความต้องการจากจีนและตลาดโลกจะชะลอการเติบโตลงจากแนวโน้มเดิม เนื่องมาจากการแข่งขันของประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ดังนั้น จากอัตราการเติบโตร้อยละ 20.8 ต่อปี คาดว่าตลาดโลกจะต้องการนำเข้าทุเรียนแช่แข็งไทยเป็นปริมาณเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียงร้อยละ 10.0 ต่อปีในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ ทุเรียนแช่แข็งมีน้ำหนักประมาณร้อยละ 36 ของทุเรียนทั้งลูก

5.1.6 ความต้องการทุเรียนไทยในตลาดโลก

เมื่อรวมปริมาณความต้องการทุเรียนสดทั้งจากประเทศจีนและประเทศอื่นๆ รวมทั้งความต้องการในการแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็ง พบว่าจะเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 11.0 ต่อปี เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณผลผลิตในประเทศที่เติบโตร้อยละ 8.0 ต่อปี จะทำให้ปริมาณการผลิตในประเทศไม่พอเพียงต่อการส่งออกตั้งแต่ประมาณปี 2569-2570 แสดงเป็นแผนภูมิได้ดังภาพที่ 9

ภาพที่ 9 ปริมาณการผลิตทุเรียนไทย และความต้องการทุเรียนไทยในตลาดโลก ปี 2555-2565 และคาดการณ์ ปี 2566-2570



ที่มา: คำนวณจากข้อมูลการผลิตของ สศก. และข้อมูลปริมาณและมูลค่าการนำเข้าของ UN Comtrade

⁹ ทุเรียนแช่แข็งมีสัดส่วนในผลไม้แช่แข็งของไทย (HS 81190) ประมาณร้อยละ 76 ข้อมูลในการวิเคราะห์นี้จึงได้แยกศึกษาเฉพาะทุเรียนแช่แข็ง

โดยสรุป จากการวิเคราะห์ศักยภาพในการเพิ่มผลผลิตทุเรียนในประเทศ คาดว่าคงขยายตัวได้ประมาณร้อยละ 8 ต่อปี ในช่วง 5 ปีข้างหน้า และความต้องการปริมาณนำเข้าทุเรียนไทยจากประเทศจีนจะเพิ่มขึ้นได้ในอัตราร้อยละ 11.9 ต่อปี ในขณะที่ความต้องการปริมาณนำเข้าทุเรียนจากประเทศอื่นๆ จะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 9.4 ต่อปี และความต้องการปริมาณผลผลิตทุเรียนสดเพื่อนำไปแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็งจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี จึงสามารถแสดงได้ดังภาพข้างต้น ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ปริมาณการผลิตทุเรียนไทยจะมีการเติบโตตามความต้องการของตลาดส่งออกได้จนถึงปี 2569 เท่านั้น เนื่องจากความจำกัดของพื้นที่ที่เหมาะสมในการเพาะปลูก อย่างไรก็ตาม หากมีการวิจัย พัฒนา และทดสอบ การใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรในการเพิ่มผลผลิตทุเรียน อาจทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นมากกว่าที่คาดการณ์ไว้ได้ ทั้งนี้ แม้ว่าผลผลิตจะไม่เพียงพอสำหรับการรองรับการเติบโตของตลาด แต่ระดับราคาที่สามารถเพิ่มขึ้นได้จากการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐาน อันจะทำให้มูลค่าของการส่งออกทุเรียนไทยยังคงมีการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

5.2 มังคุด

5.2.1 คาดการณ์ผลผลิตมังคุดไทยใน 5 ปีข้างหน้า

จากรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรระบุว่าผลผลิตมังคุดลดลงจาก 291,384 ตัน ในปี 2557 เป็น 251,635 ตัน ในปี 2564 โดยมีสาเหตุสำคัญคือมังคุดมีพื้นที่การผลิตเดียวกับทุเรียน และให้ผลผลิตในระยะเวลาเดียวกับทุเรียน แต่มีผลตอบแทนต่อไร่ได้น้อยกว่ามาก ทำให้เกษตรกรส่วนหนึ่งเลือกที่จะโค่นต้นมังคุดเพื่อใช้พื้นที่ปลูกทุเรียนทดแทน และคาดว่าผลผลิตมังคุดในประเทศจะยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 1 ต่อปีในระยะเวลาอีก 5 ปีข้างหน้า

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลรายพื้นที่พบว่า ในภาคใต้ทั้งฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันซึ่งเป็นพื้นที่ใหญ่ที่สุดในการผลิตมังคุด มีผลผลิตมังคุดเฉลี่ย 0.53 ตันต่อไร่เท่ากันทั้งใน 2 พื้นที่ ในขณะที่มังคุดในภาคตะวันออกมีผลผลิตเฉลี่ย 0.72 ตันต่อไร่ แตกต่างกันถึงร้อยละ 36.6 จึงมีช่องโอกาสในการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตมังคุดของภาคใต้ภาคฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันให้สูงขึ้นได้

5.2.2 ศักยภาพความต้องการมังคุดไทยในตลาดโลก

ผลไม้ในประเภท HS 080450 ประกอบด้วย มังคุด มะม่วงสด/แห้งและฝรั่ง โดยที่ มังคุด เป็นผลไม้หลักของไทยในพิกัดนี้ที่ตลาดโลกต้องการนำเข้าจากไทย มีสัดส่วนอยู่ประมาณร้อยละ 81.0 และหากแยกพิจารณาเฉพาะตลาดจีน พบว่ามังคุดมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 96.9 ตลาดเวียดนาม มังคุดมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 96.3 และตลาดฮ่องกงมังคุดมีสัดส่วนถึงร้อยละ 85.2 แต่สำหรับตลาดอื่นๆนอกจาก 3 ประเทศนี้ มังคุดมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 11.8 เท่านั้น

ดังนั้นในการพิจารณาศักยภาพในการผลิตและความต้องการมังคุดของไทย จึงสามารถพิจารณาจากความต้องการเพียง 3 ประเทศนี้ คือ จีน ฮ่องกง และเวียดนาม ซึ่งรวมกันแล้วมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 96.5 ในความต้องการนำเข้ามังคุดไทยในตลาดโลก

โดยในช่วงตั้งแต่ปี 2557-2564 ทั้ง 3 ประเทศนี้มีความต้องการนำเข้ามังคุดไทยเป็นปริมาณเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.2 ต่อปี คือจาก 147,666 ตันในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 238,034 ตันในปี 2564 ทั้งนี้ เป็นความ

ต้องการของเงินมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 75 จากปริมาณความต้องการของทั้ง 3 ประเทศ โดยความต้องการนำเข้าของเงินเติบโตร้อยละ 16.8 ต่อปี และระดับราคายังเติบโตร้อยละ 7.0 ต่อปี ทำให้มูลค่าการส่งออกของม้งคุดไทยไปยังจีนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 24.9 ต่อปีในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ในขณะที่ปริมาณความต้องการของฮ่องกงและเวียดนาม เติบโตลดลงถึงร้อยละ 23.1 ต่อปี และระดับราคายังลดลงร้อยละ 0.02 ต่อปีอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม มีแนวโน้มว่าเงินอาจนำเข้าม้งคุดจากอินโดนีเซีย ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตมากกว่าม้งคุดไทย เนื่องจากมีค่าแรงต่ำกว่าและมีพื้นที่ในการเพาะปลูกมากกว่าไทย และจากข้อมูลการนำเข้าผลไม้ในประเภทนี้ของจีนพบว่าจีนเริ่มนำเข้าจากอินโดนีเซียตั้งแต่ปี 2561 โดยมีอัตราการเติบโตสูงมากถึงร้อยละ 40.0 ในขณะที่อัตราการเติบโตของไทยสูงเพียงร้อยละ 14.6 จึงคาดได้ว่าม้งคุดของอินโดนีเซียจะทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในจีนที่เคยสูงอยู่ถึงร้อยละ 81.4 มีแนวโน้มลดลง

5.2.3 คาดการณ์ความต้องการการนำเข้าม้งคุดไทยใน 3 ประเทศผู้นำเข้าหลัก เทียบกับปริมาณผลผลิตภายในประเทศช่วง 5 ปี ระหว่างปี 2566 – 2570

ปริมาณผลผลิตในประเทศ คาดว่าจะลดลงร้อยละ 1 ต่อปี ดังเหตุผลที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น จึงประมาณการได้ว่าปริมาณผลผลิตม้งคุดของไทยจะลดลงจาก 265,386 ตัน ในปี 2566 ลดลงเป็น 254,928 ตัน ในปี 2570

5.2.4 ความต้องการผลผลิตม้งคุดไทยในประเทศจีน

เนื่องจากจีนเป็นตลาดม้งคุดที่ใหญ่ที่สุดของไทย และยังมีความต้องการนำเข้าม้งคุดเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเป็นการเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและราคา คือปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.8 และมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.9 อย่างไรก็ตาม พบว่าตั้งแต่ปี 2561 จีนมีการนำเข้าม้งคุดจากอินโดนีเซียในอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 40 ต่อปี แม้ว่าสัดส่วนของปริมาณการนำเข้าอินโดนีเซียจะยังคงมีเพียงร้อยละ 5.9 ในขณะที่ไทยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 81.4 และปัจจุบันราคาเฉลี่ยของม้งคุดไทยยังคงต่ำกว่าราคาเฉลี่ยของอินโดนีเซียที่ประมาณร้อยละ 16 แต่ก็คาดการณ์ได้ว่าจะมีการแข่งขันด้านราคาของม้งคุดในประเทศจีน ทำให้ระดับราคาม้งคุดไทยไม่อาจเพิ่มขึ้นสูงได้เหมือนดังในอดีต

ดังนั้น จากค่าเฉลี่ยของระดับราคาม้งคุดไทยในจีนที่เคยเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.0 ต่อปีในช่วงเวลาที่ผ่านมามีคาดการณ์ว่าระดับราคาจะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 2.4 ต่อปี ในช่วง 5 ปีข้างหน้า โดยเป็นการเพิ่มจากราคาเฉลี่ยช่วง 3 ปีก่อนหน้านี้ (2563-2565) ที่ราคา 2.75 เหรียญสหรัฐ/กก. เป็น 2.86 เหรียญสหรัฐ/กก. ในปี 2566 เป็น 3.34 เหรียญสหรัฐ/กก. ในปี 2570

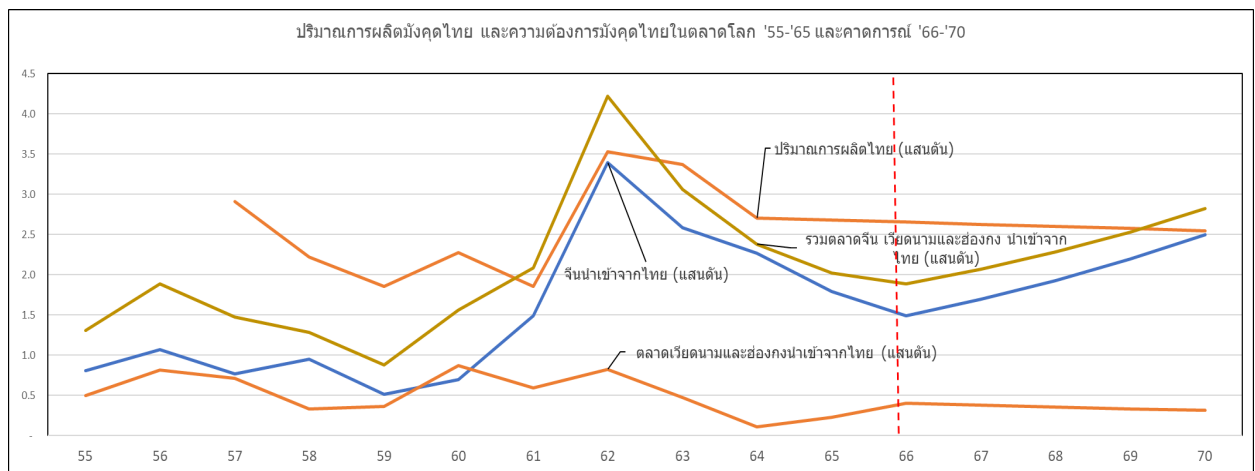
สำหรับมูลค่าการนำเข้าม้งคุดจากไทย คาดการณ์ว่ายังคงเติบโตตามแนวโน้มเดิม คือเติบโตร้อยละ 12.7 ต่อปี ดังนั้นจากค่าเฉลี่ยของมูลค่าการนำเข้าม้งคุดไทยในช่วง 10 ปีก่อนหน้านี้ ที่ 361 ล้านเหรียญสหรัฐ จะเพิ่มขึ้นเป็น 407 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2566 และเพิ่มเป็น 658 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2570

ปริมาณความต้องการนำเข้าม้งคุดจากไทย จากการคาดการณ์มูลค่าและราคาดังที่ได้กล่าวข้างต้น จึงสามารถคาดการณ์ปริมาณความต้องการนำเข้าม้งคุดไทยในประเทศจีนได้ ว่าในปี 2566 ประเทศจีนจะมีความต้องการนำเข้าม้งคุดจากไทยเป็นปริมาณ 148,813 ตัน และเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 6.9 ต่อปี เป็น 250,170 ตันในปี 2570

5.2.5 ความต้องการผลผลิตมังคุดไทยในประเทศอื่นๆนอกจากจีน

จากการวิเคราะห์ทำนองเดียวกัน พบว่าประเทศเวียดนามและฮ่องกงจะต้องการนำเข้ามังคุดไทยในปี 2565 เป็นปริมาณ 22,741 ตัน และเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 7.1 เป็น 32,010 ตันในปี 2570 เมื่อรวมปริมาณความต้องการมังคุดทั้งจากประเทศจีนและประเทศอื่นๆ จะเติบโตในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้าโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.9 ต่อปี เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณผลผลิตในประเทศที่มีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 1.0 ต่อปี จะทำให้ปริมาณการผลิตในประเทศไม่พอเพียงต่อการส่งออกตั้งแต่ประมาณปี 2569-2570 แสดงเป็นแผนภูมิได้ดังนี้

ภาพที่ 10 ปริมาณการผลิตมังคุดไทย และความต้องการมังคุดไทยในตลาดโลก ปี 2555-2565 และคาดการณ์ ปี 2566-2570



ที่มา: คำนวณจากข้อมูลการผลิตของ สศก. และข้อมูลปริมาณและมูลค่าการนำเข้าของ UN Comtrade

โดยสรุป จากการวิเคราะห์ศักยภาพในการเพิ่มผลผลิตมังคุดในประเทศ คาดว่า จะยังคงเติบโตในอัตราลดลงประมาณร้อยละ 1 ต่อปี ในช่วง 5 ปีข้างหน้า และความต้องการนำเข้ามังคุดไทยจากประเทศจีนจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 6.9 ในขณะที่ความต้องการนำเข้ามังคุดจากประเทศ เวียดนามและฮ่องกงจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 7.1 จึงสามารถแสดงได้เป็นแผนภูมิดังกล่าว จากความพยายามในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน และการส่งเสริมการส่งออก ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ปริมาณผลผลิตมังคุดของไทยยังค่อนข้างมีขีดจำกัดในการรองรับกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ และหากยังคงมีการโค่นต้นมังคุดเพื่อนำพื้นที่ไปปลูกทุเรียนดังเช่นที่ผ่านมา จะมีผลทำให้ปริมาณผลผลิตภายในประเทศไม่พอเพียงต่อการส่งออกมังคุดภายในปี 2569 อย่างไรก็ตาม หากมีการวิจัย และทดสอบ การใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิตมังคุด อาจทำให้ ผลผลิตดังกล่าวเพิ่มขึ้นมากกว่าที่คาดการณ์ไว้ ทั้งนี้แม้ว่าผลผลิตจะไม่พอเพียง แต่ระดับราคาที่สูงขึ้นเนื่องจากการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐาน จะทำให้มูลค่าของการส่งออกมังคุดไทยยังคงมีการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

5.3 ลำไย

5.3.1 คาดการณ์ผลผลิตลำไยไทยใน 5 ปีข้างหน้า

คาดว่าศักยภาพในการผลผลิตลำไยในประเทศจะยังคงขยายตัวได้ประมาณร้อยละ 3.5 ต่อปีในระยะเวลาอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งลดลงจากแนวโน้มของการเพิ่มผลผลิตช่วงปี 2557-2564 ที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4.6 ต่อปี จาก 1.141 ล้านตัน ในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 1.567 ล้านตันในปี 2564

ทั้งนี้ ในภาคเหนือตอนบนที่มีผลผลิตลำไยเฉลี่ยเพียง 0.80 ตันต่อไร่ ในขณะที่ลำไยในภาคตะวันออกมีผลผลิตเฉลี่ยถึง 1.17 ตันต่อไร่ แตกต่างกันอย่างมากถึงร้อยละ 47.1 จึงมีช่องโอกาสในการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตลำไยของภาคเหนือตอนบนได้อีกพอสมควร เนื่องจากสวนลำไยในภาคเหนือตอนบนเป็นสวนเก่า และเกษตรกรส่วนใหญ่ยังใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม เช่น ไม่มีการตัดแต่งทรงพุ่ม เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในด้านการขยายพื้นที่ผลิต ภาคเหนือตอนบนซึ่งมีพื้นที่การปลูกลำไยมากถึงร้อยละ 72 ของพื้นที่ทั้งประเทศ และยังมีการเพิ่มพื้นที่ปลูกลำไยอยู่ร้อยละ 2.8 ต่อปี แต่ในภาคตะวันออกซึ่งมีพื้นที่การปลูกลำไยร้อยละ 22 ของพื้นที่ทั้งประเทศ และในช่วงปี 2557-2564 ยังคงมีอัตราการเติบโตอยู่มากถึงร้อยละ 6.6 ต่อปี แต่พื้นที่บริเวณนี้มีความเหมาะสมในการปลูกทุเรียนซึ่งตลาดมีความต้องการสูงกว่าลำไย จึงคาดว่าเกษตรกรบางส่วนจะปรับเปลี่ยนพื้นที่การปลูกลำไยเพื่อปลูกทุเรียนแทน ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของพื้นที่ปลูกลำไยในภาคตะวันออกมีแนวโน้มลดลงตามลำดับ

ดังนั้นจึงคาดว่าอัตราการเติบโตของผลผลิตลำไยทั้งประเทศจะอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 3.0-4.0 หรือค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.5 ตามแนวโน้มการเติบโตโดยเฉลี่ยซึ่งมีน้ำหนักของอัตราการเติบโตของลำไยในภาคเหนือตอนบนมากกว่าพื้นที่อื่นๆ

5.3.2 คาดการณ์ความต้องการการลำไยไทยในตลาดโลก เทียบกับปริมาณผลผลิตภายในประเทศ ช่วง 5 ปีข้างหน้า

ปริมาณผลผลิตในประเทศคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 ต่อปี ดังเหตุผลที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น จึงประมาณการได้ว่าปริมาณผลผลิตลำไยของไทยจะเพิ่มขึ้นจาก 1.567 ล้านตันในปี 2564 เพิ่มขึ้นเป็น 1.926 ล้านตันในปี 2570

ในช่วงปีเดียวกัน ตลาดโลกมีความต้องการนำเข้าผลไม้สดจากไทย¹⁰ เป็นปริมาณเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11.5 ต่อปี คือจากประมาณ 368,796 ตัน ในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 791,769 ตัน ในปี 2564

จีนยังคงเป็นตลาดลำไยที่ใหญ่ที่สุดของไทย ทั้งนี้ปริมาณความต้องการของจีนมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 43.2 และยังมีอัตราความเติบโตสูงถึงร้อยละ 16.4 ต่อปี รองลงมาที่สำคัญเป็นความต้องการของฮ่องกง สัดส่วนร้อยละ 24.8 และอัตราความเติบโตร้อยละ 4.9 ต่อปี อินโดนีเซียมีสัดส่วนร้อยละ 11.5 แต่มีอัตราการเติบโตลดลงเฉลี่ยร้อยละ 3.2 ต่อปี มาเลเซียมีสัดส่วนร้อยละ 6.2 แต่อัตราการเติบโตสูงขึ้นมากถึงร้อยละ 18.3 ต่อปี และเวียดนาม มีสัดส่วนร้อยละ 6.2 เช่นกัน อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.3 ต่อปี

¹⁰ หมายเหตุ ; ลำไยมีสัดส่วนร้อยละ 85 ในผลไม้กลุ่มนี้ ซึ่งรวมผลไม้อื่นๆ อาทิ ขนุน มะขาม เงาะ ลองกอง ปริมาณที่แสดงต่อไปนี้เป็นปริมาณที่ไม่รวมผลไม้อื่น คงมีเฉพาะลำไยเท่านั้น

สำหรับอินโดนีเซียซึ่งเป็นตลาดลำไยใหญ่อันดับ 3 ของไทย แต่ปัจจุบันอินโดนีเซียใช้นโยบายกีดกันการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ และส่งเสริมการบริโภคผลไม้ภายในประเทศ ส่งผลให้ปริมาณความต้องการนำเข้าจากอินโดนีเซียมีแนวโน้มลดลง

ในด้านการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน ปัจจุบันเวียดนามมีผลผลิตลำไยออกสู่ตลาดมากขึ้น จนอาจทำให้เวียดนามลดการนำเข้าลำไยจากไทยในไม่ช้า และหากจีนเริ่มการนำเข้าลำไยจากเวียดนามด้วยก็จะมีผลทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในประเทศจีนมีแนวโน้มลดลง นอกจากนี้มีชาวจีนไปลงทุนปลูกลำไยในประเทศกัมพูชาและลาว ซึ่งเริ่มมีผลผลิตส่งออกไปยังจีนได้ในปี 2565 ก็จะทำให้การแข่งขันของตลาดลำไยในประเทศจีนสูงมากยิ่งขึ้น และความต้องการลำไยจากไทยจะเริ่มมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ลำไยของไทยจะต้องหาตลาดใหม่มาทดแทน รวมทั้งต้องเพิ่มคุณภาพและมาตรฐานของลำไยที่ส่งออกไปยังตลาดหลัก เช่น จีนและฮ่องกง เพื่อให้ลำไยไทยได้ราคาระดับเกรดพรีเมียมในตลาดเหล่านี้

5.3.3 ความต้องการผลผลิตลำไยไทยในประเทศจีน

เนื่องจากจีนเป็นตลาดลำไยที่ใหญ่ที่สุดของไทย และในช่วงปี 2557-2564 ยังมีปริมาณความต้องการนำเข้าลำไยเพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก คือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.4 ต่อปี แต่ระดับราคาลำไยของไทยในช่วงเวลาดังกล่าวค่อนข้างคงที่ คือเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพียงร้อยละ 0.3 ต่อปีเท่านั้น อีกทั้งผลผลิตลำไยในเวียดนามเริ่มมีมากขึ้น รวมทั้งผลผลิตในกัมพูชาและลาวซึ่งชาวจีนเป็นผู้ลงทุนผลิตเองเริ่มออกสู่ตลาดตั้งแต่ปี 2565 จึงคาดว่าจีนจะมีการนำเข้าจาก 3 ประเทศนี้มากขึ้น ส่งผลให้มีการแข่งขันด้านราคาของลำไยในประเทศจีน ทำให้ระดับราคาลำไยในประเทศจีนไม่อาจเพิ่มขึ้นสูงได้ นอกจากจะพัฒนาลำไยไทยให้มีคุณภาพและมาตรฐานอยู่ในระดับเกรดพรีเมียม

ดังนั้น จากค่าเฉลี่ยของระดับราคาลำไยไทยในจีนที่เคยเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.3 ต่อปีในช่วงปี 2557-2564 ในขณะที่ระดับราคาลำไยเวียดนามในจีนเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 1.8 ต่อปี จึงคาดการณ์ว่าหากมีการกวดขันคุณภาพและมาตรฐานของลำไยไทยให้ดีกว่าประเทศคู่แข่ง ระดับราคาลำไยไทยควรมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นได้อย่างน้อยร้อยละ 1.5 ต่อปี ทัดเทียมกับการเพิ่มขึ้นของราคาลำไยเวียดนามในช่วง 5 ปีข้างหน้า โดยเป็นการเพิ่มจากราคาเฉลี่ยช่วง 3 ปีก่อนหน้านี้ที่ราคา 1.37 เหรียญสหรัฐ/กก. เป็น 1.39 เหรียญสหรัฐ/กก. ในปี 2566 และเป็น 1.47 เหรียญสหรัฐ/กก. ในปี 2570

สำหรับมูลค่าการนำเข้าลำไยไทย ซึ่งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาเติบโตได้เพียงร้อยละ 3.6 ต่อปี ในขณะที่จีนนำเข้าลำไยจากตลาดโลกเติบโตได้ร้อยละ 4.7 ต่อปี ดังนั้น จะต้องมีการพัฒนาลำไยไทยให้มีคุณภาพและมาตรฐานสูงกว่าคู่แข่ง โดยการกวดขันคุณภาพตั้งแต่ระดับเกษตรกร โรงคัดแยกและผู้ส่งออก รวมทั้ง การเพิ่มช่องทางโลจิสติกส์ให้มีการขนส่งเข้าทางพื้นที่ด้านภาคใต้และภาคตะวันตกของประเทศจีนด้วยระบบการขนส่งทางบกและทางราง การพัฒนาการค้าด้วยระบบ e-commerce และการส่งเสริมการบริโภคลำไยให้กับนักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาเมืองไทยเป็นจำนวนมาก หากมีความสำเร็จในความพยายามเช่นนี้ คาดว่ามูลค่าความต้องการลำไยไทยจะเพิ่มขึ้นได้ในระดับร้อยละ 12 ต่อปี คือจากมูลค่าเฉลี่ยที่ 367 ล้านบาทสหรัฐ จะเพิ่มขึ้นเป็น 411 ล้านบาทสหรัฐในปี 2566 และเพิ่มเป็น 646 ล้านบาทสหรัฐ ในปี 2570

จากการคาดการณ์มูลค่าและราคาค้างที่ได้อ้างข้างต้น จึงสามารถคาดการณ์ปริมาณความต้องการนำเข้าลำไยไทยในประเทศจีนได้ ว่าในปี 2566 ประเทศจีนจะมีความต้องการนำเข้าลำไยจากไทยเป็นปริมาณ 295,769 ตัน และในปี 2570 เป็นปริมาณ 438,490 ตัน กล่าวคือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.1 ต่อปี

ดังนั้น สำหรับตลาดจีน หากมีการกวดขันคุณภาพและมาตรฐานของลำไยไทย คาดว่าจะทำให้ ราคาลำไยไทยเพิ่มขึ้นได้ในอัตราร้อยละ 1.5 ต่อปี และปริมาณความต้องการนำเข้าเพิ่มขึ้นได้ในอัตราร้อยละ 5.1 ต่อปี ซึ่งส่งผลให้มูลค่า ความต้องการนำเข้าลำไยไทยในตลาดจีนเพิ่มได้เป็นร้อยละ 12 ต่อปี

5.3.4 ความต้องการผลผลิตลำไยไทยในประเทศอินโดนีเซีย

ปัจจุบันอินโดนีเซียเป็นตลาดใหญ่อันดับ 3 ของลำไยไทย แต่นับจากปี 2555 หรือระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลอินโดนีเซียได้ใช้นโยบายกีดกันการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ เพื่อให้มีการบริโภคผลไม้ภายในประเทศ ส่งผลให้ปริมาณความต้องการนำเข้าลำไยไทยมีแนวโน้มลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.3 ต่อปี อย่างไรก็ตาม ราคาลำไยไทยยังคงเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 5.1 ต่อปี ส่งผลให้มูลค่าการนำเข้าลำไยไทยลดลงเพียงเล็กน้อย เฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.5 ต่อปีเท่านั้น จึงคาดการณ์ได้ว่ามูลค่าความต้องการนำเข้าลำไยใช้ในอินโดนีเซียยังสามารถรักษาระดับเฉลี่ยของ 10 ปีที่ผ่านมา คือ 104 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ได้ต่อไปในช่วง 5 ปีข้างหน้า แต่ระดับราคาจะเติบโตได้ในอัตราที่ต่ำกว่าเดิม เนื่องจากเริ่มมีผลผลิตจากเวียดนาม กัมพูชาและลาวเข้ามาแข่งขันในตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเวียดนามที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าไทย ดังนั้นจากอัตราการเติบโตของราคาเฉลี่ยร้อยละ 5.1 ต่อปีในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา คาดว่าจะลดลงไม่ต่ำกว่าครึ่งหนึ่ง เหลือเพียง ร้อยละ 2.0 ต่อปี โดยเป็นการเพิ่มจากราคาเฉลี่ยช่วง 3 ปีก่อนหน้านี้ ที่ราคา 1.86 เหรียญสหรัฐ/กก. เป็น 1.89 เหรียญสหรัฐ/กก. ในปี 2566 และเป็น 2.05 เหรียญสหรัฐ/กก. ในปี 2570

จากการคาดการณ์มูลค่าและราคาค้างที่ได้อ้างข้างต้น จึงสามารถคาดการณ์ปริมาณความต้องการนำเข้าลำไยไทยในประเทศอินโดนีเซียได้ ว่าในปี 2566 อินโดนีเซียจะมีความต้องการนำเข้าลำไยจากไทยเป็นปริมาณ 55,170 ตัน และในปี 2570 เป็นปริมาณ 50,968 ตัน กล่าวคือลดลงในอัตราร้อยละ 6.1 ต่อปี

สำหรับตลาดอินโดนีเซีย จากนโยบายกีดกันการนำเข้าลำไยจากไทย ซึ่งทำให้ระดับราคาลำไยไทยในตลาดอินโดนีเซียมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีการแข่งขันด้านราคากับลำไยของเวียดนาม กัมพูชาและลาว ซึ่งจะทำให้ระดับราคาลำไยในตลาดอินโดนีเซียมีแนวโน้มชะลอตัวลง ผลกระทบของแนวโน้มทั้งสองด้านจะทำให้ระดับราคาลำไยไทยในตลาดอินโดนีเซีย เพิ่มขึ้นได้เพียงร้อยละ 2.0 ต่อปี และปริมาณความต้องการนำเข้าลดลงในอัตราร้อยละ 6.1 ต่อปี ซึ่งส่งผลให้มูลค่า ความต้องการนำเข้าลำไยไทยในตลาดอินโดนีเซียมีระดับคงตัวที่ 104 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปีในช่วงปี 2566-2570

5.3.5 ความต้องการผลผลิตลำไยไทยในประเทศอื่นๆนอกจากจีนและอินโดนีเซีย

โดยการวิเคราะห์ทำนองเดียวกัน พบว่าประเทศอื่นๆนอกเหนือจากจีนและอินโดนีเซีย จะมีความต้องการนำเข้าลำไยไทยในปี 2566 เป็นปริมาณ 176,486 ตัน และเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10.0 ต่อปี เป็น 258,393 ตันในปี 2570 ซึ่งเป็นประมาณการจากตลาดเดิมซึ่งมียอดการนำเข้าจากไทยโดยเฉลี่ยมากกว่า 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ที่คาดการณ์ว่าจะสามารถเติบโตได้ ร้อยละ 12 ต่อปี และตลาดใหม่ที่คาดการณ์ว่าจะสามารถเติบโต

ได้อย่างน้อยเท่ากับอัตราการเติบโตของการนำเข้าจากโลกในตลาดนั้น ทั้งนี้ ลำไยสดเป็นผลไม้ที่เน่าเสียได้ง่าย จึงมีตลาดค่อนข้างจำกัด

5.3.6 ความต้องการผลผลิตลำไยสดเพื่อนำไปแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง¹¹

ในช่วงปี 2555-2566 ตลาดโลกมีความต้องการนำเข้าผลไม้อบแห้งจากประเทศไทยเป็นปริมาณเฉลี่ยปีละ 111,482 ตัน อัตราการเติบโตของปริมาณเฉลี่ยร้อยละ 7.2 ต่อปี คิดเป็นมูลค่าเฉลี่ย ปีละ 220 ล้านบาท เหรียญสหรัฐ อัตราการเติบโตของมูลค่าเฉลี่ยร้อยละ 8.0 ต่อปี ระดับราคาเฉลี่ยปีละ 2.17 เหรียญสหรัฐ/กก. อัตราการเติบโตของราคาค่อนข้างคงที่เฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.8 ต่อปี

ประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ จีน ซึ่งมีสัดส่วนของปริมาณนำเข้าสูงถึงร้อยละ 66.6 และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9.8 รองลงมาได้แก่ UAE มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา แต่มีสัดส่วนของปริมาณนำเข้าเพียงร้อยละ 2.9, 2.9 และ 2.6 ตามลำดับ โดยมีอัตราการเติบโตต่ำมากหรือลดลง สำหรับเวียดนามเคยมีสัดส่วนของการนำเข้าร้อยละ 5.8 แต่มีอัตราการเติบโตลดลงตามลำดับจนกระทั่งในปี 2565 ไม่มีการนำเข้าอีกต่อไป ทั้งนี้ เวียดนามสามารถผลิตลำไยได้เองภายในประเทศแล้ว

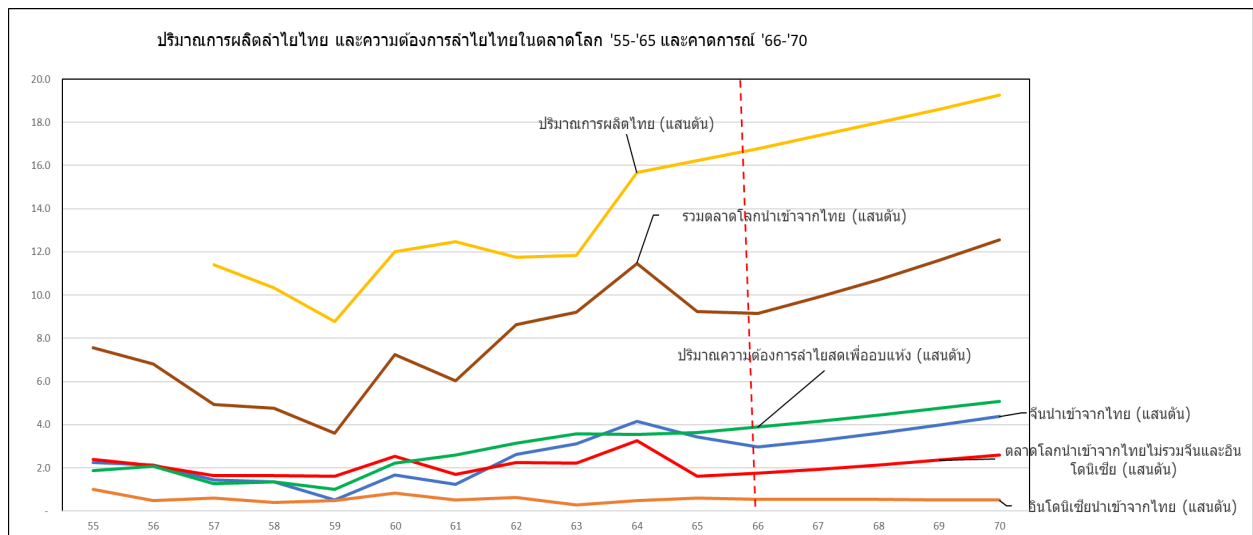
เนื่องจากการแปรรูปลำไยอบแห้งจำเป็นต้องใช้ลำไยสด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลำไยที่ตกเกรดจากลำไยสดเพื่อการส่งออก โดยผลลำไยสดเมื่อนำไปอบแห้งจะเหลือปริมาณเพียงร้อยละ 33¹² ดังนั้นจึงสามารถนำข้อมูลปริมาณความต้องการนำเข้าผลไม้อบแห้งของไทยไปเป็นค่านวนหาความต้องการลำไยสดเพื่อแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งได้ และใช้แนวโน้มของความต้องการนำเข้าลำไยอบแห้งนี้ ที่อัตราร้อยละ 7 ต่อปี เพื่อคาดการณ์ความต้องการลำไยสดเพื่อการแปรรูป ในช่วงปี 2566-2570 ได้ว่า ในปี 2566 จะมีความต้องการลำไยสด เป็นปริมาณ 388,290 ตัน และเพิ่มขึ้นเป็น 508,969 ตันในปี 2570

เมื่อรวมปริมาณความต้องการลำไยทั้งจากประเทศจีน อินโดนีเซีย และประเทศอื่นๆ รวมทั้งความต้องการนำเข้าแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง จะเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.3 ต่อปี เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณผลผลิตในประเทศที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 ต่อปี ก็ยังมีปริมาณการผลิตในประเทศที่พอเพียงต่อการส่งออกได้ตลอดช่วงปี 2569-2570 แสดงเป็นแผนภูมิได้ดังภาพที่ 11

¹¹ ลำไยอบแห้งไทยมีสัดส่วนมูลค่าในกลุ่มผลไม้อบแห้งร้อยละ 78 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้อบแห้งทั้งหมด ที่เหลือเป็นมะขามอบแห้งร้อยละ 12 ทุเรียนอบแห้งร้อยละ 4 นอกจากนั้นเป็นผลไม้อบแห้งอื่นๆ

¹² อ้างจาก สายสวาท กุลวัฒนาพร .(2547). การแปรรูปลำไยเพื่อให้ได้คุณภาพ.ข่าวเทคโนโลยีสำหรับชาวชนบท,ฉบับที่ 89 ตุลาคม-ธันวาคม 2547, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

ภาพที่ 11 ปริมาณการผลิตลำไยไทย และความต้องการมั่งคุดไทยในตลาดโลก ปี 2555-2565 และคาดการณ์ ปี 2566-2570



โดยสรุป จากการวิเคราะห์ศักยภาพในการเพิ่มปริมาณผลผลิตลำไยในประเทศ คาดว่ายังคงขยายตัวได้ประมาณร้อยละ 3.5 ต่อปี ในช่วง 5 ปีข้างหน้า และปริมาณความต้องการนำเข้าลำไยไทยจากประเทศจีน จะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.1 ต่อปี จากประเทศอินโดนีเซียลดลงในอัตราร้อยละ 6.1 ต่อปี ในขณะที่ปริมาณความต้องการนำเข้าลำไยจากประเทศอื่นๆ จะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10.0 อีกทั้งยังมีความต้องการลำไยสดเพื่อนำไปแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งซึ่งมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ต่อปี ซึ่งชี้ให้เห็นว่าลำไยไทยจะยังคงมีศักยภาพในการส่งออกได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งผลสดและลำไยอบแห้ง โดยมีสัดส่วนปริมาณการส่งออกเป็นร้อยละ 59.3 ของผลผลิตภายในประเทศ และอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.3 ต่อปี โดยแยกได้เป็นสัดส่วนของลำไยสดที่มีการคัดเกรดของคุณภาพและมาตรฐานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดนำเข้าในประเทศต่างๆ ประมาณร้อยละ 39.5 อัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.9 ต่อปี และยังคงเหลือลำไยที่ตกเกรดซึ่งมีการนำไปแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง ที่สามารถส่งออกไปยังตลาดที่อยู่ห่างไกล เช่นในยุโรป อเมริกาและตะวันออกกลาง มีสัดส่วนปริมาณการส่งออกร้อยละ 19.8 อัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.0 ต่อปี ผลผลิตส่วนที่เหลือยังสามารถนำไปผลิตเป็นผลไม้แปรรูปอื่นๆ โดยหากมีการวิจัยและทดสอบการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิตเป็นลำไยแปรรูปประเภทต่างๆ ได้ ซึ่งจะทำให้มีการใช้ผลผลิตให้เพิ่มมูลค่าได้มากขึ้นกว่าที่คาดการณ์ไว้

5.4 สรุปการผลิตผลไม้เป้าหมายสำคัญของไทย

ทุเรียน ในภาพรวมช่วง 5 ปีข้างหน้าคาดว่าประเทศไทยจะยังมีศักยภาพในการเพิ่มผลผลิตทุเรียนให้ขยายตัวได้ประมาณร้อยละ 8 ต่อปี ในขณะที่ความต้องการปริมาณนำเข้าทุเรียนไทยจากประเทศจีนจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 11.9 ต่อปี ความต้องการปริมาณนำเข้าทุเรียนจากประเทศอื่นๆ จะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 9.4 ต่อปี และความต้องการปริมาณผลผลิตทุเรียนสดเพื่อนำไปแปรรูปเป็นทุเรียนแช่แข็งจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี เมื่อรวมความต้องการผลผลิตทุเรียนทั้งหมดจะเติบโตที่ร้อยละ 11 ต่อปี ทำให้ปริมาณผลผลิตทุเรียนไทยไม่พอเพียงกับการส่งออกในประมาณปี 2569

สำหรับมังคุด ไทยมีอัตราการเติบโตของผลผลิตมังคุดในประเทศในช่วง 5 ปีข้างหน้าลดลงประมาณร้อยละ 1 ต่อปี ในขณะที่ความต้องการปริมาณนำเข้ามังคุดไทยจากประเทศจีนจะเพิ่มขึ้นได้ในอัตราร้อยละ 6.9 ต่อปี ความต้องการปริมาณนำเข้ามังคุดจากประเทศเวียดนามและฮ่องกงจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 7.1 ซึ่งหากยังคงมีการโค่นต้นมังคุดเพื่อนำพื้นที่ไปปลูกทุเรียนดังเช่นที่ผ่านมา จะมีผลทำให้ปริมาณผลผลิตภายในประเทศไม่พอเพียงต่อการส่งออกมังคุดภายในปี 2569

ในด้านลำไย ศักยภาพในการเพิ่มผลผลิตในประเทศในช่วง 5 ปีข้างหน้า คาดว่า จะยังคงขยายตัวได้ประมาณร้อยละ 3.5 ต่อปี ในขณะที่ความต้องการปริมาณนำเข้าลำไยไทยจากประเทศจีนจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.1 ต่อปี ความต้องการปริมาณนำเข้าลำไยจากประเทศ อินโดนีเซีย จะลดลงในอัตราร้อยละ 6.1 ต่อปี และความต้องการปริมาณนำเข้าลำไยจากประเทศอื่นๆจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10.0 ต่อปี และยังมีความต้องการปริมาณผลผลิตลำไยสดเพื่อนำไปแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 7 ต่อปี เมื่อรวมปริมาณความต้องการทั้งหมด จะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 6.3 ต่อปี อย่างไรก็ตาม ปริมาณผลผลิตลำไยยังมีพอเพียงต่อความต้องการตลอดช่วง 5 ปีข้างหน้า

ทั้งนี้หากมีการวิจัย พัฒนา และทดสอบการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิตอาจทำให้ผลผลิตของผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นมากกว่าที่คาดการณ์ไว้ และแม้ว่าผลผลิตของทุเรียนและมังคุดจะไม่พอเพียง แต่ก็คาดว่า การกวดขันและการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มคุณภาพและมาตรฐานของผลผลิต จะทำให้ระดับราคาที่เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้มูลค่าของการส่งออกของผลไม้ไทยทั้งสองชนิดยังคงมีการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรให้มีการวิจัยและทดสอบในการผลิตเพื่อแปรรูปเป็นผลไม้แช่แข็งหรืออบแห้ง ซึ่งจะทำให้มีการใช้ผลผลิตได้ มูลค่าเพิ่มมากกว่าที่คาดการณ์ไว้

บทที่ 6 ผลไม้และตลาดเป้าหมาย

จากจำนวนผลไม้เป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการส่งออก 10 ชนิดที่คัดเลือกไว้ในหัวข้อ 2.5 กล่าวคือ ผลไม้เป้าหมายหลัก 6 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน ลำไย มังคุด มะพร้าว มะม่วง ส้มโอ และผลไม้เป้าหมายรอง 4 ชนิด ได้แก่ หมากรุก ขนุน มะขาม สับปะรด หากจัดประเภทตามพิกัดศุลกากร (HS code) 6 หลัก จะได้ 9 ประเภท ได้แก่ ทุเรียนสด (081060) ทุเรียน-มะม่วง-สับปะรดแช่แข็ง (081190) ทุเรียน-ลำไย-มะขามอบแห้ง (081340) มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก (080112) มังคุด-มะม่วง-มะม่วงแห้ง (080450) ลำไย-มะขาม-ขนุน (081090) ส้มโอ (080540) สับปะรด (080430) หมากรุก (080280) ทั้งนี้ ไม่รวมมะพร้าวมีเปลือก เนื่องจากผลการศึกษาข้างต้น พบว่าการส่งออกมีแนวโน้มไปในทิศทางของประเภทมะพร้าวอ่อนปอกเปลือก (080112) มากกว่า จึงเสนอให้มะพร้าวมีเปลือกมีการส่งออกที่เป็นไปตามกลไกของตลาดปกติ

จากแผนงานวิจัยการพัฒนาการผลิตและการส่งออกอาหารและผลไม้ไทยคุณค่าสูงและมูลค่าสูง เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูงให้ไทยเป็นผู้นำของโลกโดยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ¹³ จึงกำหนดเป้าหมายของแผนการยกระดับศักยภาพในการส่งออกผลไม้ไทยให้มีการเพิ่มรายได้การส่งออกผลไม้ที่ได้คัดเลือกไว้ข้างต้น (ผลไม้เป้าหมาย) ให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ต่อปี และเพิ่มจำนวนประเทศที่ไม่เคยมียอดสั่งซื้อผลไม้ดังกล่าว สั่งซื้อเป็นมูลค่าเกินหนึ่งร้อยล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 10 ประเทศภายในปี 2570 หรืออีก 5 ปีข้างหน้า ไว้เป็นเงื่อนไขหลักของการกำหนดตลาดเป้าหมาย

แต่เนื่องจากพัฒนาแผนการส่งออกไม่อาจพิจารณาในเชิงรายได้เพียงมิติเดียว จำเป็นต้องพิจารณามิติของส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการเติบโตของการนำเข้าในแต่ละตลาด รวมถึงศักยภาพในการผลิตของประเทศไทยด้วย จึงกำหนดตลาดเป้าหมายในการพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้ แยกเป็นตลาดเดิมและตลาดใหม่ ไว้ดังนี้

ตลาดเดิม (Existing Market)

ตลาดเดิม หรือ ประเทศที่มีการส่งออกอยู่แล้วและสามารถเพิ่มรายได้การส่งออกผลไม้ไทย ร้อยละ 12 ต่อปี เน้นการรักษาตลาดเดิม คัดเลือกจากประเทศที่ไทยมีส่วนแบ่งการตลาด 30% ขึ้นไป และมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้เป้าหมายจากตลาดโลกมากกว่า 100 ล้านบาท (3.3 ล้านเหรียญสหรัฐ) มีอัตราการเติบโตของการนำเข้าจากตลาดโลก โดยสามารถแบ่งตลาดออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

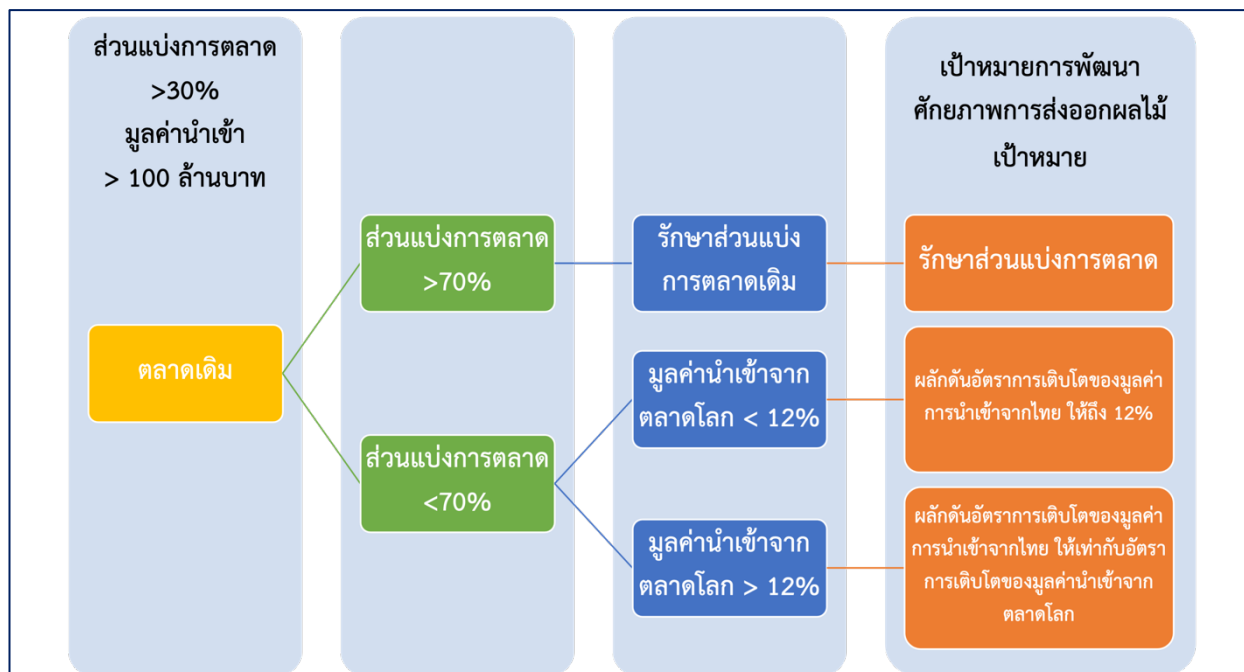
- กรณีส่วนแบ่งการตลาดของไทยในประเทศนำเข้า มากกว่า 70% ขึ้นไป ให้รักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้
- กรณีส่วนแบ่งการตลาดของไทยในประเทศนำเข้า ต่ำกว่า 70% และอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากตลาดโลกต่ำกว่าร้อยละ 12 ให้ผลักดันอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากไทย ให้ถึงร้อยละ 12 ต่อปี แต่หากอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากตลาดโลกมากกว่าร้อยละ 12 ให้ผลักดันอัตราการ

¹³ กำหนดเป้าหมายไว้ คือ 1) รายได้การส่งออกอาหารและผลไม้ไทยคุณค่าสูง (เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ต่อปี) และ 2) จำนวนประเทศที่ไม่เคยมี ยอดสั่งซื้ออาหารและผลไม้ไทย สั่งซื้อเป็นมูลค่าเกินหนึ่งร้อยล้านบาท (เพิ่มขึ้นจำนวน 10 ประเทศ ภายในปี 2570)

เติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากไทยให้เท่ากับอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากตลาดโลก

แสดงดังภาพที่ 12

ภาพที่ 12 เป้าหมายการพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้สำหรับตลาดเดิม



ตลาดใหม่ (New Market)

ตลาดใหม่ หรือประเทศที่ไม่เคยมีการนำเข้าผลไม้ไทยหรือมีการนำเข้าในระดับต่ำ ให้มีการสั่งซื้อเป็นมูลค่าเกินหนึ่งร้อยล้านบาท จำนวน 10 ประเทศ ภายในปี 2570¹⁴ เน้นการผลักดันแข่งขันและการส่งเสริมการขาย คัดเลือกตลาดจากประเทศที่ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยกว่า 30% และมีการนำเข้าผลไม้เป้าหมายจากประเทศไทยตั้งแต่ 2 ชนิด ขึ้นไป โดยสามารถแบ่งตลาดออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

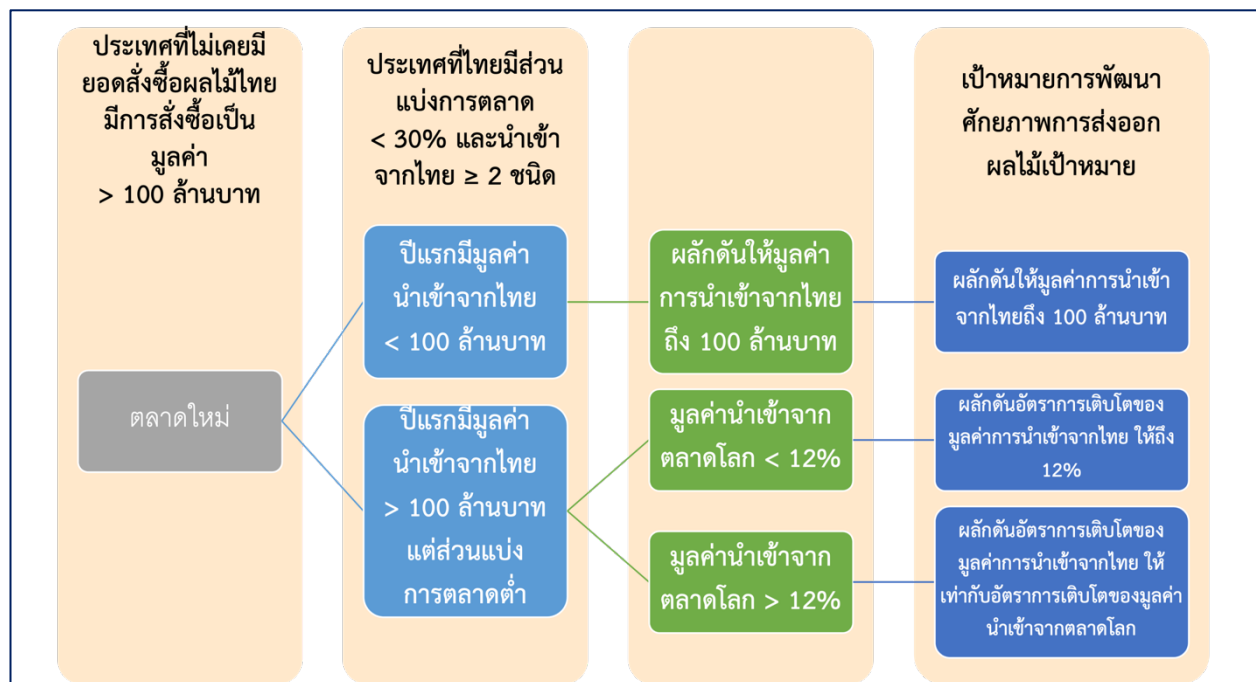
- กรณีที่ในปีแรกมูลค่าการนำเข้าจากไทยต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐ ให้ผลักดันให้มูลค่าการนำเข้าจากไทยให้ถึง 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2570

- ในกรณีที่มูลค่าในปีแรกสูงกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐ แต่มีส่วนแบ่งการตลาดต่ำและมีอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากตลาดโลกต่ำกว่าร้อยละ 12 ให้ผลักดันอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากไทยให้ถึงร้อยละ 12 ต่อปี แต่หากอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากตลาดโลกมากกว่าร้อยละ 12 ให้ผลักดันอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากไทยให้เท่ากับอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากตลาดโลก

แสดงดังภาพที่ 13

¹⁴ ระยะเวลา 5 ปีนับจากปีสุดท้ายของข้อมูลงานวิจัย คือปี 2570

ภาพที่ 13 เป้าหมายการพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้สำหรับตลาดใหม่



6.1 การจำแนกเป้าหมายรายประเทศ

จากการรวบรวมปริมาณการนำเข้าผลไม้เป้าหมายในการเพิ่มศักยภาพการส่งออกรายชนิดของประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าผลไม้จากไทยตามเกณฑ์ที่กำหนดในหัวข้อ 4.4 และจำแนกกลุ่มตลาดเป้าหมายในมิติต่างๆ ของตลาดเดิมและตลาดใหม่ พบว่า มีประเทศผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมาย 9 ประเภทจากไทยจำนวน 26 ประเทศ เป็นตลาดเดิม 8 ประเทศและตลาดใหม่ 18 ประเทศ โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลการนำเข้าผลไม้เป้าหมายรายประเภท เฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2555-2565 และคาดการณ์ปี พ.ศ. 2570 เป็นดังนี้

6.1.1 การคาดการณ์ตลาดผลไม้เป้าหมายปี 2570 : ผลไม้เป้าหมาย และประเทศเป้าหมาย

การศึกษาข้อมูลการค้าในอดีต ระหว่างปี พ.ศ.2555-2565 มี 26 ประเทศ ที่นำเข้าผลไม้เป้าหมายจากไทย รวม 9 ประเภท คิดเป็นมูลค่าปีละ 3,333 ล้านบาทหรือสหรัฐฯ ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 35.8 และอัตราการเติบโตร้อยละ 15.3 ในขณะที่ประเทศเหล่านี้นำเข้าจากตลาดโลกโดยเฉลี่ยเติบโตเพียงร้อยละ 7.7

ในช่วงเวลาดังกล่าว ผลไม้ไทยจำเป็นต้องพึ่งตลาดจีนเป็นหลัก โดยจีนนำเข้าผลไม้ไทยจำนวน 8 ประเภท จาก 9 ประเภทเป้าหมาย โดยไม่มีการนำเข้ามากสุด (จากการสำรวจสัมภาษณ์พบว่าจีนเข้ามาตั้งโรงงานแปรรูปมากเป็นอาการสำเร็จรูป ชนิดขนมกึ่งยาอม เช่น หมากปรงรสช็อกโกแลตบรรจุซองของสุญญากาศ การส่งออกจึงใช้รหัส HS ต่างออกไป และเป็นธุรกิจของคนจีน จึงควรมีการศึกษาเรื่องธุรกิจหมากในอนาคต) จีนมีมูลค่าการนำเข้าจากไทยสูงถึง 2,624 ล้านบาทหรือสหรัฐฯ หรือมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 78.7 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยทั้ง 9 ประเภท ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในจีนร้อยละ 70.0 อัตราการเติบโตร้อยละ 19.8 ในขณะที่จีนนำเข้าจากตลาดโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.8 จะเห็นได้ว่าจีนนำเข้าจากไทยทั้งในมูลค่าและอัตราการเติบโตสูงกว่าประเทศอื่นๆ เนื่องจากมีความนิยมการบริโภคผลไม้ไทยมากกว่าผลไม้จากประเทศอื่นๆ ตลาดจีนจึงเป็นตลาดที่

น่าสนใจ แต่ก็ควรระมัดระวังหากจีนมีมาตรการจำกัดสัดส่วนการนำเข้าหรือมาตรการอื่นเพื่อลดสัดส่วนการพึ่งพาตลาดเดียว

ตลาดที่มีความสำคัญรองลงมาคือฮ่องกง ซึ่งนำเข้าผลไม้จำนวน 4 ประเภท มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 12.3 และรองลงมาคืออินโดนีเซียซึ่งนำเข้าลำไยเพียงประเภทเดียว แต่มีสัดส่วนร้อยละ 3.1 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยทั้งหมด ประเทศอื่นๆนอกนั้นมีส่วนเพียงประมาณร้อยละ 1 หรือต่ำกว่า รายละเอียดแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ประเทศผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมายของไทยรายประเภท เฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2555-65

ภูมิภาค	จำนวนประเภทผลไม้	Total Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	ทุเรียน (081060)	ทุเรียน ลำไย (081190)	มะขาม ยอหม่า (081190)	มีดุด มะม่วง (081090)	ลำไย มะขาม รุน (081090)	ส้มโอ (080540)	ลิ้นจี่ (080430)	หนาม (080280)	มูลค่านำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65) ล้าน เหรียญสหรัฐ	มูลค่านำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65) ล้าน เหรียญสหรัฐ	% ส่วนแบ่ง การผลิตของไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	% การเติบโตของ มูลค่านำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	% การเติบโตของ มูลค่านำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	% การพึ่งพาตลาด รองลงมาที่มี ศักยภาพของไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	
USA/Canada	4	สหรัฐอเมริกา	-	10.9	-	-	5.3	-	9.7	0.3	26	1,508	1.7%	7.2%	7.1%	0.8%	
USA/Canada	3	แคนาดา	-	3.9	-	0.3	-	-	0.9	-	5	295	1.7%	2.0%	3.4%	0.2%	
ANZ	2	ออสเตรเลีย	-	4.6	1.8	-	-	-	-	-	6	118	5.4%	3.4%	10.0%	0.2%	
ASEAN	1	จีน	-	-	-	-	-	104.5	-	-	-	104	115	91.0%	-2.3%	-2.5%	3.1%
ASEAN	4	มาเลเซีย	4.4	-	5.4	-	18.7	19.6	-	-	48	72	67.1%	8.8%	8.3%	1.4%	
ASEAN	4	สิงคโปร์	0.8	-	1.0	-	14.2	-	0.4	-	16	86	19.0%	-5.5%	0.2%	0.5%	
ASEAN	1	บรูไน	1.0	-	-	-	-	-	-	-	1	3	31.2%	-2.9%	8.4%	0.0%	
China	8	จีน	1,491.4	145.4	116.1	122.5	361.2	366.8	15.3	5.3	-	2,624	3,746	70.0%	19.8%	16.8%	78.7%
HK/Mac	4	ฮ่องกง	365.9	-	5.1	-	34.8	-	4.2	-	-	410	512	80.1%	6.7%	6.3%	12.3%
HK/Mac	1	มาเก๊า	1.9	-	-	-	-	-	-	-	2	3	61.0%	13.1%	16.7%	0.1%	
East Asia	5	เกาหลีใต้	2.1	2.4	-	-	30.7	-	0.0	0.1	-	35	244	14.5%	16.1%	6.1%	1.1%
East Asia	1	ไต้หวัน	12.3	-	-	-	-	-	-	-	-	12	20	60.2%	-5.8%	8.8%	0.4%
East Asia	4	ญี่ปุ่น	1.3	-	0.4	-	8.5	-	-	0.1	-	10	183	5.6%	-1.3%	-1.9%	0.3%
EU	4	ฝรั่งเศส	-	1.0	-	-	0.6	3.0	-	1.0	-	6	517	1.1%	-8.3%	3.2%	0.2%
EU	3	เนเธอร์แลนด์	-	-	-	0.7	-	2.1	-	0.2	-	3	413	0.7%	7.3%	2.2%	0.1%
EU	4	อิตาลี	-	0.5	-	0.1	1.5	-	-	-	0.6	3	266	1.0%	3.6%	2.9%	0.1%
EU	3	เยอรมนี	-	-	0.9	-	-	1.2	-	0.3	-	2	350	0.7%	-1.2%	1.6%	0.1%
EU	3	อิตาลี	-	0.0	-	0.0	-	-	-	0.3	-	0	193	0.2%	8.5%	2.2%	0.0%
EU	2	สเปน	-	-	-	-	0.1	-	-	0.1	-	0	212	0.1%	8.3%	6.2%	0.0%
Mid East	5	UAE	0.3	-	3.0	-	0.0	7.5	0.7	-	-	12	187	6.2%	-0.6%	3.6%	0.3%
Mid East	3	คูเวต	-	-	0.9	-	-	-	0.0	0.1	-	1	11	9.0%	153.3%	19.2%	0.0%
Russia	2	รัสเซีย	-	-	0.0	-	-	1.3	-	-	-	1	128	1.0%	-55.9%	1.4%	0.0%
South Asia	1	มัลดีฟส์	-	-	-	-	2.1	-	-	-	-	2	5	38.3%	9.3%	8.6%	0.1%
South Asia	1	ปากีสถาน	-	-	1.8	-	-	-	-	-	-	2	10	18.3%	7.0%	-1.6%	0.1%
South Asia	1	บังกลาเทศ	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0	0	37	0.0%	-35.8%	0.4%	0.0%
South Asia	1	อินเดีย	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0	0	79	0.0%	8.6%	29.3%	0.0%
	9	รวม	1,881.6	168.6	136.3	123.7	472.1	511.2	20.5	18.0	1.0	3,333	9,312	35.8%	15.3%	7.7%	100.0%
	26	จำนวนประเทศผู้นำเข้า	10	8	11	5	11	9	6	11	4						

การคาดการณ์การค้าในปี 2570 กำหนดโดยใช้แนวโน้มการค้าจากช่วง 11 ปีที่ผ่านมา (2555-2565) พบว่าภายในปี พ.ศ. 2570 ประเทศเป้าหมายในการนำเข้าผลไม้ไทยทั้ง 26 ประเทศ จะนำเข้าผลไม้เป้าหมาย 9 ประเภทนี้คิดเป็นมูลค่า 12,397 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยไทยจะมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 47.8 มีอัตราการเติบโตร้อยละ 12.3 ดังแสดงรายละเอียดใน ตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ประเทศผู้นำเข้าผลไม้เป้าหมายของไทยรายประเภท คาดการณ์ปี พ.ศ. 2570

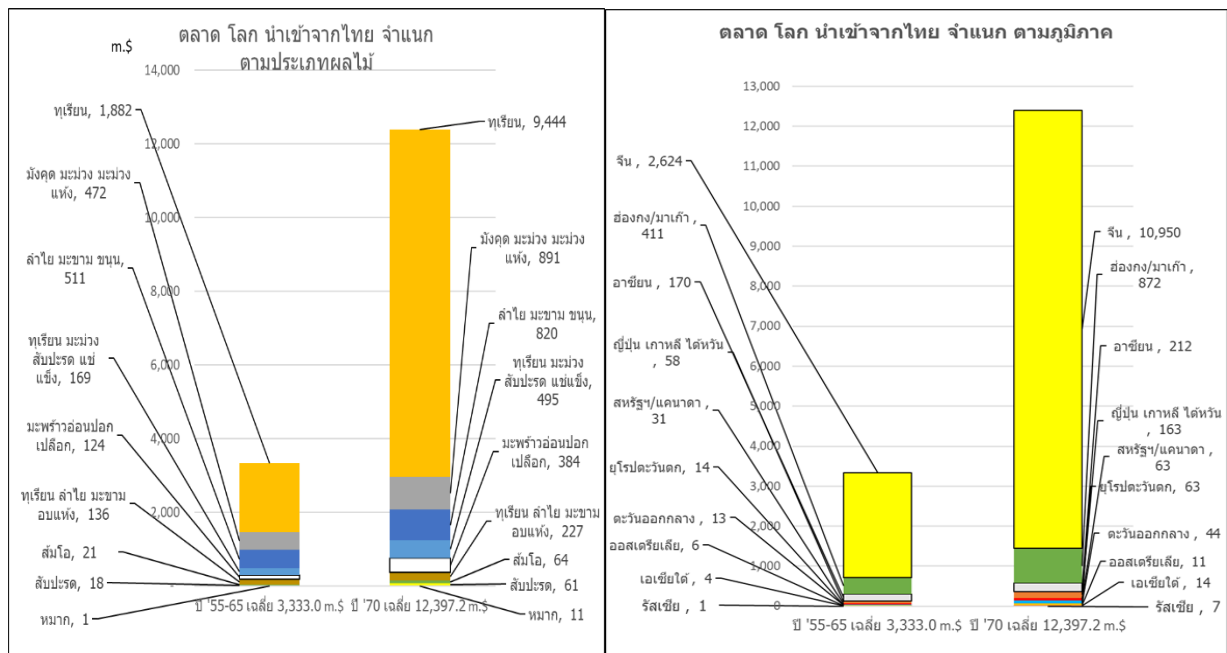
		จำนวนประเภทผลไม้	Total Mkt (พ.ศ. 2570)	ทุเรียน (081060)	ทุเรียน มะม่วง สับปะรด แพคเกจ (081190)	ทุเรียน ลำไย มะขาม ชวนะ (081340)	มะพร้าวอบแห้ง เปลือก (080112)	มันฝรั่ง มะม่วง มะพร้าวแช่ (080450)	ลำไย มะขาม รุน (081090)	ส้มโอ (080540)	สับปะรด (080430)	หน่า (080280)	มูลค่านำเข้าจาก สหพันธรัฐไทย (พ.ศ. 2570)	มูลค่านำเข้าจาก โลก (พ.ศ. 2570)	% ส่วนแบ่ง การตลาดของไทย (พ.ศ. 2570)	% การเติบโตของ มูลค่านำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. 2565-2570)	% การเติบโตของ มูลค่านำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. 55-65)	% การพึ่งพาตลาดของผลไม้ที่มี ศักยภาพของไทย (เฉลี่ย พ.ศ. 2570)
USA/Canada	4	สหรัฐอเมริกา	-	19.2	-	-	-	-	9.4	-	17.1	3.3	49	2,099	2.3%	13.3%	6.8%	0.4%
USA/Canada	3	แคนาดา	-	6.9	-	-	3.3	-	-	-	3.3	-	14	296	4.6%	21.4%	0.1%	0.1%
ANZ	2	ออสเตรเลีย	-	8.1	3.3	-	-	-	-	-	-	-	11	195	5.8%	12.4%	10.7%	0.1%
ASEAN	1	จีนไต้หวัน	-	-	-	-	-	-	104.5	-	-	-	104	115	91.0%	0.0%	0.0%	0.8%
ASEAN	4	มาเลเซีย	5.0	-	9.4	-	-	23.5	31.2	-	-	-	69	101	68.6%	7.5%	7.1%	0.6%
ASEAN	4	สิงคโปร์	3.3	-	3.3	-	-	25.1	-	3.3	-	-	35	59	59.4%	16.3%	-7.4%	0.3%
ASEAN	1	บรูไน	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	4	87.5%	26.0%	2.5%	0.0%
China	8	จีน	8,590.4	446.3	180.3	371.1	657.5	646.4	43.7	14.5	-	-	10,950	17,660	62.0%	33.1%	36.4%	88.3%
HK/Mac	4	ฮ่องกง	790.3	-	9.0	-	60.7	-	-	7.3	-	-	867	1,656	52.4%	16.2%	26.5%	7.0%
HK/Mac	1	มาเก๊า	4.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	8	61.0%	19.3%	19.3%	0.0%
East Asia	5	เกาหลีใต้	19.9	4.2	-	-	-	85.4	-	3.3	3.3	-	116	404	28.7%	26.9%	10.7%	0.9%
East Asia	1	ไต้หวัน	21.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	32	68.0%	12.0%	9.3%	0.2%
East Asia	4	ญี่ปุ่น	3.3	-	3.3	-	-	15.1	-	-	3.3	-	25	181	13.8%	19.5%	-0.2%	0.2%
EU	4	ฝรั่งเศส	-	3.3	-	-	-	3.3	5.3	-	3.3	-	15	639	2.4%	22.3%	4.3%	0.1%
EU	3	เนเธอร์แลนด์	-	-	-	-	3.2	-	3.6	-	3.3	-	10	480	2.1%	27.2%	3.0%	0.1%
EU	4	อิตาลี	-	3.3	-	-	3.3	3.3	-	-	-	1.1	11	377	2.9%	32.3%	7.3%	0.1%
EU	3	เยอรมนี	-	-	3.3	-	-	-	3.3	-	3.3	-	10	396	2.5%	32.5%	2.5%	0.1%
EU	3	อิตาลี	-	3.3	-	-	3.2	-	-	-	3.3	-	10	203	4.8%	96.5%	1.0%	0.1%
EU	2	สเปน	-	-	-	-	-	3.3	-	-	3.3	-	7	292	2.3%	101.3%	6.6%	0.1%
Mid East	5	UAE	1.9	-	5.2	-	-	10.1	13.3	3.3	-	-	34	217	15.6%	24.0%	3.0%	0.3%
Mid East	3	คูเวต	-	-	3.3	-	-	-	-	3.3	3.3	-	10	37	27.0%	57.6%	26.4%	0.1%
Russia	2	รัสเซีย	-	-	3.3	-	-	-	3.3	-	-	-	7	135	4.9%	37.6%	1.1%	0.1%
South Asia	1	อินเดีย	-	-	-	-	-	3.7	-	-	-	-	4	9	40.4%	12.0%	10.8%	0.0%
South Asia	1	ปากีสถาน	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	-	3	15	21.7%	13.3%	9.5%	0.0%
South Asia	1	บังกลาเทศ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.3	3	30	10.9%	218.9%	-3.7%	0.0%
South Asia	1	จีนฮกเกี้ยน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.3	3	297	1.1%	218.9%	30.5%	0.0%
	9	รวม	9,444	495	227	384	891	820	820	64	61	11	12,397	25,937	47.8%	12.3%	12.2%	100.0%
26		จำนวนประเทศผู้นำเข้า	10	8	11	5	11	9	9	6	11	4						

สำหรับประเทศที่เคยนำเข้าผลไม้ไทยแต่ละประเภทน้อยกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มตลาดใหม่ (New Market) กำหนดเป้าหมายให้มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นเป็น 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯขึ้นไปภายในปี 2570

โดยในภาพรวมไทยจะมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 35.8 เป็นร้อยละ 47.8 แต่อัตราการเติบโตเฉลี่ย “ลดลง” จากร้อยละ 15.3 เป็นร้อยละ 12.3 เนื่องจากฐานมูลค่าสูงขึ้น ในขณะที่การนำเข้าจากตลาดโลกของทั้ง 26 ประเทศ ซึ่งเคยเติบโตเพียงร้อยละ 7.7 จะเติบโตเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12.2 ใกล้เคียงกับการนำเข้าจากไทย ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่จีนอนุญาตให้มีการนำเข้าผลไม้จากประเทศในกลุ่ม ASEAN เพิ่มขึ้น จากเดิมที่อนุญาตเพียงประเทศไทยเท่านั้น

โดยแสดงได้เป็นกราฟการนำเข้าผลไม้ที่เป้าหมาย 9 ประเภท และการเปลี่ยนแปลงระหว่างปี พ.ศ. 2555-2565 และปี 2570 ดังภาพที่ 14

ภาพที่ 14 การนำเข้าผลไม้ที่เป้าหมายจากไทย 9 ประเภทเป็นรายประเทศ ในช่วง พ.ศ.2555-2565 และผลคาดการณ์ปี 2570



วิเคราะห์ได้ว่า ในมิติของชนิดผลไม้ พบว่าผลไม้เป้าหมายของไทย ในช่วงปี 2555-65 สามารถส่งออกไปยังตลาดโลก 26 ประเทศ ได้เฉลี่ยปีละ 3,333 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีแนวโน้มในการเพิ่มการส่งออก ในปี พ.ศ. 2570 ได้เป็น 12,397.2 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีทุเรียนเป็นผลไม้ นำ เพิ่มมูลค่าขึ้นได้จากเฉลี่ยปีละ 1,882 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็น 9,444 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2570 รองลงมาได้แก่ ประเภท มังคุด-มะม่วง-มะม่วงหาวมะม่วงหาวแห้ง ลำไย-มะขาม-ขนุน ทุเรียน-มะม่วง-สับปะรดแช่แข็ง มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก และทุเรียน-ลำไย-มะขามอบแห้ง ตามลำดับ

หากวิเคราะห์ในมิติของประเทศผู้นำเข้า ไทยจะสามารถเพิ่มการส่งออกไปยังจีนได้ประมาณ 4 เท่า ในช่วง 5 ปี แม้ว่าทุเรียนจะมีการแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้านใน ASEAN แต่หากไทยมีการเน้นคุณภาพและมาตรฐาน รวมทั้งการพัฒนากระบวนการโลจิสติกส์ โดยการขนส่งด้วยระบบรางและทางบกเข้าสู่ตลาดจีนภาคใต้และภาคตะวันออกให้มากขึ้น จะทำให้ไทยยังได้เปรียบคู่แข่งขัน และแม้ว่าในอนาคตทุเรียนไทยอาจจะประสบกับการปริมาณผลผลิตที่น้อยกว่าการเติบโตของตลาดดังได้วิเคราะห์ไว้ใน บทที่ 5 แต่หากมีการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานให้ดีขึ้นก็ยังคงจะทำให้ราคาของทุเรียนไทยเพิ่มขึ้นสูงตามคุณภาพ ทำให้มูลค่าการส่งออกยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นผลไม้ประเภทอื่นๆ ซึ่งยังคงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวจีน ก็จะมีศักยภาพในการเติบโต รองลงมาจากจีนจะเป็นตลาดฮ่องกงและมาเก๊า ตลาด ASEAN ซึ่งได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์และบรูไน ตามลำดับ ตลาดเอเชียตะวันออก ได้แก่ เกาหลี ญี่ปุ่นและไต้หวัน ตลาดสหรัฐฯและแคนาดา ตลาดยุโรปตะวันตก ตลาดตะวันออกกลาง ออสเตรเลีย เอเชียใต้ และรัสเซีย ตามลำดับ ซึ่งในตลาดที่มีระยะทางห่างไกล ไทยจะต้องเน้นสินค้าประเภทแช่แข็ง และอบแห้งเป็นหลัก

จากตารางและแผนภูมิข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเติบโตของการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศของจีน สูงขึ้นมาก ทำให้ตลาดในห้าปีข้างหน้า (ปี 2570) มีขนาดใหญ่จนกระทั่งไทยอาจไม่สามารถผลิตให้ได้ปริมาณที่จะ

คงส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้ สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจซึ่งแต่ละประเทศไม่ต้องการให้มีการผูกขาดทางการตลาดจากประเทศใดประเทศหนึ่ง จึงเห็นว่าควรกำหนดค่าเป้าหมายส่วนแบ่งการตลาดไว้ที่ร้อยละ 62.0 (จากเดิมร้อยละ 70.0) ซึ่งจะทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเติบโตไปถึง 10,950 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯหรือร้อยละ 33.1 ในปี 2570 อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปจีนจะเพิ่มขึ้นนั้นพบว่าจีนจะนำมาตรการตรวจสอบมาตรฐานกระบวนการผลิต รวมถึงมาตรการรักษาสีสิ่งแวดล้อมของประเทศผู้ส่งออก ดังนั้น การกำหนดมาตรฐานกระบวนการผลิต รวมถึงมาตรการรักษาสีสิ่งแวดล้อม จึงเป็นสิ่งที่ไทยจะต้องเตรียมให้สามารถแสดงได้อย่างชัดเจนและพิสูจน์ได้ว่าการเข้มงวดในการตรวจสอบ

นอกจากจีนแล้ว จากแผนภูมิข้างต้นจะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2570 นอกจากตลาดจีนซึ่งเป็นตลาดใหญ่และจำเป็นที่ไทยจะต้องรักษาสีส่วนแบ่งการตลาดไว้ให้ได้ ไทยจะเน้นขยายการส่งออกไปยังตลาดฮ่องกงและมาเก๊า ตลาด ASEAN 4 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์และบรูไน ตลาดเอเชียตะวันออก ได้แก่ เกาหลี ญี่ปุ่น และไต้หวัน เนื่องจากเป็นตลาดที่มีความต้องการผลไม้ไทยหลายประเภท อีกทั้งมีปัจจัยที่เอื้อต่อการส่งออกผลไม้ไทย อาทิ ระยะทางการขนส่งไม่ไกลมาก ประชากรมีรายได้สูง และมีมาตรฐานการนำเข้าสูง ซึ่งแผนของไทยในการยกระดับจะต้องทำการผลิตให้มีคุณภาพสูงและเป็นไปตามมาตรฐาน นอกจากนั้นเป็นการขยายตลาดไปยังสหรัฐฯและแคนาดา กลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง (UAE และคูเวต) ออสเตรเลีย สำหรับกลุ่มประเทศเอเชียใต้ อินเดีย บังกลาเทศ และปากีสถาน มีความต้องการผลไม้ไทยเพียง 2 ชนิด ได้แก่ หนาม และผลไม้อบแห้ง แต่สำหรับ มัลดีฟ ต้องการมะม่วง

6.1.2 แผนการตลาดผลไม้เป้าหมายรายประเทศ

จากการกำหนดเป้าหมายมูลค่าการส่งออกของไทยไว้ที่ 12,397.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2570 ในหัวข้อ 6.1.1 สามารถกำหนดแผนการตลาดผลไม้เป้าหมายรายประเทศสำหรับตลาดเดิม (Existing Market) และตลาดใหม่ (New Market) ได้ดังนี้

(1) ตลาดเดิม (Existing Market)

ผลการคัดกรองประเทศที่มีสมบัติตามเกณฑ์ของตลาดเดิมพบรายชื่อประเทศและสถานภาพการตลาดของผลไม้เป้าหมายในช่วงปี 2555-2565 และปี 2570 ดังตารางที่ 5 และตารางที่ 6

ตารางที่ 5 สถานภาพการนำเข้าผลไม้เป้าหมายในตลาดเดิมในปี พ.ศ. 2555-65

จำนวนประเทศผลไม้	Existing Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	ทุเรียน (081060)	ทุเรียน มะม่วง สับปะรด แช่แข็ง (081190)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081340)	มะพร้าว อ่อนปอก เปลือก (080112)	มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง (080450)	ลำไย มะขาม ขนุน (081090)	รวม (080280)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65) ล้านเหรียญ สหรัฐ	มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65) ล้านเหรียญ สหรัฐ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	% การเติบโต ของมูลค่า นำเข้าจากไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	สัดส่วนการ นำเข้าจาก ไทยของแต่ละประเทศ
6	จีน	1,491.43	145.39	116.12	122.52	361.17	366.77		2,603.40	3,557.61	73.2%	19.7%	16.6%	80.9%
3	ฮ่องกง	365.92		5.09		34.43			405.44	489.01	82.9%	10.5%	10.2%	12.6%
4	มาเลเซีย	4.42		5.36		18.67	19.56		48.02	71.53	67.1%	8.9%	7.3%	1.5%
2	เกาหลีใต้	2.15				30.68			32.82	61.95	53.0%	20.2%	23.4%	1.0%
1	อินโดนีเซีย						104.48		104.48	114.79	91.0%	-0.5%	-0.7%	3.2%
1	ญี่ปุ่น					8.55			8.55	35.76	23.9%	-6.6%	-3.6%	0.3%
1	สิงคโปร์					14.25			14.25	31.01	45.9%	-4.7%	-0.3%	0.4%
1	อังกฤษ							0.64	0.64	1.17	55.0%	5.1%	6.7%	0.0%
รวม Existing Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)		1,863.92	145.39	126.57	122.52	467.75	490.82	0.64	3,217.61	4,362.84	73.8%	17.3%	14.8%	100.0%

ตารางที่ 6 คาดการณ์การนำเข้าผลไม้เป้าหมายในตลาดเดิมในปี พ.ศ. 2570

จำนวนประเทศผลไม้	Existing Mkt (พ.ศ. 2570)	ทุเรียน (081060)	ทุเรียน มะม่วง สับปะรด แช่แข็ง (081190)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081340)	มะพร้าว อ่อนปอก เปลือก (080112)	มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง (080450)	ลำไย มะขาม ขนุน (081090)	รวม (080280)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐ	มูลค่า นำเข้าจาก โลก (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (พ.ศ. 2570)	% การเติบโต ของมูลค่า นำเข้าจากไทย (เฉลี่ย พ.ศ. 2565-2570)	% การเติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (พ.ศ. 2570)	สัดส่วนการ นำเข้าจาก ไทยของแต่ละประเทศ
6	จีน	8,590.44	446.30	180.29	371.11	657.48	646.38		10,892.01	17,659.55	62.0%	33.1%	36.4%	90.2%
3	ฮ่องกง	790.32		8.97		60.68			867.30	1,656.26	52.4%	16.2%	26.5%	7.2%
4	มาเลเซีย	4.99		9.45		23.46	31.19		69.09	100.73	68.6%	7.5%	7.1%	0.6%
2	เกาหลีใต้	19.85				85.38			105.23	186.31	56.5%	26.2%	24.6%	0.9%
1	อินโดนีเซีย						104.48		104.48	114.79	91.0%	0.0%	0.0%	0.9%
1	ญี่ปุ่น					15.06			15.06	29.77	50.6%	12.0%	-3.6%	0.1%
1	สิงคโปร์					25.11			25.11	30.54	82.2%	12.0%	-0.3%	0.2%
1	อังกฤษ							1.14	1.14	1.62	70.2%	12.0%	6.7%	0.0%
รวม Existing Mkt (พ.ศ.		9,405.60	446.30	198.71	371.11	867.18	782.06	1.14	12,079.41	19,779.56	61.1%	30.3%	35.3%	100.0%

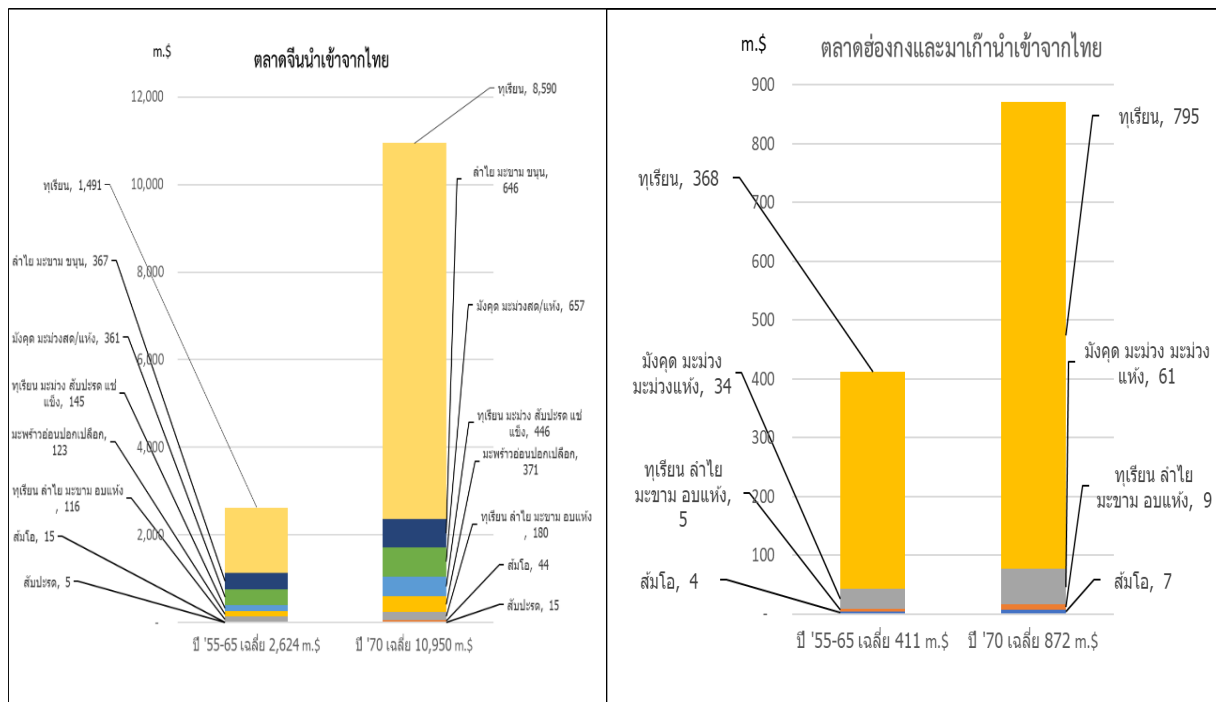
ตลาดเดิม หรือ Existing Market ที่ไทยต้องรักษาสัดส่วนแบ่งการตลาดการนำเข้าผลไม้เป้าหมายไว้ ปัจจุบันมีอยู่เพียง 8 ประเทศ ได้แก่ จีน ฮ่องกง มาเลเซีย เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และอังกฤษ โดยแต่ละประเทศมีการนำเข้าผลไม้แตกต่างกันประเภทกัน และปริมาณการนำเข้าแตกต่างกัน แต่ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในประเทศเหล่านี้สูง จึงจำเป็นที่ต้องรักษาสัดส่วนแบ่งการตลาดไว้ให้ได้ ซึ่งจะเกิดการนำเข้าผลไม้เป้าหมายของไทยเป็นมูลค่า 12,079 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (จากเดิม 3,218 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) โดยไทยจะมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเป็นร้อยละ 30.3 จากเดิมร้อยละ 17.3 อย่างไรก็ตาม ไทยจะมีส่วนแบ่งการตลาดลดลง คือเหลือเพียงร้อยละ 61.1 จากเดิมร้อยละ 73.8 เนื่องจากผลของการแข่งขันกับประเทศใน ASEAN ซึ่งเพิ่งได้รับอนุญาตให้นำเข้าตลาดจีนในปี พ.ศ. 2565

โดยที่ตลาดเดิมนี้อาจเป็นตลาดหลัก การใช้แนวทางรักษาสัดส่วนแบ่งการตลาดนี้ จะส่งผลให้ไทยต้องพึ่งพิงตลาดจีนในสัดส่วนถึงร้อยละ 90.2 (จากเดิมร้อยละ 80.9) และจะพึ่งพิงตลาดฮ่องกงได้สัดส่วนลดลงเป็นร้อยละ 7.2 (จากเดิมร้อยละ 12.6) ทั้งนี้ ยังไม่รวม สัมโและสับปะรด ซึ่งจะได้อีกต่อไป

และเนื่องจากตลาดเดิมนี้นี้เป็นตลาดหลักของการส่งออกผลไม้ไทย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเข้มงวดในการส่งออกสินค้าที่มีคุณภาพดี โดยต้องให้ความสำคัญระดับสูงสุด

■ ตลาดจีนและตลาดฮ่องกง

ภาพที่ 15 สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายในจีนและฮ่องกง ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดเดิม)



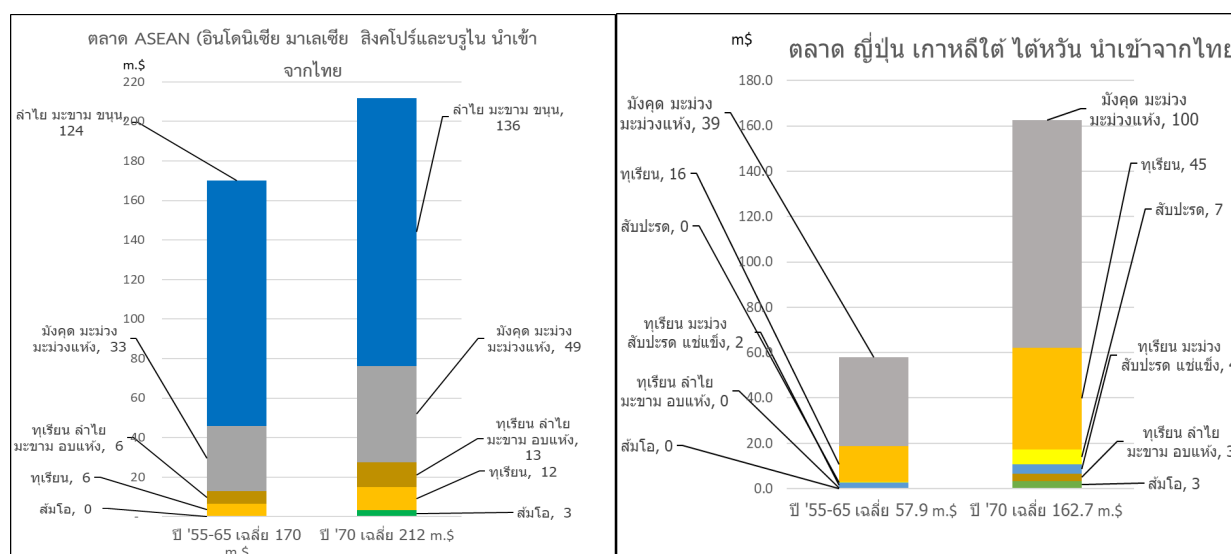
หมายเหตุ: มาเก๊าไม่ใช่ Existing Mkt ของไทย แต่เนื่องจากอยู่ในภูมิภาคเดียวกับฮ่องกง จึงนำมาวิเคราะห์รวมกัน

โดยที่จีนเป็นตลาดใหญ่ของโลก และมีอัตราการเติบโตของการบริโภคผลไม้นำเข้าสูง ดังนั้นความพยายามในการรักษาส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้ไทย ย่อมจะนำไปสู่การพึ่งพาตลาดจีนสูงมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2570 มูลค่าการนำเข้าเฉพาะตลาดจีนเพียงประเทศเดียว จะมีมูลค่าสูงถึง 10,950 ล้านบาท (จากเดิม 2,624 ล้านบาท) หรือมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 88.3 จากเดิมร้อยละ 78.7 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยทั้ง 9 ประเภท (ทั้งนี้ได้รวมส้มโอและสับปะรด ซึ่งเป็นผลไม้ชนิดใหม่ในตลาดเดิมแล้ว) โดยคาดว่าในปี พ.ศ. 2570 ผลไม้ไทยจะมีส่วนแบ่งการตลาดในจีน ร้อยละ 62.0 ลดลงจากเดิมซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 70.0 อัตราการเติบโตร้อยละ 33.1 (เพิ่มขึ้นจากเดิมซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 19.8) ในขณะเดียวกัน คาดว่าในปี พ.ศ. 2570 จีนจะนำเข้าจากตลาดโลกด้วยอัตราการเติบโตร้อยละ 36.4 (เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 16.8) ทั้งนี้เป็นผลจากการที่จีนเริ่มอนุญาตให้นำเข้าผลไม้จากหลายประเทศในกลุ่ม ASEAN อย่างไรก็ตามมูลค่าการนำเข้าของประเทศอื่นๆใน ASEAN ยังต่ำกว่าไทยมาก ทำให้ผลไม้ไทยทั้ง 9 ประเภทนี้ยังคงครองตลาดจีนได้ตลอดระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า จาก ภาพที่ 15 จะเห็นได้ว่า ทุเรียนไทยยังคงเป็นผลไม้ผู้นำในตลาดจีน รองลงมาเป็นลำไย-มะขาม-ขนุน มังคุด-มะม่วง-มะม่วงแห้ง ทุเรียน-มะม่วง-สับปะรดแช่แข็ง มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก ทุเรียน-ลำไย-มะขามอบแห้ง ส้มโอ และสับปะรดตามลำดับ

สำหรับฮ่องกง เป็นตลาดเดิมที่อยู่อันดับสองของไทย จากแผนภูมิจะเห็นได้ว่ามีผลไม้หลักเพียง 3 ประเภทเท่านั้น โดยทุเรียนยังคงเป็นผลไม้ผู้นำในตลาดนี้ รองลงมาเป็นมังคุด และลำไยอบแห้ง ตามลำดับ สำหรับ ส้มโอและสับปะรดจะได้กล่าวถึงต่อไป

■ ตลาด ASEAN และตลาดเอเชียตะวันออก

ภาพที่ 16 สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายใน ASEAN และตลาดเอเชียตะวันออก ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดเดิม)



หมายเหตุ: บรูไนและไต้หวันไม่ใช่ตลาดเดิมของไทย แต่เนื่องจากอยู่ในภูมิภาคเดียวกับ ASEAN และเอเชียตะวันออก ตามลำดับ จึงนำมาวิเคราะห์รวมกัน

นอกจากตลาดจีนและฮ่องกงแล้ว ตลาดเดิมที่สำคัญ ได้แก่ตลาด ASEAN 3 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งในปี พ.ศ 2570 จะมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 199 ล้านเหรียญสหรัฐฯ จากเดิมเฉลี่ยปีละ 167 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 80.7 จากเดิมร้อยละ 76.7 คิดเป็นสัดส่วนการนำเข้าจากไทยร้อยละ 1.6 จากเดิมที่ร้อยละ 5.2 เนื่องจากไทยมุ่งเน้นไปที่ตลาดจีนมากกว่า

สำหรับตลาดเอเชียตะวันออก ได้แก่ เกาหลีใต้และญี่ปุ่น ซึ่งในปี พ.ศ 2570 จะมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 120 ล้านเหรียญสหรัฐฯ จากเดิมเฉลี่ยเพียงปีละ 41 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 55.7 จากเดิม ร้อยละ 42.3 คิดเป็นสัดส่วนการนำเข้าจากไทย ร้อยละ 1.0 จากเดิมที่ร้อยละ 1.3 เนื่องจากไทยมุ่งเน้นไปที่ตลาดจีนมากกว่า

ทั้งจีน ฮ่องกง อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้มีความได้เปรียบจากกระยะทางการขนส่ง และรายได้ของประชากรที่ค่อนข้างสูง จึงจำเป็นต้องเข้มงวดในการส่งออกสินค้าที่มีคุณภาพดี โดยต้องให้ความสำคัญระดับสูง

(2)ผลไม้ใหม่ในตลาดเดิม

จากการคัดกรองข้อมูลการนำเข้าผลไม้เป้าหมาย พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 พบว่าส้มโอและสับปะรดเป็นผลไม้ที่มีโอกาสในการทำตลาดเพิ่มได้ ดังแสดงใน ตารางที่ 7 และ ตารางที่ 8

ตารางที่ 7 สถานภาพการนำเข้าส้มโอและสับปะรด ในตลาดจีนและฮ่องกง ในปี พ.ศ. 2555-65

จำนวนประเภทผลไม้	New Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	ส้มโอ (080540)	สับปะรด (080430)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65) ล้านเหรียญ สหรัฐ	มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65) ล้านเหรียญ สหรัฐ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)
2	จีน	15.27	5.26	20.52	188.83	10.9%	22.7%	22.9%
1	ฮ่องกง	4.15		4.15	22.61	18.4%	4.8%	2.8%
รวม New Mkt (เฉลี่ย พ.ศ.)		19.42	5.26	24.68	211.44	11.7%	16.6%	17.7%

ตารางที่ 8 สถานภาพการนำเข้าส้มโอและสับปะรด ในตลาดจีนและฮ่องกง ในปี พ.ศ. 2570

จำนวนประเภทผลไม้	New Mkt (พ.ศ. 2570)	ส้มโอ (080540)	สับปะรด (080430)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐ	มูลค่า นำเข้าจาก โลก (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (พ.ศ. 2570)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. 2565-2570)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (พ.ศ. 2570)
2	จีน	43.74	14.53	58.27	528.23	11.0%	23.2%	22.8%
1	ฮ่องกง	7.32		7.32	28.63	25.6%	12.0%	4.8%
รวม New Mkt (พ.ศ.)		51.06	14.53	65.59	556.86	11.8%	21.6%	21.4%

แม้ว่าผลไม้ไทยที่มีศักยภาพเกือบทุกประเภทได้รับความนิยมในตลาดจีนและฮ่องกง แต่ยังมี 2 ประเภท ได้แก่ ส้มโอ (080540) และสับปะรด (080430) ที่ยังไม่เป็นที่คุ้นเคยของผู้บริโภคชาวจีน ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้ไทยทั้ง 2 ประเภทนี้ยังต่ำอยู่ และจำเป็นต้องส่งเสริมการบริโภคในประเทศทั้งสอง

หากทำการผลักดันให้เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และส่งเสริมการบริโภคในประเทศเป้าหมาย ในปี พ.ศ. 2570 ตลาดจีนและฮ่องกงจะมีโอกาสนำเข้าส้มโอและสับปะรดเป็นมูลค่ารวมกัน 557 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ได้ (จากเดิม 211 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ไทยจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 11.8 (จากเดิมน้อยลง 11.7) โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 21.6 (จากเดิมน้อยลง 16.6)

อย่างไรก็ตาม ประเทศจีนเป็นผู้ผลิตส้มโอรายใหญ่อันดับหนึ่งของโลก แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ นอกจากนั้นส้มโอทับทิมสยามยังเป็นผลไม้ที่ไม่มีการผลิตในประเทศจีน และได้รับข้อมูลจากการระดมสมองโดยอัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์) และ อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ว่า ส้มโอทับทิมสยามเป็นผลไม้ที่เป็นที่ชื่นชอบของชาวจีนชนิดหนึ่ง ดังนั้นไทยจึงควรขยายการผลิตส้มโอประเภท

ทับทิมสยามเพิ่มขึ้นเพื่อให้มีสัดส่วนพอเพียงต่อการส่งออกไปยังตลาดจีนและฮ่องกง ทั้งนี้ผู้ส่งออกควรตรวจสอบสายพันธุ์ส้มโอไทย และ/หรือผลไม้อื่นๆที่ไทยส่งออกไปยังประเทศเป้าหมาย ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคด้วย

โดยที่จีนและฮ่องกงเป็นตลาดเดิมและเป็นตลาดหลักของการส่งออกผลไม้ไทยอยู่แล้ว ดังนั้นการผลักดันให้เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และส่งเสริมการบริโภค ส้มโอและสับปะรด ในตลาดจีนและฮ่องกง จึงควรผลักดันด้านการส่งเสริมการบริโภค และสนับสนุนกระบวนการส่งออกไปพร้อมกับ Existing Market

(3)ตลาดใหม่ (New Market) ผลไม้หลายประเภท มูลค่าสูงกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐ

จากการคัดกรองข้อมูลการนำเข้าผลไม้เป้าหมาย พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 พบว่าตลาดที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมสูงเกินกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐ มีดังแสดงใน ตารางที่ 9 และ ตารางที่ 10

ตารางที่ 9 สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมสูงเกินกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2555-65

จำนวนประเทศผลไม้	New Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)	ทุเรียน (081060)	ทุเรียน มะม่วง สับปะรด แช่แข็ง (081190)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081340)	มะพร้าว อ่อนปอก เปลือก (080112)	มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง (080450)	ลำไย มะขาม ขนุน (081090)	ส้มโอ (080540)	สับปะรด (080430)	หนาก (080280)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65) ล้านเหรียญ สหรัฐ	มูลค่านำเข้า จากโลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65) ล้านเหรียญ สหรัฐ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)
5	UAE	0.3	-	2.96	-	0.02	7.53	0.69	-	-	11.54	187.19	6.2%	-1.7%	2.9%
4	สหรัฐอเมริกา		10.90				5.34		9.73	0.31	26.27	1,508.19	1.7%	4.7%	6.6%
4	ฝรั่งเศส	-	0.97	-	-	0.62	3.02	-	0.96	-	5.57	516.92	1.1%	-13.3%	4.2%
3	แคนาดา	-	3.92	-	0.34	-	-	-	0.88	-	5.13	294.52	1.7%	7.7%	1.9%
2	ออสเตรเลีย	-	4.57	1.76	-	-	-	-	-	-	6.33	117.63	5.4%	1.5%	10.4%
1	ไต้หวัน	12	-		-	-	-	-	-	-	12.34	20.49	60.2%	-7.6%	9.3%
	รวม New Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)	12.7	20.4	4.7	0.3	0.6	15.9	0.7	11.6	0.3	67.2	2,644.94	2.5%	-1.2%	5.5%

ตารางที่ 10 สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมสูงเกินกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2570

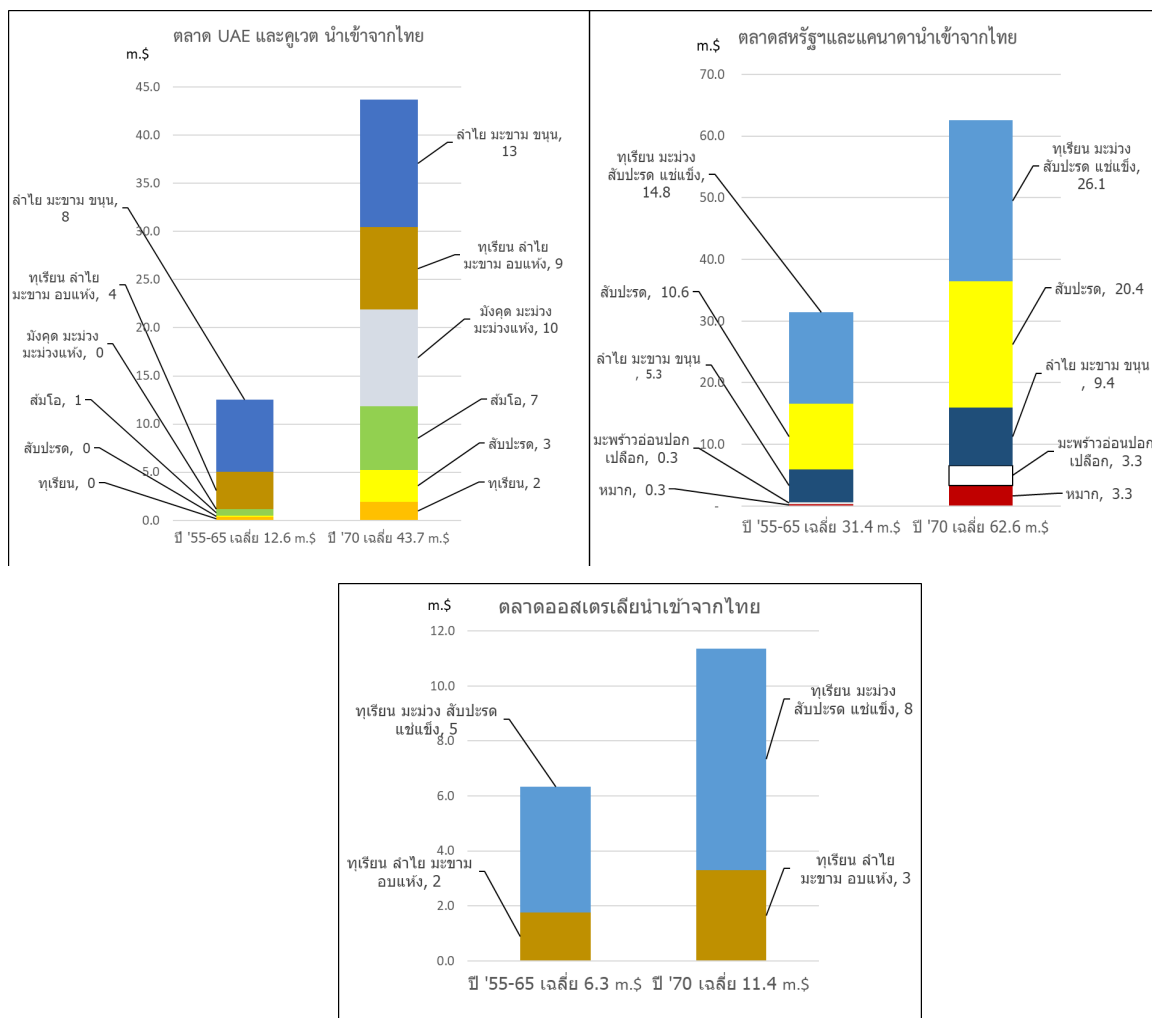
จำนวนประเภทผลไม้	New Mkt (พ.ศ. 2570)	ทุเรียน (081060)	ทุเรียน มะม่วง สับปะรด แช่แข็ง (081190)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081340)	มะพร้าว อ่อนเปลือก (080112)	มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง (080450)	ลำไย มะขาม ขนุน (081090)	ส้มโอ (080540)	สับปะรด (080430)	หมาก (080280)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐ	มูลค่านำเข้า จากโลก (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (พ.ศ. 2570)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. 2565-2570)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)
5	UAE	1.94		5.22		10.07	13.27	3.30			33.79	216.87	15.6%	24.0%	3.0%
4	สหรัฐอเมริกา		19.21				9.41		17.14	3.30	49.06	2,098.69	2.3%	13.3%	6.8%
4	ฝรั่งเศส		3.30			3.30	5.33		3.30		15.23	638.72	2.4%	22.3%	4.3%
3	แคนาดา		6.91		3.30				3.30		13.51	296.45	4.6%	21.4%	0.1%
2	ออสเตรเลีย		8.06	3.30							11.36	195.45	5.8%	12.4%	10.7%
1	ไต้หวัน	21.74									21.74	31.98	68.0%	12.0%	9.3%
	รวม New Mkt (พ.ศ. 2570)	48.7	66.4	15.0	4.0	14.0	43.9	4.0	36.2	3.6	235.7	3,478.17	6.8%	28.5%	5.6%

จากตารางพบว่าผู้นำเข้า 6 ประเทศ ที่นำเข้าผลไม้ศักยภาพของไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่ารวมของการนำเข้าผลไม้ไทยสูงเกินกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ได้แก่ UAE สหรัฐฯ ฝรั่งเศส แคนาดา ออสเตรเลีย และไต้หวัน

หากไทยสามารถผลักดันให้เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และส่งเสริมการบริโภคในประเทศเป้าหมายภายในปี พ.ศ. 2570 ตลาดใหม่ New Market ทั้ง 6 ประเทศนี้ จะมีโอกาสนำเข้าผลไม้ที่มีศักยภาพหลากหลายประเภท เป็นมูลค่ารวมกัน 236 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (จากเดิม 67 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ไทยจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 6.8 (จากเดิมร้อยละ 2.5) โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 28.5 (จากเดิมลดลงร้อยละ 1.2)

โดยเฉพาะ UAE เป็นประเทศที่มีศักยภาพในการ Re-export ไปยังกลุ่มประเทศในตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ รวมทั้งยุโรปได้บางประเทศ สำหรับประเทศอื่นๆ ล้วนมีความสำคัญในการเปิดตลาดผลไม้ไทย เนื่องจากไทยมีโอกาสในการส่งออกได้หลายประเภทผลไม้ โดยอาศัยการสนับสนุนกระบวนการส่งออกในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นจึงควร “เร่งผลักดันเป็นอันดับแรกๆ เนื่องจากจะได้มูลค่าในการส่งออกเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังกระจายผลไม้ ได้หลายประเภทพร้อมกัน”

ภาพที่ 17 สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายใน ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดอเมริกาเหนือ และตลาด ออสเตรเลีย ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดใหม่)



หมายเหตุ: คูเวตไม่ใช่ New Mkt ที่นำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และ/หรือมีมูลค่ารวมของการนำเข้าผลไม้ไทยสูงเกินกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐไทย แต่เนื่องจากอยู่ในภูมิภาคเดียวกับ UAE จึงนำมาวิเคราะห์รวมกัน

ตลาด UAE จะมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 34 ล้านเหรียญสหรัฐไทย ในปี 2570 จากเดิมเฉลี่ยปีละ 12 ล้านเหรียญสหรัฐไทยมีโอกาสจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 15.6 จากเดิมร้อยละ 6.2

ตลาดอเมริกาเหนือ ประกอบด้วยสหรัฐฯ และแคนาดา มีโอกาสจะได้มูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 63 ล้านเหรียญสหรัฐไทย ในปี 2570 จากเดิมเฉลี่ยปีละ 31 ล้านเหรียญสหรัฐไทยจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 2.6 จากเดิมเฉลี่ยร้อยละ 1.7

ตลาดออสเตรเลีย มีโอกาสจะได้มูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 11 ล้านเหรียญสหรัฐไทย ในปี 2570 จากเดิม 6 ล้านเหรียญสหรัฐไทยจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 5.8 จากเดิมร้อยละ 5.4

(4)ตลาดใหม่ (New Market) ผลไม้หลายประเภท มูลค่าต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

จากการคัดกรองข้อมูลการนำเข้าผลไม้เป้าหมาย พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 พบว่าตลาดที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีดังแสดงใน ตารางที่ 11 และ ตารางที่ 12

ตารางที่ 11 สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2555-65

จำนวนประเภทผลไม้	New Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	ทุเรียน (081060)	ทุเรียน มะม่วง สับปะรด แช่แข็ง (081190)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081340)	มะพร้าว อ่อนปอก เปลือก (080112)	มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง (080450)	ลำไย มะขาม ขนุน (081090)	ส้มโอ (080540)	สับปะรด (080430)	หมาก (080280)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65) ล้านเหรียญ สหรัฐฯ	มูลค่านำเข้า จากโลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65) ล้านเหรียญ สหรัฐฯ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)
3	อังกฤษ	-	0.46	-	0.12	1.50	-	-	-	-	2.08	264.58	0.8%	1.6%	7.3%
3	เนเธอร์แลนด์	-	-	-	0.75	-	2.07	-	0.22	-	3.03	413.47	0.7%	10.1%	2.1%
3	เกาหลีใต้	-	2.37	-	-	-	-	0.01	0.06	-	2.44	181.74	1.3%	-12.3%	3.7%
3	เยอรมนี	-	-	0.94	-	-	1.15	-	0.32	-	2.42	349.56	0.7%	-3.2%	1.8%
3	สิงคโปร์	0.79	-	0.99	-	-	-	0.41	-	-	2.18	55.28	3.9%	-2.7%	3.1%
3	ญี่ปุ่น	1.26	-	0.39	-	-	-	-	0.06	-	1.71	147.20	1.2%	10.7%	0.4%
3	คูเวต	-	-	0.88	-	-	-	0.02	0.12	-	1.02	11.39	9.0%	106.6%	13.9%
3	อิตาลี	-	0.01	-	0.01	-	-	-	0.31	-	0.33	193.15	0.2%	-2.8%	1.0%
2	รัสเซีย	-	-	0.03	-	-	1.31	-	-	-	1.34	127.70	1.0%	-42.3%	1.1%
2	สเปน	-	-	-	-	0.08	-	-	0.12	-	0.20	212.19	0.1%	1.3%	5.9%
	รวม New Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)	2.0	2.8	3.2	0.9	1.6	4.5	0.4	1.2	-	16.8	1,956.26	0.9%	2.7%	3.0%

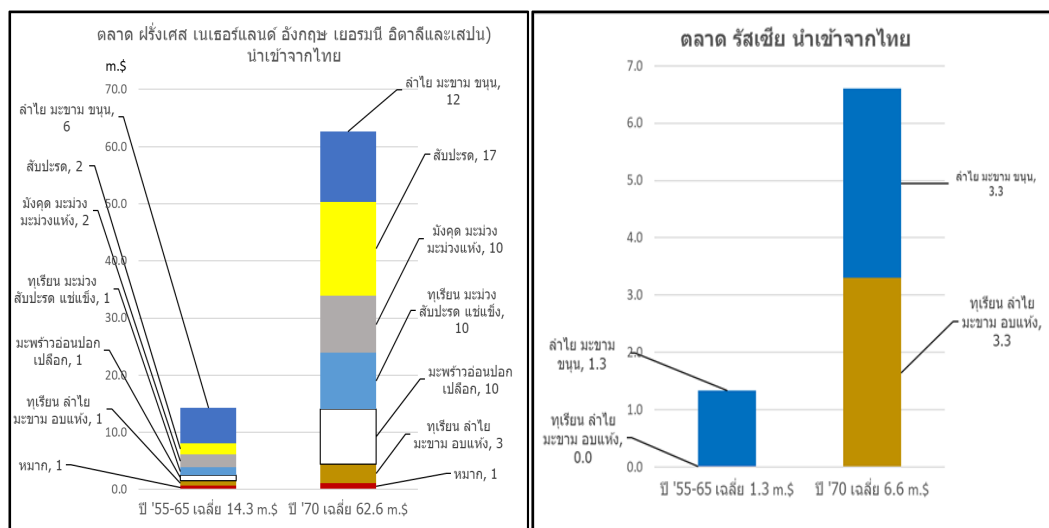
ตารางที่ 12 สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยรวมต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2570

จำนวนประเภทผลไม้	New Mkt (พ.ศ. 2570)	ทุเรียน (081060)	ทุเรียน มะม่วง สับปะรด แช่แข็ง (081190)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081340)	มะพร้าว อ่อนปอก เปลือก (080112)	มังคุด มะม่วง มะม่วงแห้ง (080450)	ลำไย มะขาม ขนุน (081090)	ส้มโอ (080540)	สับปะรด (080430)	หมาก (080280)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐฯ	มูลค่านำเข้า จากโลก (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐฯ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (พ.ศ. 2570)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. 2565-2570)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-'65)
3	อังกฤษ	-	3.30	-	3.30	3.30	-	-	-	-	9.90	375.80	2.6%	36.6%	7.3%
3	เนเธอร์แลนด์	-	-	-	3.17	-	3.65	-	3.30	-	10.12	480.02	2.1%	27.2%	3.0%
3	เกาหลีใต้	-	4.18	-	-	-	-	3.30	3.30	-	10.78	218.10	4.9%	34.6%	3.7%
3	เยอรมนี	-	-	3.30	-	-	3.30	-	3.30	-	9.90	396.30	2.5%	32.5%	2.5%
3	สิงคโปร์	3.30	-	3.30	-	-	-	3.30	-	-	9.90	28.36	34.9%	35.3%	-12.5%
3	ญี่ปุ่น	3.30	-	3.30	-	-	-	-	3.30	-	9.90	151.46	6.5%	42.1%	0.6%
3	คูเวต	-	-	3.30	-	-	-	3.30	3.30	-	9.90	36.69	27.0%	57.6%	26.4%
3	อิตาลี	-	3.30	-	3.17	-	-	-	3.30	-	9.77	202.55	4.8%	96.5%	1.0%
2	รัสเซีย	-	-	3.30	-	-	3.30	-	-	-	6.60	135.04	4.9%	37.6%	1.1%
2	สเปน	-	-	-	-	3.30	-	-	3.30	-	6.60	292.46	2.3%	101.3%	6.6%
	รวม New Mkt (พ.ศ. 2570)	6.6	10.8	16.5	9.6	6.6	10.2	9.9	23.1	-	93.4	2,316.79	4.0%	41.0%	3.4%

จากตารางพบว่าผู้นำเข้าจำนวนมากถึง 10 ประเทศ ที่นำเข้าผลไม้เป้าหมายของไทยตั้งแต่ 2-3 ประเภท แต่มีมูลค่ารวมของการนำเข้าผลไม้ไทยต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ส่วนใหญ่เป็นประเทศในยุโรป ตะวันตก และเอเชียตะวันออก รวมทั้ง สหภาพยุโรป และคูเวต

ทั้งนี้ จากการศึกษาด้วยวิธี Regression Analysis ประเทศเหล่านี้ล้วนมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการนำเข้าผลไม้ที่มีศักยภาพของไทยในแต่ละประเภท ดังนั้น จึงเป็นตลาดใหม่สำหรับผลไม้ไทยที่ควรคัดเลือกไว้เพื่อผลักดันให้เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และเป็นการกระจายประเภทของผลไม้ไทยมิให้กระจุกตัวที่บางตลาดหรือบางประเภทของผลไม้เท่านั้น

ภาพที่ 18 สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายใน ตลาดยุโรปตะวันตกและตลาดรัสเซีย ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดใหม่)



หมายเหตุ: ฝรั่งเศสเป็น New Market ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายประเภท และหรือมีมูลค่ารวมของการนำเข้าผลไม้ไทยสูงเกินกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งได้กล่าวถึงไปแล้ว แต่เนื่องจากอยู่ในภูมิภาคยุโรปตะวันตกจึงนำมาวิเคราะห์รวมกัน

ตลาดยุโรปตะวันตก ได้แก่ อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี อิตาลี และสเปน มีโอกาสสร้างมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 46 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2570 จากเดิม 8 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 2.6 จากเดิมร้อยละ 0.6

ตลาดรัสเซีย มีโอกาสสร้างมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 7 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2570 จากเดิม 1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 4.9 จากเดิมร้อยละ 1.0

(5)ตลาดใหม่ (New Market) ผลไม้ไทยประเภทเดียว มูลค่าต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

จากการคัดกรองข้อมูลการนำเข้าผลไม้เป้าหมาย พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 พบว่าตลาดที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยเพียงประเภทเดียว และมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยดังกล่าวต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีดังแสดงใน ตารางที่ 13 และ ตารางที่ 14

ตารางที่ 13 สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยเพียงประเภทเดียว และมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยต่ำกว่า 3.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2555-2565

จำนวนประเภทผลไม้	New Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)	ทุเรียน มะม่วง ลำปอง แจ้ห่ม (081060)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081190)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081340)	มะพร้าว อ่อนปอก เปลือก (080112)	มังคุด มะม่วง มะม่วงหาว (080450)	ลำไย มะขาม ขนุน (081090)	ส้มโอ (080540)	สับปะรด (080430)	หมาก (080280)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65) ล้านเหรียญ สหรัฐ	มูลค่านำเข้า จากโลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65) ล้านเหรียญ สหรัฐ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)
1	มัลดีฟส์	-	-	-	-	2.08	-	-	-	-	2.08	5.44	38.3%	7.6%	10.8%
1	มาเก๊า	1.90	-	-	-	-	-	-	-	-	1.90	3.12	61.0%	12.3%	19.3%
1	ปากีสถาน	-	-	1.76	-	-	-	-	-	-	1.76	9.66	18.3%	15.9%	9.5%
1	บรูไน	1.04	-	-	-	-	-	-	-	-	1.04	3.33	31.2%	-15.8%	2.5%
1	อินเดีย	-	-	-	-	-	-	-	-	0.01	0.01	78.59	0.0%	0.0%	30.5%
1	บังกลาเทศ	-	-	-	-	-	-	-	-	0.01	0.01	36.57	0.0%	0.0%	-3.7%
	รวม New Mkt (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)	2.9	-	1.8	-	2.1	-	-	-	0.0	6.8	136.72	5.0%	9.0%	15.5%

ตารางที่ 14 สถานภาพตลาดใหม่ (New Market) ที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยเพียงประเภทเดียว และมีมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยต่ำกว่า 3.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2570

จำนวนประเภทผลไม้	New Mkt (พ.ศ. 2570)	ทุเรียน มะม่วง ลำปอง แจ้ห่ม (081060)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081190)	ทุเรียน ลำไย มะขาม อบแห้ง (081340)	มะพร้าว อ่อนปอก เปลือก (080112)	มังคุด มะม่วง มะม่วงหาว (080450)	ลำไย มะขาม ขนุน (081090)	ส้มโอ (080540)	สับปะรด (080430)	หมาก (080280)	มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐ	มูลค่านำเข้า จากโลก (พ.ศ. 2570) ล้าน เหรียญสหรัฐ	% ส่วนแบ่ง การตลาด ของไทย (พ.ศ. 2570)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก ไทย (เฉลี่ย พ.ศ. 2565-2570)	% การ เติบโตของ มูลค่า นำเข้าจาก โลก (เฉลี่ย พ.ศ. '55-65)
1	มัลดีฟส์	-	-	-	-	3.67	-	-	-	-	3.67	9.10	40.4%	12.0%	10.8%
1	มาเก๊า	4.60	-	-	-	-	-	-	-	-	4.60	7.55	61.0%	19.3%	19.3%
1	ปากีสถาน	-	-	3.30	-	-	-	-	-	-	3.30	15.21	21.7%	13.3%	9.5%
1	บรูไน	3.30	-	-	-	-	-	-	-	-	3.30	3.77	87.5%	26.0%	2.5%
1	อินเดีย	-	-	-	-	-	-	-	-	3.30	3.30	296.97	1.1%	218.9%	30.5%
1	บังกลาเทศ	-	-	-	-	-	-	-	-	3.30	3.30	30.33	10.9%	218.9%	-3.7%
	รวม New Mkt (พ.ศ. 2570)	7.9	-	3.3	-	3.7	-	-	-	6.6	21.5	362.93	5.9%	25.8%	21.6%

จากตารางพบว่ามี 6 ประเทศที่นำเข้าผลไม้เป้าหมายเพียงประเภทเดียว และมีมูลค่าของการนำเข้าต่ำกว่า 3.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่เป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้

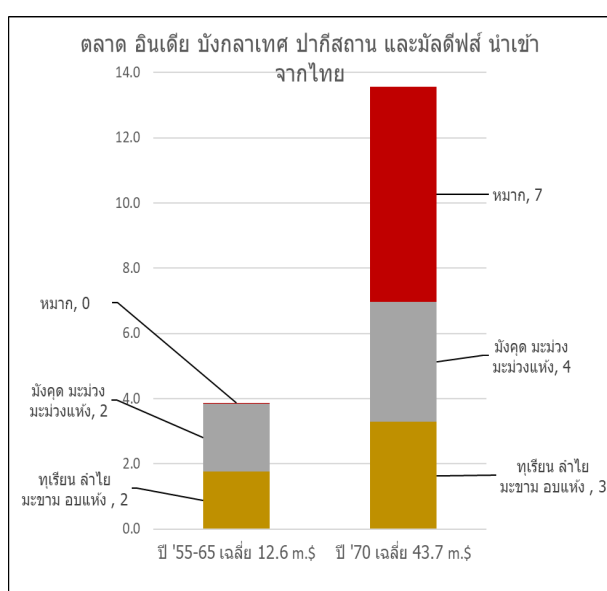
จากการศึกษาด้วยวิธี Regression analysis ประเทศเหล่านี้มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการนำเข้าผลไม้เป้าหมายในแต่ละประเภท ดังนั้นจึงเป็นตลาดใหม่สำหรับผลไม้ไทยที่ควรคัดเลือกไว้ด้วย

ประเทศในเอเชียใต้ ซึ่งผลไม้เป้าหมายส่วนใหญ่ คือ หมาก และผลไม้อบแห้ง ยกเว้นเพียงประเทศมัลดีฟส์ ที่ไทยมีโอกาสดำเนินการส่งออกมะม่วงสด ในกลุ่มนี้ยังมีอินเดียและบังกลาเทศ ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ในการนำเข้าหมาก และไทยเคยส่งออกหมากไปยังประเทศทั้งสองเป็นมูลค่าสูง แต่เป็นการส่งออกผ่านด่านผ่อนผันที่ไม่เสียภาษีซึ่งอนุญาตเฉพาะหมากที่ผลิตในประเทศพม่า แต่ปัจจุบันอินเดียและบังกลาเทศได้ระงับการส่งออกหมาก

ผ่านพรมแดนพม่าแล้ว ดังนั้นจำเป็นที่ไทยจะต้องเจรจาเพื่อหาจุดผ่านแดนที่เหมาะสม เช่นการส่งผ่านท่าเรือระนอง ไปยังท่าเรือจิตตะกองของบังกลาเทศ และท่าเรือโคลคาต้าของอินเดีย อนึ่ง จากการสำรวจสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าหากไทยเป็นสมาชิกที่มีคุณภาพสูงตามคุณลักษณะตามมาตรฐานการค้า รวมทั้ง อินเดียได้ออกมาตรการขึ้นภาษ้นำเข้า ร้อยละ 20 เพื่อปกป้องหมากในประเทศไทยจึงควรเร่งรัดการเจรจาให้เกิดการค้าและการผลิตอย่างต่อเนื่อง

สำหรับมัลดีฟส์เป็นประเทศที่มีระยะทางห่างจากไทยเพียงประมาณ 3,000 กิโลเมตรและไทยมีโอกาสส่งออกมะม่วงไปยังประเทศนี้ โดยอาจเป็นการส่งออกโดยตรงทางเครื่องบิน หรือส่งออกผ่านท่าเรือของประเทศศรีลังกา ทั้งนี้ อาจอาศัยการเจรจายกเว้นการเปิด FTA

ภาพที่ 19 สถานภาพตลาดผลไม้เป้าหมายใน ตลาดเอเชียใต้ ในปี พ.ศ. 2555-2565 และ 2570 (ตลาดใหม่)



ตลาดเอเชียใต้ ได้แก่ อินเดีย บังกลาเทศ ปากีสถาน และมัลดีฟส์ มีโอกาสสร้างมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 14 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2570 จากเดิม 4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยจะได้ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 3.9 จากเดิมร้อยละ 3.0

6.2 สรุปผลไม้และตลาดเป้าหมายในการยกระดับการส่งออก

สามารถสรุปตลาดเป้าหมายสำหรับการพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้เป้าหมายของไทยแต่ละประเภทได้ดังนี้

6.2.1 ตลาดเป้าหมายการส่งออกทุเรียนสด (HS 081060)

ตลาดเดิม	ตลาดใหม่
จีน (FTA)	ไต้หวัน
ฮ่องกง (FTA)	สิงคโปร์ (FTA)
มาเลเซีย (FTA)	บรูไน (FTA)
เกาหลีใต้ (FTA)	มาเก๊า
	ญี่ปุ่น (FTA)
	UAE

6.2.2 ตลาดเป้าหมายการส่งออก ลำไย-มะขาม-ขนุน (HS 081090)

ตลาดเดิม (เน้นลำไย)	ตลาดใหม่ (เน้นมะขามและขนุน)
จีน (FTA)	เนเธอร์แลนด์
อินโดนีเซีย (FTA)	USA
มาเลเซีย (FTA)	เยอรมนี
	ฝรั่งเศส
	UAE
	รัสเซีย

6.2.3 ตลาดเป้าหมายการส่งออก มังคุด-มะม่วง-มะม่วงแห้ง (HS 080450)

ตลาดเดิม	ตลาดใหม่
จีน (FTA) (เน้นมังคุด)	ฝรั่งเศส (เน้นมะม่วงแห้ง)
ฮ่องกง (FTA) (เน้นมังคุด)	UAE (เน้นมะม่วงแห้ง)
เกาหลีใต้ (FTA) (เน้นมังคุด)	สเปน (เน้นมะม่วงแห้ง)
มาเลเซีย (มะม่วงเกรดรอง) (FTA)	สหราชอาณาจักร (เน้นมะม่วงแห้ง)
ญี่ปุ่น (FTA) (เน้นมะม่วงผลสด)	มัลดีฟ (เน้นมะม่วงผลสด)
สิงคโปร์ (FTA) (เน้นมะม่วงผลสด)	

6.2.4 ตลาดเป้าหมายการส่งออก มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก (HS 080112)

ตลาดเดิม	ตลาดใหม่
จีน (FTA)	เนเธอร์แลนด์
	แคนาดา
	อิตาลี
	สหราชอาณาจักร

6.2.5 ตลาดเป้าหมายการส่งออก หนากสดและหนากแห้ง (HS 080280)

ตลาดเดิม (เน้นหนากแห้ง)	ตลาดใหม่ (เน้นหนากแห้งสำหรับบริโภคและใช้ในอุตสาหกรรม)
สหราชอาณาจักร	อินเดีย
	บังคลาเทศ
	สหรัฐอเมริกา

6.2.6 ตลาดเป้าหมายการส่งออก ทุเรียน-ลำไย-มะขาม อบแห้ง (HS 081340)

ตลาดเดิม (เน้นลำไยอบแห้ง)	ตลาดใหม่ (ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง)
จีน (FTA)	ออสเตรเลีย (ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง)
มาเลเซีย (FTA)	รัสเซีย (ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง)
ฮ่องกง	ปากีสถาน (ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง)
	เยอรมนี (ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง)
	สิงคโปร์ (FTA) (ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง)
	UAE (ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง)
	คูเวต (ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง)
	ญี่ปุ่น (ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง)

6.2.7 ตลาดเป้าหมายการส่งออกส้มโอ (HS 080540)

ตลาดเดิม	ตลาดใหม่
-มีน้อย-	จีน (FTA) (เน้นพันธุ์ทับทิมสยาม)
	ฮ่องกง (FTA)
	สิงคโปร์ (FTA)
	UAE
	คูเวต

6.2.8 ตลาดเป้าหมายการส่งออกสับปะรดสดและแห้ง (HS 080430)

ตลาดเดิม	ตลาดใหม่
-มีน้อย-	สหรัฐอเมริกา
	ญี่ปุ่น (FTA)
	สเปน
	แคนาดา
	เนเธอร์แลนด์
	เยอรมนี
	จีน (FTA)
	อิตาลี
	ฝรั่งเศส
	เกาหลีใต้
	คูเวต

6.2.9 ตลาดเป้าหมายการส่งออกทุเรียน-มะม่วง-สับปะรด-มังคุด-แช่แข็ง (HS 081190)

ตลาดเดิม (เน้น ทุเรียนแช่แข็ง)	ตลาดใหม่ (เน้น ทุเรียนแช่แข็ง)
จีน (FTA)	สหรัฐอเมริกา
	ฝรั่งเศส
	แคนาดา
	ออสเตรเลีย
	สหราชอาณาจักร
	เกาหลีใต้
	อิตาลี

6.3 สรุปชนิดของผลไม้และเป้าหมายการผลักดันตลาดในรายประเทศ

โดยสรุปแผนการพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทยในรายประเทศภายในปี 2570 พบว่ามีประเทศผู้นำเข้าผลไม้ที่มีศักยภาพของไทยจำนวน 26 ประเทศ เป็นตลาดเดิม 8 ประเทศ และตลาดใหม่ 18 ประเทศ โดยไทยยังจำเป็นต้องพึ่งตลาดจีนเป็นหลัก เนื่องจากมูลค่าการนำเข้าเฉพาะตลาดจีนเพียงประเทศเดียวมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 78.7 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้ไทยทั้ง 9 ประเภท ทั้งนี้ จีนนำเข้าจากไทยในอัตราการเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยที่ประเทศอื่นๆ นำเข้า อีกทั้งจีนเองก็นำเข้าจากตลาดโลกในอัตราการเติบโตสูงมาก สำหรับตลาดที่มีความสำคัญรองลงมาคือฮ่องกง แต่มีสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ 12.3 ทั้งนี้ ได้แยกตลาดเป็นตลาดเดิมหรือตลาดที่ต้องรักษาไว้ และตลาดใหม่หรือตลาดที่ต้องผลักดัน/แข่งขัน และได้กำหนดเป้าหมายให้ภายในปี 2570

ไทยจะต้องมีส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มประเทศผู้นำเข้าร้อยละ 47.8 และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 12.3 แบ่งกลุ่มตลาดได้ดังนี้

(1) ตลาดเดิม (Existing Market)

ตลาดเดิม 8 ประเทศ มีโอกาสสร้างมูลค่า 12,079 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ได้แก่ จีน ฮองกง มาเลเซีย เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และอังกฤษ โดยปัจจัยสำคัญของการเติบโตมาจากการเติบโตของตลาดจีน

■ ตลาดจีนและตลาดฮ่องกง

การรักษาส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้ไทยจะนำไปสู่การพึ่งพาตลาดจีนสูงมากยิ่งขึ้น ทำให้จีนยังคงเป็นตลาดสำคัญที่สุดของผลไม้ไทยอย่างต่อเนื่อง โอกาสสร้างมูลค่าจากตลาดจีน 10,950 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ฮ่องกง 867 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

■ ตลาด ASEAN และตลาดเอเชียตะวันออก

มีโอกาสสร้างมูลค่า 199 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากตลาด ASEAN 3 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดย ASEAN มีความสะดวกด้านโลจิสติกส์ ระยะเวลาขนส่งสั้น

ตลาดเอเชียตะวันออก ในประเทศที่มีรายได้ค่อนข้างสูงได้แก่ เกาหลีใต้และญี่ปุ่น มีโอกาสสร้างมูลค่า 120 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

(2) ผลไม้ใหม่ในตลาดเดิม

มีโอกาสสร้างตลาดจากผลไม้ในมูลค่ารวม 66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากส้มโอและสับปะรดในตลาดจีนและฮ่องกง

(3) ตลาดใหม่ (New Market) ผลไม้หลายประเภท มูลค่าสูงกว่า 3.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

มีโอกาสสร้างตลาดจากผลไม้ในมูลค่ารวม 236 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากตลาดใหม่ 6 ประเทศ ได้แก่ UAE สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส แคนาดา ออสเตรเลีย และไต้หวัน

(4) ตลาดใหม่ (New Market) ผลไม้หลายประเภท มูลค่าต่ำกว่า 3.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

มีโอกาสสร้างตลาดจากผลไม้ในมูลค่ารวม 93 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากตลาดยุโรปตะวันตกและเอเชียตะวันออก รวมทั้ง สิงคโปร์ และคูเวต

ตลาดยุโรปตะวันตก ได้แก่ อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี อิตาลี และสเปน มีโอกาสสร้างมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ตลาดรัสเซีย มีโอกาสสร้างมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

(5) ตลาดใหม่ (New Market) ผลไม้ไทยประเภทเดียว มูลค่าต่ำกว่า 3.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

มีโอกาสสร้างตลาดจากผลไม้ในมูลค่ารวม 22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ ได้แก่ อินเดีย บังกลาเทศ (หมากและผลไม้อบแห้ง) และมัลดีฟส์ (มะม่วงสด)

บทที่ 7 แผนการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการส่งออกผลไม้ไทย

7.1 เป้าหมายการพัฒนาการเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทยรายประเทศภายในปี 2570

การวิจัยแนวทางการพัฒนาการเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทย เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนแผนงานวิจัยการพัฒนาการผลิตและการส่งออกอาหารและผลไม้ไทยคุณค่าสูงและมูลค่าสูง เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูงให้ไทยเป็นผู้นำของโลก โดยจากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่ามีประเทศผู้นำเข้าผลไม้ที่มีศักยภาพของไทยจำนวน 26 ประเทศ เป็นตลาดเดิม 8 ประเทศ และตลาดใหม่ 18 ประเทศ ผลไม้ที่มีศักยภาพ 9 ประเภท¹⁵ 16 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน (081060) ทูเรียนแช่แข็ง (081190) มังคุดแช่แข็ง (081190) ลำไยอบแห้ง (081340) มะขามอบแห้ง (081340) มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก (080112) มังคุด (080450) มะม่วงสด (080450) มะม่วงอบแห้ง (080450) ลำไย (081090) มะขาม (081090) ขนุน (081090) ส้มโอ (080540) สับปะรดสด (080430) สับปะรดอบแห้ง (080430) และหมาก (080280) รวมเป็นผลไม้สด 10 ชนิด ผลไม้แช่แข็ง 2 ชนิด ผลไม้อบแห้ง 4 ชนิด สามารถสรุปเป็นตารางสรุปชนิดของผลไม้เป้าหมาย ประเทศเป้าหมาย และปริมาณคาดการณ์ตลาดปี 2570 ได้ดัง ตารางที่ 15

ตารางที่ 15 สรุปชนิดของผลไม้เป้าหมาย ประเทศเป้าหมาย และปริมาณคาดการณ์ตลาดปี 2570

	จำนวนชนิดผลไม้	Total Mt (พ.ศ. 2570)	ทูเรียน (081060)	ทูเรียนแช่แข็ง (081190)	มังคุดแช่แข็ง (081190)	ลำไยอบแห้ง (081340)	มะขามอบแห้ง (081340)	มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก (080112)	มังคุด (080450)	มะม่วงสด (080450)	มะม่วงอบแห้ง (080450)	ลำไย (081090)	มะขาม (081090)	ขนุน (081090)	ส้มโอ (080540)	สับปะรดสด (080430)	สับปะรดอบแห้ง (080430)	หมาก (080280)
USA/Canada	4	สหรัฐอเมริกา	-	19.2	-	-	-	-	-	-	-	-	9.4	-	-	-	17.1	3.3
USA/Canada	3	แคนาดา	-	6.9	-	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	-	3.3	-	-
ANZ	2	ออสเตรเลีย	-	8.1	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ASEAN	1	อินโดนีเซีย	-	-	-	-	-	-	-	-	104.5	-	-	-	-	-	-	-
ASEAN	4	มาเลเซีย	5.0	-	-	-	9.4	-	-	23.5	31.2	-	-	-	-	-	-	-
ASEAN	4	ฟิลิปปินส์	3.3	-	-	3.3	-	-	25.1	-	-	-	-	-	3.3	-	-	-
ASEAN	1	บรูไน	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
China	8	จีน	8,590.4	446.3	-	180.3	-	371.1	657.5	-	-	630.0	-	16.4	43.7	14.5	-	-
HK/Mac	4	ฮ่องกง	790.3	-	-	9.0	-	-	60.7	-	-	-	-	-	7.3	-	-	-
HK/Mac	1	มาเก๊า	4.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
East Asia	5	เกาหลีใต้	19.9	-	4.2	-	-	-	-	85.4	-	-	-	-	3.3	3.3	-	-
East Asia	1	ไต้หวัน	21.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
East Asia	4	ญี่ปุ่น	3.3	-	-	-	3.3	-	-	15.1	-	-	-	-	-	-	3.3	-
EU	4	ฝรั่งเศส	-	3.3	-	-	-	-	-	3.3	-	2.7	-	2.6	-	-	3.3	-
EU	3	เยอรมนี	-	-	-	-	-	3.2	-	-	-	3.6	-	-	-	-	3.3	-
EU	4	อิตาลี	-	3.3	-	-	-	3.3	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	1.1
EU	3	สเปน	-	-	-	-	3.3	-	-	-	-	-	3.3	-	-	-	3.3	-
EU	3	อิตาลี	-	3.3	-	-	-	3.2	-	-	-	-	-	-	-	-	3.3	-
EU	2	เดนมาร์ก	-	-	-	-	-	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	3.3	-
Mid East	5	UAE	1.9	-	-	-	5.2	-	2.8	3.4	3.9	4.8	6.8	1.7	3.3	-	-	-
Mid East	3	คูเวต	-	-	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	-	3.3	3.3	-	-
Russia	2	รัสเซีย	-	-	-	3.3	-	-	-	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-
South Asia	1	อินเดีย	-	-	-	-	-	-	-	3.7	-	-	-	-	-	-	-	-
South Asia	1	บังกลาเทศ	-	-	-	-	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
South Asia	1	ศรีลังกา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.3
South Asia	1	เนปาล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.3
	9	รวม	9,444	490	4	196	31	384	721	159	11	780	16	24	64	24	37	11
	26	จำนวนประเทศผู้นำเข้า	10	7	1	4	7	5	3	7	3	7	2	4	6	4	7	4

จึงได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาการเพิ่มศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทยในรายประเทศภายในปี 2570 ไว้ดังนี้

¹⁵ ตามพิภักศุลกากร

7.1.1 ตลาดเดิม (Existing Market)

ตลาดเดิม 8 ประเทศ มีโอกาสสร้างมูลค่าได้ 12,079 ล้านบาทสหรัฐฯ ในปี 2570 ได้แก่ จีน ฮองกง มาเลเซีย เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และอังกฤษ โดยปัจจัยสำคัญของการเติบโตมาจากการเติบโตของตลาดจีน จึงจำเป็นต้องรักษาส่วนแบ่งของตลาดเดิมไว้

■ ตลาดจีนและตลาดฮ่องกง

การรักษาส่วนแบ่งการตลาดของผลไม้ไทยจะนำไปสู่การพึ่งพาดตลาดจีนสูงมากยิ่งขึ้น ทำให้จีนยังคงเป็นตลาดสำคัญที่สุดของผลไม้ไทยอย่างต่อเนื่อง โอกาสสร้างมูลค่าจากตลาดจีน 10,950 ล้านบาทสหรัฐฯ ฮ่องกง 867 ล้านบาทสหรัฐฯ ผลไม้เป้าหมายของตลาดนี้ ได้แก่ ทูเรียนแช่แข็ง ลำไยอบแห้ง มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก มังคุด ลำไย ขนุน ส้มโอ และสับปะรดสด

■ ตลาด ASEAN และตลาดเอเชียตะวันออก

มีโอกาสสร้างมูลค่าได้ 199 ล้านบาทสหรัฐฯ จากตลาด ASEAN 3 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดย ASEAN มีความสะดวกด้านโลจิสติกส์ ระยะเวลาขนส่งสั้น ผลไม้เป้าหมายของตลาดนี้ ได้แก่ ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง มะม่วงสด มะม่วงอบแห้ง ลำไย และส้มโอ

ตลาดเอเชียตะวันออก ในประเทศที่มีรายได้ค่อนข้างสูงได้แก่ เกาหลีใต้และญี่ปุ่น มีโอกาสสร้างมูลค่า 120 ล้านบาทสหรัฐฯ ผลไม้เป้าหมายของตลาดนี้ ได้แก่ มังคุดแช่แข็ง มะขามอบแห้ง มะม่วงสด ส้มโอ สับปะรดสด

7.1.2 ผลไม้ใหม่ในตลาดเดิม

มีโอกาสสร้างตลาดจากผลไม้ในมูลค่ารวม 66 ล้านบาทสหรัฐฯ จากส้มโอและสับปะรดในตลาดจีนและฮ่องกง ผลไม้กลุ่มนี้ยังมีความสามารถในการขับเคลื่อนตลาดควบคู่ไปกับผลไม้เดิมในตลาด

7.1.3 ตลาดใหม่ (New Market) ผลไม้หลายประเภท มูลค่าสูงกว่า 3.3 ล้านบาทสหรัฐฯ

มีโอกาสสร้างตลาดจากผลไม้ในมูลค่ารวม 236 ล้านบาทสหรัฐฯ จากตลาดใหม่ 6 ประเทศ ได้แก่ UAE สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส แคนาดา ออสเตรเลีย และไต้หวัน ผลไม้เป้าหมายของตลาดนี้ ได้แก่ ทูเรียน แช่แข็ง มะขามอบแห้ง มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก มังคุด มะม่วงสด มะม่วงอบแห้ง ลำไย มะขาม ขนุน ส้มโอ สับปะรดอบแห้ง

7.1.4 ตลาดใหม่ (New Market) ผลไม้หลายประเภท มูลค่าต่ำกว่า 3.3 ล้านบาทสหรัฐฯ

มีโอกาสสร้างตลาดจากผลไม้ในมูลค่ารวม 93 ล้านบาทสหรัฐฯ จากตลาดยุโรปตะวันตกและเอเชียตะวันออก รวมทั้ง สิงคโปร์ และคูเวต ผลไม้เป้าหมายของตลาดนี้ ได้แก่ ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง มะม่วงสด ส้มโอ สับปะรดสด

ตลาดยุโรปตะวันตก ได้แก่ อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี อิตาลี และสเปน มีโอกาสสร้างมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 46 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ผลไม้เป้าหมายของตลาดนี้ ได้แก่ ทูเรียนแช่แข็ง มะขามอบแห้ง มะพร้าวอ่อนปอกเปลือก มะม่วงอบแห้ง ลำไย ขนุน สับปะรดอบแห้ง และหมาก

ตลาดรัสเซีย มีโอกาสสร้างมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากไทย 7 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ผลไม้เป้าหมายของตลาดนี้ ได้แก่ ลำไยอบแห้ง และ ลำไย

7.1.5 ตลาดใหม่ (New Market) ผลไม้ไทยประเภทเดียว มูลค่าต่ำกว่า 3.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

มีโอกาสสร้างตลาดจากผลไม้ในมูลค่ารวม 22 ล้านเหรียญสหรัฐฯ จากประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้ คือ อินเดีย บังกลาเทศ ปากีสถาน ได้แก่ หมากและมะขามอบแห้ง และประเทศมัลดีฟส์ คือ มะม่วงสด

สำหรับตลาดใหม่ทั้ง 3 กลุ่มนี้ ต้องใช้กลยุทธ์ในการผลักดันตลาด เนื่องจากเป็นสินค้าใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังไม่รู้จักหรือไม่คุ้นเคย และต้องแข่งขันกันผลไม้ชนิดเดิมที่ครองตลาดอยู่เดิม แต่จำเป็นต้องเริ่มดำเนินการเพื่อหาตลาดใหม่รองรับความเสี่ยงหากตลาดเดิมมีการแข่งขันที่สูงขึ้น

7.2 แนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการส่งออกผลไม้ไทย

แนวทางการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการส่งออกผลไม้ไทย ได้ประมวลข้อมูลมาจากการศึกษาสำรวจ สัมภาษณ์ ประชุมระดมสมอง วิเคราะห์ปัญหา และสังเคราะห์ข้อมูลจากรายละเอียดในรายงานจากบทต่างๆข้างต้น สามารถกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมายการพัฒนา และแนวทางดำเนินงาน ดังนี้

7.2.1 มาตรการพื้นฐาน

มาตรการพื้นฐานเพื่อการพัฒนาและยกระดับศักยภาพการผลิตเพื่อรองรับการขยายตลาดส่งออกผลไม้ เป็นการสร้างความพร้อมในการแข่งขันกับคู่แข่งใหม่ และเข้าแข่งขันในตลาดใหม่ ดังนี้

กลยุทธ์	เป้าหมายการพัฒนา	แนวทางดำเนินงาน
ขายง่าย*	เน้นการขายผลไม้คุณภาพสูง (Premium Grade)	- แก้ไขปัญหาโรค-แมลง-สารตกค้าง - สร้างระบบตรวจสอบและ traceability ที่มีประสิทธิภาพ เข้าถึงได้
	เน้นการประชาสัมพันธ์ให้พึงใจว่าผลไม้ไทยคุณภาพสูง	สร้างสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลายภาษาในประเทศเป้าหมายผลไม้เป้าหมาย
	ลดโรค-แมลง-สารตกค้างในผลไม้	- ใช้เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว เช่น Hot Dip, Pre-colling, Cold Chain - สนับสนุนการลงทุนระบบกำจัดโรค-แมลงตามข้อกำหนดของประเทศปลายทาง เช่น ระบบฉายรังสี - สร้างสื่อให้ความรู้การป้องกันกำจัดโรค-แมลง การใช้สารเคมีอย่างปลอดภัย ที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ - มีระบบตรวจสอบการใช้สารเคมีที่เข้มงวดทั้งในสวนและในคลัง
	พัฒนาระบบตรวจคุณภาพ-ตรวจรับรอง เข้มแข็ง เข้มงวด ชัดเจน รวดเร็ว เป็นระบบ มีหลักฐาน เข้าถึงได้	- Platform ระบบตรวจคุณภาพ-ตรวจรับรอง GAP มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมผลไม้เป้าหมายได้ทั้งหมดตลอดห่วงโซ่การผลิตถึงส่งออก แก้ไขปัญหาการสวมสิทธิ์ - พัฒนาระบบการตรวจรับรอง GAP แบบใช้เครือข่ายพันธมิตร - สร้างและขยายกำลังบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญในเรื่องการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานผลไม้ - มีสถาบันการศึกษาเป็นพันธมิตรเป็นหน่วยปฏิบัติการร่วมกับการสร้างบุคลากรรุ่นใหม่
	สร้างเทคนิคการยืดอายุ-รักษาสภาพในคอนเทนเนอร์ที่เชื่อถือ-เชื่อมั่น-ชัดเจน	วิจัยค่าการควบคุมอุณหภูมิ และสิ่งแวดล้อมในคอนเทนเนอร์ รายชนิดผลไม้เป้าหมาย
	เพิ่มปริมาณผลผลิตให้เติบโตทันตลาด	- พัฒนาเครื่องจักรกลทดแทนแรงงานและความเชี่ยวชาญที่เหมาะสมสำหรับใช้ในสวน - พัฒนาแหล่งน้ำ - ปรับปรุงสวนเก่าให้เพิ่มผลผลิตต่อไร่
	เพิ่มปริมาณการคัดบรรจุและแปรรูปผลผลิตผลไม้เป้าหมาย	- วิจัยระบบตรวจสอบคุณภาพเนื้อในผลไม้แบบไม่ทำลายที่แม่นยำ อัตราการทำงานสูง เทคนิคทันสมัย - วิจัยพัฒนาเครื่องจักรคัด บรรจุ ที่แม่นยำ อัตราการทำงานสูง เทคนิคทันสมัย - วิจัยการใช้วัสดุทดแทนสารต้องห้าม เช่น กำมะถัน ยาป้ายข้าวทุเรียนที่ล้าสมัย - วิจัยเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ช่วยในการแปรรูปและคัดเกรด
	พัฒนาสายพันธุ์ใหม่	วิจัยพัฒนาสายพันธุ์

แข่งง่าย**	เพิ่มขนส่งทางรางและรถบรรทุกเพื่อขยายเส้นทางสู่จีนตอนใต้ให้ได้เปรียบคู่แข่ง	- ขยายระบบรางรถไฟและการขนส่งไปทางเหนือ - เจริญเปิดการขนส่งด้วยรถบรรทุกไม่มีคอนเทนเนอร์
	เพิ่มความสะดวกในการผ่านด่าน	เจรจาเพิ่มการอำนวยความสะดวกในการผ่านด่าน
	ลดขั้นตอน ลดต้นทุน ลดค่าธรรมเนียม	กำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษสำหรับการส่งออกผลไม้
ขยายตลาด*	เพิ่มช่องทางจำหน่ายที่ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสบริหารจัดการเองได้ ขดเคียวการบริหารตลาดของล้งต่างชาติบางส่วน	สร้างระบบศูนย์ข้อมูลการค้าผลไม้และ platform แบบ online ที่ยืนยันตัวตนและรับรองคุณภาพผลผลิต ให้ลูกค้าต่างชาติเข้าถึงผู้ค้าและผู้ผลิตไทยได้โดยตรง
	แลกเปลี่ยนรายการสินค้า	เจรจาแลกเปลี่ยนรายการสินค้า
	ขอส่งออกผลไม้ชนิดใหม่-ตลาดใหม่ เพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพาตลาดเดียว	เจรจาเปิดตลาด
	ขอผ่อนผันกฎเกณฑ์บางอย่างที่ยังไม่พร้อม	เจรจากผ่อนผัน
ข้อมูลพร้อม*	มีฐานข้อมูลแหล่งเพาะปลูก ปริมาณผลผลิต ฤดูกาลผลผลิต ที่ทันสมัย เข้าถึงสะดวก นำมาวิเคราะห์วางแผนการตลาดได้	สร้างระบบฐานข้อมูลภาคการผลิตผลไม้เป้าหมายที่ทันสมัย ต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพให้บริการ
	มีการแจ้งเตือนภาวะเปียบของประเทศคู่ค้า ความเคลื่อนไหวของประเทศคู่แข่งและคู่ค้า	สร้างระบบฐานข้อมูลภาคการตลาดผลไม้เป้าหมาย ความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง-คู่ค้า และภาวะเปียบคู่ค้าที่ทันสมัย ต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพให้บริการ

หมายเหตุ * หมายถึง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานหลัก

**หมายถึง กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานหลัก

7.2.2 มาตรการเฉพาะตลาด

มาตรการเฉพาะตลาด เน้นให้มีการดำเนินงานสำหรับตลาดปลายทาง ทั้งตลาดเดิม และ ตลาดใหม่ ดังนี้

■ ตลาดเดิม (Existing Market)

ตลาดเดิมกลุ่มจีนและฮ่องกง เป็นตลาดที่สำคัญที่สุดในการรักษาสถานภาพการตลาดไว้ เน้นการรักษาตลาดเดิมโดยการติดตามข้อมูลการตลาดและคู่แข่งอย่างใกล้ชิด ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอเป็นที่ไว้วางใจ ปรับปรุงคุณภาพให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งนำเสนอผลไม้ชนิดใหม่ คือ ส้มโอและสับปะรดเข้าไปในตลาดผลไม้เดิมในทุกโอกาสที่มี และติดตามผลความนิยมอย่างต่อเนื่องและตอบสนองตลาดอย่างรวดเร็วเนื่องจากคนจีนมีบุคลิกว่องไวรวดเร็ว

กลุ่ม ASEAN และเอเชียตะวันออก เน้นการผลักดันให้อัตราการเติบโตสูงขึ้นโดยการกระตุ้นตลาด ประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดและคู่แข่ง ปรับปรุงคุณภาพให้สูงขึ้น นำเสนอสินค้าในรูปแบบใหม่ๆ วิเคราะห์หาช่องทางการตลาดและลูกค้ากลุ่มใหม่ กลุ่มเอเชียตะวันออก เน้นสินค้าเกรด Premium บรรจุภัณฑ์อย่างดีมาตรฐานสูง

■ ตลาดใหม่ (New Market)

ตลาดใหม่ทั้ง 3 กลุ่ม คือ รัสเซียใน หัวข้อ 7.1.3 - 7.1.5 ต้องผลักดันอัตราการเติบโตของมูลค่าการนำเข้าจากไทย โดยเน้นการศึกษาวิเคราะห์โอกาสของความร่วมมือ ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน เจาะการค้า กระตุ้นตลาดเป้าหมาย นำเสนอสินค้าเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ประชาสัมพันธ์เปิดตลาด เน้นการจัดให้มีการจับคู่ธุรกิจเพื่อการเปิดตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงต้องมีการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานที่ชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

- กรมศุลกากร: ข้อมูลการส่งออกของศุลกากร. เข้าถึงได้จาก
<https://catalog.customs.go.th/dataset/?tags=%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%B3%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2>
- สายสวาท กุลวัฒนาพร .(2547). การแปรรูปลำไยเพื่อให้ได้คุณภาพ.ข่าวเทคโนโลยีสำหรับชาวชนบท,ฉบับที่ 89 ตุลาคม-ธันวาคม 2547, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.ข้อมูลการผลิตผลไม้. เข้าถึงได้จาก: <https://mis-app.oae.go.th/product/%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99>
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์: ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ. เข้าถึงได้จาก <https://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx#:~:text>
- หิรัญ หิรัญประดิษฐ์. (2547). เทคโนโลยีการแปรรูปทุเรียนเพื่อการอุตสาหกรรม.ผลงานวิจัยสำหรับประกอบคำขอให้ประเมินบุคคล เพื่อให้ดำรงตำแหน่ง นักวิชาการ เกษตร 9 ว (ผู้เชี่ยวชาญพิเศษด้านพืชสวน) ตำแหน่งเลขที่ 7, กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. เข้าถึงได้จาก
<http://lib.doa.go.th/multim/BB00822.pdf>
- FAO. (2023). Statistical YearBook: World Food and Agricure 2023. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, 2023. Available at: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/6e04f2b4-82fc-4740-8cd5-9b66f5335239/content>
- Finger,J. & Kreinin. M..(1979). **A Measure of 'Export Similarity' and Its Possible Uses**. Economic Journal, 1979, vol. 89, issue 356, 905-12. Avlaible at: <https://econpapers.repec.org/article/ecjeconjl/>
- IMF: GDP Per Capita, Current Prices (Purchasing Power Parity; International Dollars Per Capita). Available at: <https://www.imf.org/external/datamapper/PPPPC@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD>

- Mayer, T. & Zignago, S. (2011), Notes on CEPII's distances measures: the GeoDist Database, CEPII Working Paper 2011-25. Available at: http://www.cepii.fr/CEPII/en/bdd_modele/bdd_modele_item.asp?id=6 และ
- Pei-Zhi Wang และ Xiao-Jing Liu, 2015: P.223 Comparative Analysis of Export Similarity Index between China and EU Proceedings of the 2015 International Conference on Management Science and Management Innovation. Atlantis Press Uitgever in Amsterdam, Nederland
- Sanidas and Shin. (2011). Convergence Towards the Revealed Comparative Advantage Neutral Point for East Asia: Similarities and Differences Between the Three Countries. January 2011. Institute of Economic Research, Seoul National University, Seoul Journal of Economics, Vol.24 No.1, pp. 21-50P
- UN Comtrade. Available at: <https://comtradeplus.un.org/>
- UN Statistics Division. Conversion Table. Available at: <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ>
- World Bank, Population, Total - World. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=1W>
- World Bank. Report Ranking Countries According to Their Logistics Performance. Available at: <https://lpi.worldbank.org/international/global>
- Yu et al. (2009) Yu, R., J. Cai, and P. Leung. 2009. "The Normalized Revealed Comparative Advantage Index." The Annals of Regional Science 43(1):267-282.

ภาคผนวก ก

การผลิต การส่งออก และการนำเข้าผลไม้ในตลาดโลกและของไทย

ภาคผนวก ก 1 การผลิตผลไม้ในตลาดโลก

ผลไม้ที่ผลิตในลำดับต้นของโลก ได้แก่

- กล้วย เป็นผลไม้ที่มีปริมาณผลผลิตมากที่สุดในโลก มีปริมาณผลผลิต 111.01 ล้านตัน และ 122.82 ล้านตัน ในปี พ.ศ. 2560 และ 2564 ตามลำดับ ขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.57 ต่อปี อินเดียและจีนผลิตได้มากที่สุด คือ 33.06 ล้านตัน และ 11.72 ล้านตัน ตามลำดับ ส่วนไทยผลิตได้ 1.34 ล้านตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.09 ของทั้งโลก
- แตงโม เป็นผลไม้ที่มีปริมาณผลผลิตสูงเป็นอันดับสองของโลก มีปริมาณผลผลิตมากกว่า 100 ล้านตันเช่นกัน มีปริมาณผลผลิต 100 ล้านตัน และ 100.30 ล้านตันในปี พ.ศ. 2560 และ 2564 ตามลำดับ หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.07 ต่อปี จีนและตุรกีผลิตได้มากที่สุดคือ 60.86 ล้านตัน และ 3.47 ล้านตัน ตามลำดับ ส่วนไทยผลิตได้ 0.16 ล้านตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.16 ของทั้งโลก
- แอปเปิ้ล เป็นผลไม้ที่มีปริมาณผลผลิตสูงเป็นอันดับสาม มีปริมาณผลผลิต 81.87 ล้านตัน และ 91.84 ล้านตันในปี พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2564 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 2.92 ต่อปี จีนและตุรกีผลิตได้มากที่สุดคือ 45.98 ล้านตัน และ 4.49 ล้านตัน ตามลำดับ ส่วนไทยไม่มีข้อมูลว่าผลิตแอปเปิ้ลได้
- ส้ม เป็นผลไม้ที่มีปริมาณผลผลิตสูงเป็นอันดับสี่ มีปริมาณผลผลิต 72.33 ล้านตัน และ 74.60 ล้านตัน ในปี พ.ศ. 2560 และ 2564 ตามลำดับ ขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.80 ต่อปี บราซิลและอินเดียผลิตได้มากที่สุด คือ 16.21 ล้านตัน และ 10.27 ล้านตัน ตามลำดับ ส่วนไทยผลิตได้เล็กน้อยเพียง 0.49 ล้านตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.66 ของทั้งโลก

สำหรับผลไม้ชนิดที่ปริมาณการผลิตสูงสุด 20 ลำดับแรก แสดงอยู่ใน

ภาคผนวก ก 1- 1 ชนิดของผลไม้ที่มีปริมาณการผลิตของโลกสูงสุด 20 ลำดับแรก

ข้อสังเกตที่สำคัญก็คือ นอกจากกล้วยแล้ว ผลไม้ชนิดที่ปลูกได้ดีในเขตร้อนที่มีปริมาณการผลิตจำนวนมาก ได้แก่ มะพร้าวผล กลุ่มมะม่วงฝรั่งและมังคุด กล้วย สับปะรด มะละกอ และ กลุ่มส้มโอและเกรปฟรุต แสดงว่าประเทศในเขตร้อนเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่สำคัญและมีศักยภาพในการผลิตสูง ทั้งนี้ ประเทศที่มีบทบาทหลักในการผลิตผลไม้ในเชิงปริมาณ ได้แก่ จีนและอินเดีย รองลงมาคืออินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ซึ่งสูงกว่าไทยมาก แสดงใน

ภาคผนวก ก 1- 2 และ ภาคผนวก ก 1- 3 ส่วนไทยผลิตกล้วยเป็นอันดับที่ 20 ของโลก รายละเอียดดังใน

ภาคผนวก ก 1- 4

ภาคผนวก ก 1- 1 ชนิดของผลไม้ที่มีปริมาณการผลิตของโลกสูงสุด 20 ลำดับแรก

หน่วย: ล้านตัน

ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	การขยายตัว
กล้วย	111.01	114.59	115.46	119.22	122.82	2.57
แตงโม	100.02	99.92	100.75	100.64	100.30	0.07
แอปเปิล	81.87	84.41	86.23	89.20	91.84	2.92
ส้ม	72.33	72.18	75.07	75.63	74.60	0.80
องุ่น	72.94	79.28	76.06	75.92	72.52	-0.01
มะพร้าวผล	58.07	64.48	62.96	61.61	62.93	2.17
ฝรั่ง มะม่วง มังคุด	50.36	52.20	54.37	54.67	54.99	2.24
ส้มแทนเจอริน แมนดาริน คลิเมนไทน์	32.67	34.20	38.72	38.89	41.74	6.42
กล้วยและกล้วยสำหรับทำอาหาร	32.40	32.52	38.65	39.60	39.49	5.35
สับปะรด	26.96	27.84	27.71	26.80	28.21	1.20
แคนตาลูปและแตงชนิดอื่น	26.06	26.35	26.60	27.39	27.73	1.57
แพร์	23.64	23.53	24.07	24.79	25.47	1.89
พีชและเนคทารีน	23.53	23.70	24.41	24.06	24.80	1.33
ผลไม้เขตร้อนอื่นที่ไม่ได้ระบุในตาราง	22.57	23.61	23.87	24.37	24.54	2.12
มะนาวและมะนาวฝรั่ง	17.14	19.10	19.43	20.24	20.57	4.75
ผลไม้ประเภทส้มอื่นที่ไม่ได้ระบุไว้ในตาราง	14.01	14.25	14.38	13.79	13.89	-0.19
มะละกอ	12.88	13.28	13.67	13.68	13.68	1.52
พลัมและสโล	11.38	12.12	12.00	11.97	11.89	1.14
ส้มโอและเกรปฟรุต	8.49	8.87	9.13	9.22	9.40	2.59

ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	การขยายตัว
สตอเบอรี่	8.24	8.53	9.00	8.88	9.17	2.74

ภาคผนวก ก 1- 2 ปริมาณการผลิตผลไม้เขตร้อนบางชนิดของประเทศที่ผลิตได้จำนวนมาก

หน่วย: ล้านตัน

ประเทศ	มะพร้าวทั้งกะลา
อินโดนีเซีย	17,159,937.91
ฟิลิปปินส์	14,717,293.91
อินเดีย	14,301,000.00
ไทย	797,699.69

ประเทศ	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด
อินเดีย	24,968,000.00
จีน	3,790,000.00
อินโดนีเซีย	3,561,867.46
ไทย	1,635,233.37

ประเทศ	สับปะรด
คอสตาริกา	2,938,334.00
อินโดนีเซีย	2,886,416.84
ฟิลิปปินส์	2,860,202.36
ไทย	1,800,558.00

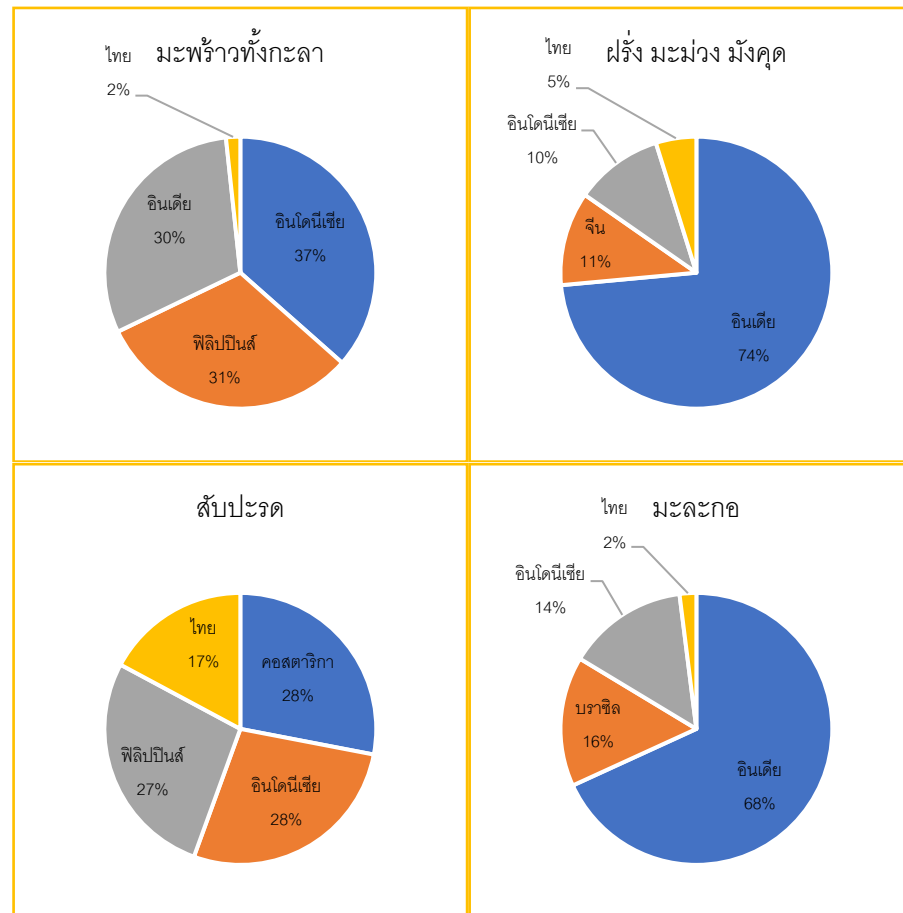
ประเทศ	มะละกอ
อินเดีย	5,540,000.00
บราซิล	1,256,703.00
อินโดนีเซีย	1,168,265.89
ไทย	161,605.66

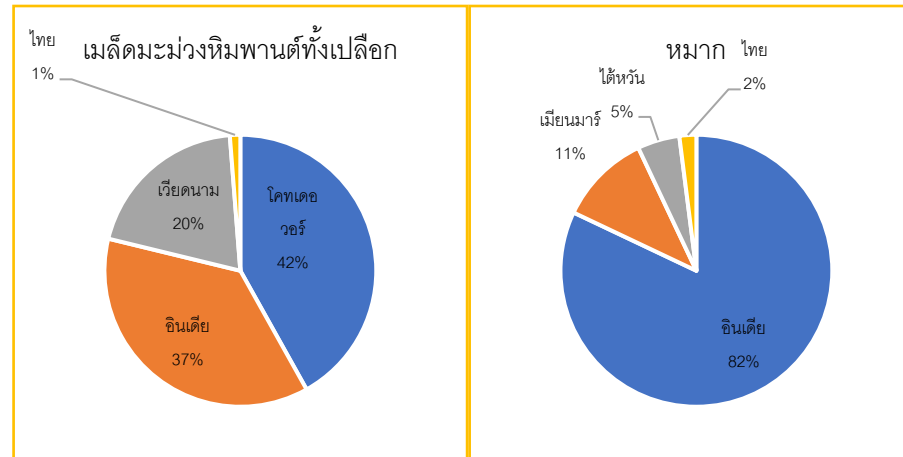
ประเทศ	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ทั้งเปลือก
โคทเดอวัวร์	837,850.12
อินเดีย	738,000.00
เวียดนาม	399,307.75
ไทย	24,790.82

ประเทศ	หมาก
อินเดีย	1,563,000.00
เมียนมาร์	208,313.70
ไต้หวัน	95,536.00
ไทย	38,306.16

ที่มา: FAO

ภาคผนวก ก 1- 3 ปริมาณการผลิตผลไม้เขตร้อนที่สำคัญในตลาดโลก





ภาคผนวก ก 1- 4 ประเทศที่ส่งออกกล้วยสูงสุด 20 ลำดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศผู้ส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
Ecuador	3,039	3,238	3,311	3,682	3,500	3,354
Philippines	1,128	1,505	1,954	1,644	1,128	1,472
Costa Rica	1,113	1,031	1,000	1,083	1,075	1,060
Colombia	918	866	934	990	1,017	945
Guatemala	882	901	953	956	930	924
เนเธอร์แลนด์	483	561	685	743	801	655
Germany	320	242	246	255	282	269
Dominican Rep.	282	276	302	245	229	267
Mexico	233	260	280	265	262	260
Myanmar	70	131	397	367	164	226
Honduras	250	251	237	223	137	220
Lao	168	112	194	227	238	188
France	171	171	148	128	159	155
Peru	149	169	155	150	145	153
Viet Nam	64	104	176	162	231	147
Turkey	200	162	140	101	91	139
Panama	101	106	127	152	173	132
Cote d'Ivoire	150	175	169	161	0	131
Belgium	132	135	88	135	116	121
Spain	115	81	76	76	92	88
Thailand	20	27	25	16	17	21

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2 การส่งออกผลไม้ในตลาดโลก

การวิเคราะห์การค้าผลไม้ในตลาดโลกครั้งนี้ ได้ใช้ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศที่องค์การสหประชาชาติ ได้เก็บรวบรวมไว้ ผ่านทางเว็บไซต์ที่ชื่อว่า UNcomtrade รวมถึงข้อมูลจากกรมศุลกากรที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้ถูกบันทึกโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของแต่ละประเทศ ภายใต้ระบบเลขรหัสเดียวกัน ที่เรียกว่า Harmonized System of tariff nomenclature หรือเรียกย่อๆ ว่า HS เพื่อให้การจัดประเภทสินค้าและการบรรยายลักษณะของสินค้ามีมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก โดยการศึกษาในบทนี้ได้ใช้ข้อมูลพิกต์ศุลกากรฉบับปี 2007 หรือ HS version 2007 เป็นหลัก รายละเอียดผลไม้ที่ซื้อขายในตลาดโลกแบ่งเป็น 55 กลุ่ม แสดงใน ภาคผนวก ก 2- 1

ภาคผนวก ก 2- 1 รายละเอียดผลไม้ที่ซื้อขายในตลาดโลก 55 กลุ่ม

- 80111 Coconuts, desiccated หมายถึง มะพร้าวที่ได้ทำให้แห้ง
- 80119 Coconuts, other than desiccated หมายถึง มะพร้าวทั้งกะลาและมะพร้าวเต็มผลอื่นๆ
- 80121 Brazil nuts, in shell หมายถึง บราซิลนัททั้งเปลือก
- 80122 Brazil nuts, shelled หมายถึง บราซิลนัทที่เอาเปลือกออก
- 80131 Cashew nuts, in shell หมายถึง เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ทั้งเปลือก
- 80132 Cashew nuts, shelled หมายถึง เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ที่เอาเปลือกออก
- 80211 Almonds, in shell หมายถึง อัลมอนทั้งเปลือก
- 80212 Almonds, shelled หมายถึง อัลมอนที่เอาเปลือกออก
- 80221 Hazelnuts/filberts (Corylus spp.), in shell หมายถึงเฮเซลนัททั้งเปลือก
- 80222 Hazelnuts/filberts (Corylus spp.), shelled หมายถึงเฮเซลนัทที่เอาเปลือกออก
- 80231 Walnuts, in shell หมายถึงวอลนัททั้งเปลือก
- 80232 Walnuts, shelled หมายถึงวอลนัทที่เอาเปลือกออก
- 80240 Chestnuts (Castanea spp.) หมายถึงเชสท์นัท

- 80250 Pistachios หมายถึงถั่วพิสตาชิโอ
- 80260 Macadamia nuts หมายถึงถั่วมะคะเดเมีย
- 80290 Nuts, n.e.s. in 08.01 & 08.02, fresh/dried, whether or not shelled/peeled หมายถึงถั่วชนิดที่ไม่ได้ระบุไว้ใน HS 08.01 และ 08.02 ทั้งที่สดและได้ทำให้แห้ง ไม่ว่าจะมีการเปลือกหรือไม่ก็ตาม
- 80300 Bananas, incl. plantains, fresh/dried หมายถึงกล้วย รวมทั้งกล้วย ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80410 Dates, fresh/dried หมายถึง อินทผลัม ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80420 Figs, fresh/dried หมายถึง มะเดื่อฝรั่ง ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80430 Pineapples, fresh/dried หมายถึงสับปะรด ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80440 Avocados, fresh/dried หมายถึงอโวคาโด ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80450 Guavas, mangoes & mangosteens, fresh/dried หมายถึง ฝรั่ง มะม่วง และมังคุด ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80510 Oranges, fresh/dried หมายถึง ส้ม ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80520 Mandarins, incl. tangerines & satsumas; clementines, wilkings & similar citrus hybrids, fresh/dried หมายถึง ส้มพันธุ์แมนดาริน รวมถึงแทนเจอริน ซัทซึมาส คลิเมนไทน์ วิลกิน และส้มพันธุ์ผสมอื่นๆ
- 80540 Grapefruit, fresh/dried หมายถึงเกรฟฟรุต (รวมส้มโอ) ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80550 Lemons (Citrus limon/limonum) & limes (Citrus aurantifolia/latifolia), fresh/dried หมายถึง มะนาว มะนาวฝรั่ง ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80590 Citrus fruit (excl. of 0805.10-0805.50), fresh/dried หมายถึง ผลไม้ประเภทส้มอื่นๆที่ไม่รวมประเภทที่อยู่ภายใต้ HS 0805.10 – 0805.50 ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง
- 80610 Grapes, fresh หมายถึงองุ่นสด
- 80620 Grapes, dried หมายถึงองุ่นที่ได้ทำให้แห้ง
- 80711 Watermelons, fresh หมายถึงแตงโมสด
- 80719 Melons (excl. watermelons), fresh หมายถึงแตงประเภทอื่นที่ไม่ใช่แตงโม
- 80720 Papaws (papayas), fresh/dried หมายถึงมะละกอ ทั้งสดและได้ทำให้แห้ง

- 80810 Apples, fresh หมายถึงแอปเปิลสด
- 80820 Pears & quinces, fresh หมายถึงแพร์และควินซ์ สด
- 80910 Apricots, fresh หมายถึงแอปปริคอตสด
- 80920 Cherries, fresh หมายถึงเชอร์รี่สด
- 80930 Peaches, incl. nectarines, fresh หมายถึงพีช รวมถึงเนคทารีน สด
- 80940 Plums & sloes, fresh หมายถึงพลัมและสโล สด
- 81010 Strawberries, fresh หมายถึงสตรอเบอร์รี่สด
- 81020 Raspberries, blackberries, mulberries & loganberries, fresh หมายถึงราสเบอร์รี่ แบล็คเบอร์รี่ มัลเบอร์รี่และโลแกนเบอร์รี่ สด
- 81040 Cranberries, bilberries & other fruits of the genus Vaccinium, fresh หมายถึงแครนเบอร์รี่ บิลเบอร์รี่ และผลไม้อื่นภายใต้สกุล Vaccinium
- 81050 Kiwifruit, fresh หมายถึงผลกีวี่สด
- 81060 Durians, fresh หมายถึงทุเรียนสด
- 81090 Fresh fruit, n.e.s. in Ch. 8 หมายถึงผลไม้สดอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้ใน HS อื่นๆ
- 81110 Strawberries, uncooked/cooked by steaming/boiling in water, frozen, whether/not containing added sugar/other sweetening matter หมายถึงสตรอเบอร์รี่ที่ยังไม่ได้ปรุงหรือปรุงแล้วด้วยการอบไอน้ำหรือต้มในน้ำ หรือได้แช่เย็นจนแข็ง ไม่ว่าจะมีการเติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอย่างอื่นหรือไม่ก็ตาม
- 81120 Raspberries, blackberries, mulberries, loganberries, black/white/red currants & gooseberries, uncooked/cooked by steaming/boiling in water, frozen, whether/not containing added sugar/other sweetening matter หมายถึงราสเบอร์รี่ แบล็คเบอร์รี่ มัลเบอร์รี่ โลแกนเบอร์รี่ เคอแรนท์ชนิดดำหรือขาว หรือแดง และกอสเบอร์รี่ ยังไม่ได้ปรุงหรือปรุงแล้วด้วยการอบไอน้ำหรือต้มในน้ำ หรือได้แช่เย็นจนแข็ง ไม่ว่าจะมีการเติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอย่างอื่นหรือไม่ก็ตาม
- 81190 Fruit & nuts, n.e.s., uncooked/cooked by steaming/boiling in water, frozen, whether/not containing added sugar/other sweetening matter หมายถึง ผลไม้หรือถั่วที่ไม่ได้ระบุไว้ในที่อื่น ยังไม่ได้ปรุงหรือปรุงแล้วด้วยการอบไอน้ำหรือต้มในน้ำ หรือได้แช่เย็นจนแข็ง ไม่ว่าจะมีการเติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอย่างอื่นหรือไม่ก็ตาม

- 81210 Cherries, provisionally preserved but unsuitable in that state for immediate consumption หมายถึง เชอร์รี่ที่ได้รับการเก็บรักษาชั่วคราวแต่ไม่เหมาะสำหรับการบริโภคทันทีภายใต้การเก็บรักษาแบบนี้
- 81290 Fruit (excl. cherries) & nuts, provisionally preserved but unsuitable in that state for immediate consumption หมายถึง ผลไม้ที่ไม่รวมเชอร์รี่ หรือถั่วอื่นที่ได้รับการเก็บรักษาชั่วคราวแต่ไม่เหมาะสำหรับการบริโภคทันทีภายใต้การเก็บรักษาแบบนี้
- 81310 Apricots, dried หมายถึง แอปปริคอตแบบแห้ง
- 81320 Prunes, dried หมายถึง พ룬แบบแห้ง
- 81330 Apples, dried หมายถึง แอปเปิลแบบแห้ง
- 81340 Dried fruit (excl. of 08.01-08.06 & 0813.10-0813.30) หมายถึง ผลไม้แห้งอื่น ชนิดที่ไม่ได้อยู่ภายใต้ HS 08.01-08.06 และ 0813.10-0813.30
- 81350 Mixtures of nuts/dried fruits of Ch.8 หมายถึง ส่วนผสมของถั่วและผลไม้แห้งอื่นที่ระบุในบทที่ 8 ของรหัส HS
- 81400 Peel of citrus fruit/melons, incl. watermelons, fresh/frozen/dried/provisionally preserved in brine/sulphur water/other preservative solutions หมายถึง เปลือกส้มและเปลือกแตง รวมถึงแตงโม ที่สดหรือแช่เย็นจนแข็งหรือได้ทำให้แห้ง หรือเก็บรักษาชั่วคราวไว้ในน้ำเกลือ น้ำซัลเฟอร์ หรือสารละลายกันเสียอื่นๆ

การส่งออกผลไม้ในตลาดโลกมีมูลค่าสูงขึ้นทุกปี พบว่า 143 ประเทศมีการส่งออกผลไม้ ในระหว่างปี พ.ศ. 2560 – 2564 มูลค่าการส่งออกรวมสูงขึ้นร้อยละ 18.63 คือเพิ่มขึ้นจาก 116,542 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2560 เป็น 138,258 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2564¹⁶ โดยสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกผลไม้สูงสุด มีสัดส่วนร้อยละ 11.79 ของการส่งออกทั้งโลก มีการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) มูลค่า 14,812 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.46 ต่อปี รายละเอียดข้อมูลแสดงใน ภาคผนวก ก 2- 2 และ ภาคผนวก ก 2- 3 ขณะที่ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้สูงเป็นลำดับที่ 10 ของโลก มีสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 3.06 ของการส่งออกทั้งโลก โดยมีการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) มูลค่า 3,846 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 28.26 ต่อปี ซึ่งสูงที่สุดใน 20 ประเทศแรกนี้ เนื่องจากการส่งออกทุเรียนพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่การส่งออกค่อนข้างกระจุกตัวอยู่เพียงไม่กี่ประเทศ โดยพบว่าประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงส่วนใหญ่เป็นประเทศที่อยู่ในเขตอบอุ่น (temperate zone)

¹⁶ แม้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นช่วงเวลาทั่วโลกต้องเผชิญกับการระบาดอย่างรุนแรงของโรค Covid19 หลายประเทศใช้มาตรการล็อกดาวน์ครั้งใหญ่ (Great Lockdown) เพื่อจำกัดการแพร่ระบาด ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้คนและทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจหยุดชะงักเป็นระยะเวลานาน

อย่างไรก็ตาม กล้วยเป็นผลไม้ที่มีการส่งออกมากที่สุดในโลก และเอกวาดอร์ คือประเทศที่ส่งออกกล้วยมากที่สุด มูลค่าเฉลี่ยการส่งออกระหว่าง พ.ศ. 2560-2564 สูงถึง 3,354 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มากกว่าฟิลิปปินส์ซึ่งเป็นผู้ส่งออกอันดับรองลงมาเท่าตัว ประเทศในอาเซียนนอกจากฟิลิปปินส์แล้ว ยังมีประเทศเมียนมาร์ ลาว และเวียดนาม ที่อยู่ใน 20 อันดับแรก ทั้งนี้การส่งออกของลาวกับเวียดนามพุ่งสูงขึ้นมากในปี พ.ศ. 2564 ส่วนไทยนั้นส่งออกเฉลี่ย 5 ปี มีมูลค่า 21 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่ำกว่าหลายประเทศในอาเซียน เห็นได้ว่าประเทศที่ส่งกล้วยออกจำนวนมากเป็นประเทศในเขตร้อน ส่วนประเทศในยุโรปที่ส่งออก เช่น เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี เป็นการส่งออกกล้วยที่นำเข้าจากประเทศอื่น

ในขณะที่มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกจากประเทศไทย เฉลี่ย 5 ปีอยู่ลำดับที่ 19 ของมูลค่าสูงสุด 20 ลำดับแรก มีมูลค่าส่งออก 2,411 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี พ.ศ. 2564 พบว่ามูลค่าการส่งออกทุเรียนในตลาดโลกสูงเป็นลำดับที่ 13 มูลค่า 4,212 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดจาก 2,755 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2563 ทั้งนี้ จีนเป็นประเทศที่นำเข้าทุเรียนมากที่สุด โดยพบว่ามูลค่าการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยที่มีการส่งออกสูงสุด 20 ประเทศแรก ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกกว่าร้อยละ 76.64 ของการส่งออกผลไม้ทั้งโลก

ภาคผนวก ก 2- 2 มูลค่าการส่งออกผลไม้ในตลาดโลก ในระหว่าง ปี พ.ศ. 2560-2564

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

HS	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80300	กล้วย กล้วย สด/แห้ง	11,422	12,034	13,076	13,272	12,456	12,452
80610	องุ่นสด	8,250	8,410	8,761	9,258	9,249	8,786
80810	แอปเปิ้ล สด	7,552	7,615	6,954	7,275	7,848	7,449
80440	อโวคาโด สด/แห้ง	5,684	5,599	6,416	6,507	7,503	6,342
80212	อัลมอนเอาเปลือกออก	4,994	5,241	5,863	5,363	5,299	5,352
80510	ส้ม สด/แห้ง	5,030	5,386	4,745	5,519	5,439	5,224
80520	ส้มแมนดาริน ส้มอื่น สด/แห้ง	4,459	4,813	4,870	5,804	6,003	5,190
80132	มะม่วงหิมพานต์เอาเปลือกออก	5,440	4,868	4,586	4,243	4,522	4,732

HS	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
81090	ผลไม้สดอื่นๆ	4,409	4,473	4,860	4,650	5,038	4,686
80550	มะนาวฝรั่ง มะนาว สด/แห้ง	3,340	3,660	3,362	3,847	3,871	3,616
81040	แครนเบอร์รี่ ฯลฯ สด	2,407	3,061	3,501	3,945	4,775	3,538
80920	เชอร์รี่ สด	2,321	3,167	3,683	3,845	4,268	3,457
80450	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง	2,894	2,977	3,485	3,442	3,727	3,305
81050	กีวีฟรุต สด	2,681	3,051	2,952	3,367	4,462	3,303
81010	สตอเบอรี่ สด	2,544	2,575	2,695	2,877	3,524	2,843
80250	พิสตาชิโอ	3,380	3,013	2,877	2,216	2,569	2,811
81190	ผลไม้อื่น แช่แข็ง	2,113	2,439	2,594	2,991	3,614	2,750
80820	แพร์และควินซ์ สด	2,629	2,670	2,532	2,769	2,835	2,687
81060	ทุเรียน สด	1,272	1,594	2,222	2,755	4,212	2,411
80232	วอลนัตเอาเปลือกออก	2,274	2,337	2,270	2,259	2,450	2,318
รวมมูลค่าการส่งออกผลไม้ 20 อันดับแรก		85,094	88,982	92,303	96,203	103,666	93,250
มูลค่าการส่งออกผลไม้ในตลาดโลก		116,542	121,337	124,304	127,932	138,258	125,675

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2- 3 มูลค่าการส่งออกผลไม้ของ 20 ประเทศแรกที่มีการส่งออกสูง ในระหว่าง ปี พ.ศ. 2560-2564

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

ผู้ส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
สหรัฐอเมริกา	14,877	14,694	15,090	14,305	15,095	14,812
สเปน	9,464	10,095	9,911	10,939	12,017	10,485
เนเธอร์แลนด์	6,212	7,007	7,044	7,990	8,553	7,361
เม็กซิโก	6,392	6,337	7,393	7,001	7,479	6,920

ผู้ส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
ชิลี	5,648	6,434	6,799	6,475	6,724	6,416
จีน	5,337	5,285	6,227	7,064	6,333	6,049
เวียดนาม	6,167	5,993	5,713	5,088	5,505	5,693
ตุรกี	4,380	4,344	4,589	4,830	5,367	4,702
อิตาลี	4,121	4,012	3,738	4,121	4,572	4,113
ไทย	2,337	2,768	3,761	4,190	6,174	3,846
อาฟริกาใต้	3,388	3,675	3,417	3,833	4,373	3,737
อิตาลี	3,181	3,387	3,491	3,892	3,743	3,539
เปรู	2,402	3,061	3,413	3,847	4,653	3,475
ฮ่องกง	2,291	2,754	3,075	2,740	3,063	2,785
นิวซีแลนด์	1,889	2,239	2,249	2,552	3,814	2,549
คอซตาริกา	2,347	2,243	2,159	2,175	2,317	2,248
ฟิลิปปินส์	1,784	2,070	2,632	2,322	1,913	2,144
เยอรมนี	1,997	2,062	1,986	2,184	2,203	2,086
ฝรั่งเศส	1,936	1,786	1,593	1,663	1,722	1,740
ออสเตรเลีย	1,405	1,550	1,825	1,623	1,667	1,614
รวมทั้งโลก	116,542	121,337	124,304	127,932	138,258	125,675

ที่มา: UNcomtrade

ประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการส่งออกผลไม้ในตลาดโลกที่มีสัดส่วนสูงสุด 5 ลำดับแรก รวมถึงประเทศในเอเชียอีก 3 ประเทศได้แก่ จีน เวียดนาม และฟิลิปปินส์ มีดังนี้

- สหรัฐอเมริกา มีการส่งออกอันดับแรกคือ เมล็ดอัลมอนต์ ชนิดที่เอาเปลือกออกและมีเปลือกรวมกัน รองลงมาคือ พิสตาชิโอ ส่วนที่เหลือเป็นผลไม้สด โดยเฉพาะแอปเปิ้ล องุ่น ส้ม เซอร์รี่ ซึ่งเป็นผลไม้ที่ผลิตได้ในสหรัฐอเมริกา
- สเปน ผลไม้ที่สเปนส่งออกจำนวนมาก คือผลไม้จำพวกส้ม กล่าวคือ ส้มแมนดาริน รองลงมาคือส้ม รวมถึงพีชและเนคทารีน ส่วนที่เหลือเป็นการส่งออก

ผลไม้สดอื่นๆ ซึ่งเป็นผลไม้ชนิดที่ปลูกในเขตอบอุ่น

- เนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศที่มูลค่าการส่งออกผลไม้สูงสุดเป็นลำดับที่ 3 โดยมูลค่าส่งออกสูงสุดคืออะโวคาโด ฮ่องกง ในจำนวนผลไม้ 15 ชนิดที่เนเธอร์แลนด์ส่งออกนั้น เนเธอร์แลนด์สามารถผลิตผลไม้ได้เองเพียงเพียง 5 ชนิดเท่านั้น ซึ่งได้แก่ แอปเปิ้ล ฝรั่ง กล้วย ฝรั่ง และสตรอเบอร์รี่ นอกจากนี้ เนเธอร์แลนด์ยังส่งออกผลไม้ที่ปลูกในเขตร้อนอีกหลายชนิด ได้แก่ กล้วย กลุ่มฝรั่ง-มะม่วง-มังคุด เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ สับปะรด จึงแสดงให้เห็นว่าเนเธอร์แลนด์ทำหน้าที่เป็นประเทศตัวกลางที่นำเข้าผลไม้จากประเทศอื่นเพื่อส่งออกด้วย

- เม็กซิโก เป็นอีกหนึ่งประเทศที่ส่งออกผลไม้จำนวนมาก ที่มีพื้นที่อยู่ในเขตอบอุ่นและเขตร้อน เม็กซิโกส่งออกมากที่สุดทุกปีและมูลค่าสูงกว่าผลไม้ส่งออกลำดับรองลงมาถึง 5 เท่าคืออะโวคาโด สูงถึง 2,732.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือมะนาว และสตรอเบอร์รี่สด ผลไม้ในเขตร้อนที่ส่งออกคือ กลุ่มฝรั่ง-มะม่วง-มังคุด มูลค่า 455.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีกล้วยและมะละกอ ตามลำดับ

- ซิลี เป็นอีกประเทศที่ส่งออกผลไม้จำนวนมาก ผลไม้ส่งออกที่สำคัญคือเชอร์รี่ รองลงมาคือ ฮ่องกง ส่วนใหญ่เป็นผลไม้ที่ปลูกในเขตอบอุ่นทั้งสิ้น

- จีน มีผลไม้ที่มีการส่งออกมากที่สุดคือแอปเปิ้ล รองลงมาคือส้มแมนดาริน ส่วนใหญ่เป็นผลไม้ที่เจริญเติบโตในเขตอบอุ่น จีนส่งออกผลไม้หลายชนิดด้วยมูลค่าที่ไม่ห่างกันมาก

- เวียดนาม กำลังเพิ่มการส่งออกผลไม้มากขึ้น การส่งออกผลไม้ของเวียดนามยังกระจุกตัวอยู่ในผลไม้หลัก 4 ชนิด ผลไม้ที่มีการส่งออกมากที่สุด คือเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ มูลค่า 3,077.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือกลุ่มผลไม้สดอื่นๆ ถัดมาคือกลุ่มฝรั่ง-มะม่วง-มังคุด และทุเรียนสด ซึ่งที่ผ่านมาผลไม้หลักทั้งสี่ชนิดนี้มีแนวโน้มส่งออกลดลง และได้กลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2564 ส่วนผลไม้ชนิดอื่นๆ ที่การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วได้แก่ กล้วย ผลไม้แช่แข็ง มะพร้าวสด และมะพร้าวแห้ง

- ฟิลิปปินส์ เป็นประเทศที่ส่งออกผลไม้เขตร้อน การส่งออกยังคงเน้นที่กล้วย รองลงมาคือมะพร้าวแห้ง สับปะรด การส่งออกผลไม้ของฟิลิปปินส์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป

รายละเอียดข้อมูลสัดส่วนการส่งออกของแต่ละประเทศต่อการส่งออกทั้งโลก แสดงใน ภาคผนวก ก 2- 4 รายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดัง ภาคผนวก ก 2- 5 ส่วนรายละเอียดมูลค่าการส่งออกผลไม้ของแต่ละประเทศดังกล่าวข้างต้นแสดงใน ภาคผนวก ก 2- 6

ภาคผนวก ก 2- 4 สัดส่วนการส่งออกของแต่ละประเทศต่อการส่งออกทั่วโลก

(หน่วย: ร้อยละของทั้งโลก)

ผู้ส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
สหรัฐอเมริกา	12.77	12.11	12.14	11.18	10.92	11.79
สเปน	8.12	8.32	7.97	8.55	8.69	8.34
เนเธอร์แลนด์	5.33	5.77	5.67	6.25	6.19	5.86
เม็กซิโก	5.48	5.22	5.95	5.47	5.41	5.51
ชิลี	4.85	5.30	5.47	5.06	4.86	5.11
จีน	4.58	4.36	5.01	5.52	4.58	4.81
เวียดนาม	5.29	4.94	4.60	3.98	3.98	4.53
ตุรกี	3.76	3.58	3.69	3.78	3.88	3.74
อิตาลี	3.54	3.31	3.01	3.22	3.31	3.27
ไทย	2.01	2.28	3.03	3.28	4.47	3.06
แอฟริกาใต้	2.91	3.03	2.75	3.00	3.16	2.97
อิตาลี	2.73	2.79	2.81	3.04	2.71	2.82
เปรู	2.06	2.52	2.75	3.01	3.37	2.77
ฮ่องกง	1.97	2.27	2.47	2.14	2.22	2.22
นิวซีแลนด์	1.62	1.84	1.81	2.00	2.76	2.03
คอ스타ริกา	2.01	1.85	1.74	1.70	1.68	1.79
ฟิลิปปินส์	1.53	1.71	2.12	1.82	1.38	1.71
เยอรมนี	1.71	1.70	1.60	1.71	1.59	1.66
ฝรั่งเศส	1.66	1.47	1.28	1.30	1.25	1.38
ออสเตรเลีย	1.21	1.28	1.47	1.27	1.21	1.28
รวมสัดส่วน 20 ประเทศ	75.13	75.66	77.31	77.26	77.60	76.64
ประเทศอื่นนอกจากนี้	24.87	24.34	22.69	22.74	22.40	23.36

ที่มา: คำนวณโดยใช้ข้อมูลจาก UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2- 5 การวิเคราะห์ชนิดของผลไม้ในตลาดโลกและเอเชียที่ส่งออกในสัดส่วนสูงสุด

เมื่อวิเคราะห์ชนิดของผลไม้ในตลาดโลกที่ส่งออกในสัดส่วนสูงสุด 5 ลำดับแรก รวมถึงประเทศในเอเชียอีก 3 ประเทศได้แก่ จีน เวียดนาม และฟิลิปปินส์ จากข้อมูลในภาคผนวก ก 2- 6 พบว่า

- สหรัฐอเมริกา มีการส่งออกอันดับแรกคือ เมล็ดอัลมอนด์ ชนิดที่เอาเปลือกออกและมีเปลือกรวมกัน มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) อยู่ที่ 4,494.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ พิสตาชิโอ มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) อยู่ที่ 1,603.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนที่เหลือเป็นผลไม้สด โดยเฉพาะแอปเปิ้ล องุ่น ส้ม เซอร์ ซึ่งเป็นผลไม้ที่ผลิตได้ในสหรัฐอเมริกา
- สเปน ผลไม้ที่สเปนส่งออกจำนวนมาก คือผลไม้จำพวกส้ม โดยมูลค่าส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) กล่าวคือ ส้มแมนดารินอยู่ที่ 1,546.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือส้มมูลค่าการส่งออก 1,353.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้สเปนยังส่งออกพีชและเนคทารีนอยู่ที่ 954.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มะนาว อยู่ที่ 898.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนที่เหลือเป็นการส่งออกผลไม้สดอื่นๆ ซึ่งเป็นผลไม้ชนิดที่ปลูกในเขตอบอุ่น
- เนเธอร์แลนด์ เป็นประเทศที่มูลค่าการส่งออกผลไม้สูงสุดเป็นลำดับที่ 3 โดยมูลค่าส่งออกอะโวคาโดเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) อยู่ที่ 893.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนมูลค่าการส่งออกองุ่นอยู่ที่ 773.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากข้อมูลของ FAO พบว่าในจำนวนผลไม้ 15 ชนิดที่เนเธอร์แลนด์ส่งออกด้วยมูลค่าสูงที่สุดนั้น เนเธอร์แลนด์สามารถผลิตผลไม้ได้เองเพียงเพียง 5 ชนิดเท่านั้น ซึ่งได้แก่ แอปเปิ้ล องุ่น แอปเปิ้ล สตรอเบอร์รี่ และราสเบอร์รี่ นอกจากนี้ เนเธอร์แลนด์ยังส่งออกผลไม้ที่ปลูกในเขตร้อนอีกหลายชนิด ได้แก่ กล้วย 654.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ กลุ่มฝรั่ง-มะม่วง-มังคุด 376.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ 279.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สับปะรด 195.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จึงแสดงให้เห็นว่าเนเธอร์แลนด์ทำหน้าที่เป็นประเทศตัวกลางที่นำเข้าผลไม้จากประเทศอื่นเพื่อส่งออกด้วย
- เม็กซิโก เป็นอีกหนึ่งประเทศที่ส่งออกผลไม้จำนวนมาก ทั้งยังเป็นประเทศที่มีพื้นที่อยู่ในเขตอบอุ่นและเขตร้อน ทำให้สามารถผลิตและส่งออกผลไม้ที่ปลูกได้ในสองเขตนี้ได้ ผลไม้ที่เม็กซิโกส่งออกมากที่สุดทุกปีและมูลค่าสูงกว่าผลไม้ส่งออกลำดับรองลงมาถึง 5 เท่าคืออะโวคาโด โดยมีมูลค่าส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) สูงถึง 2,732.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือมะนาว 556.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสตรอเบอร์รี่สด 548.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ผลไม้ที่ปลูกในเขตร้อนที่ส่งออกคือ กลุ่มฝรั่ง-มะม่วง-มังคุด มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี อยู่ที่ 455.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนกล้วยและมะละกอ มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี อยู่ที่ 259.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 94.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ
- ชิลี เป็นอีกประเทศที่ส่งออกผลไม้จำนวนมาก ผลไม้ส่งออกที่สำคัญคือเซอร์ โดยมีมูลค่าส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) อยู่ที่ 1,316.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สหรัฐ รองลงมาคือ ออสเตรเลีย 1,132.08 ล้านเหรียญสหรัฐ สำหรับผลไม้ที่ส่งออกมูลค่าสูงรองลงมาเป็นผลไม้ที่ปลูกในเขตอบอุ่นทั้งสิ้น

■ จีน มีผลไม้ที่มีการส่งออกมากที่สุดคือแอปเปิ้ล มูลค่าเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) อยู่ที่ 1,375.45 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคือส้มแมนดาริน อยู่ที่ 922.05 ล้านเหรียญสหรัฐ ออสเตรเลีย 876.36 ล้านเหรียญสหรัฐ ผลไม้อื่นที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นผลไม้ที่เจริญเติบโตในเขตอบอุ่น การส่งออกของจีนไม่ได้กระจุกตัวอยู่เฉพาะสินค้าบางชนิดแต่ส่งออกผลไม้หลายชนิดด้วยมูลค่าที่ไม่ต่างกันมาก

■ เวียดนาม เป็นประเทศที่กำลังเพิ่มการส่งออกผลไม้มากขึ้นตามลำดับ แต่ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา การส่งออกผลไม้ของเวียดนามยังกระจุกตัวอยู่ในผลไม้หลัก 4 ชนิด ผลไม้ที่มีการส่งออกมากที่สุด ในช่วงปี 2560-2564 เฉลี่ย 5 ปี คือเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 3,077.55 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคือกลุ่มผลไม้สดอื่นๆมูลค่า 1,445.11 ล้านเหรียญสหรัฐ ถัดมาคือกลุ่มฝรั่ง-มะม่วง-มังคุด อยู่ที่ 284.25 ล้านเหรียญสหรัฐ และทุเรียนสด อยู่ที่ 204.29 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งที่ผ่านมาผลไม้หลักทั้งสี่ชนิดนี้มีแนวโน้มส่งออกลดลง และได้กลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2564 ส่วนผลไม้ชนิดอื่นๆ ที่การส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วได้แก่ กัลยัม ผลไม้แช่แข็ง มะพร้าวสด และมะพร้าวแห้ง

■ Philipines เป็นประเทศที่ส่งออกผลไม้เขตร้อน แต่การส่งออกยังคงเน้นที่กล้วย มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย 5 ปี (ปี 2560-2564) อยู่ที่ 1,471.75 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคือการส่งออกมะพร้าวแห้ง อยู่ที่ 307.55 ล้านเหรียญสหรัฐ สับปะรด 263.70 ล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนการส่งออกผลไม้ชนิดอื่นนอกจากนี้ยังมีมูลค่าไม่ถึง 100 ล้านเหรียญสหรัฐ เมื่อพิจารณาแนวโน้มแล้วการส่งออกผลไม้ของฟิลิปปินส์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป

ภาคผนวก ก 2- 6 มูลค่าการส่งออกผลไม้ของประเทศของประเทศไทยที่มีการส่งออกมากที่สุด 5 อันดับแรกของโลกและในเอเชีย 3 ประเทศ

ภาคผนวก ก 2-6. 1 ผลไม้ที่สหรัฐอเมริกาส่งออกมากที่สุด 15 ลำดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80212	อัลมอนไม่มีเปลือก	3,266.24	3,375.67	3,687.25	3,427.35	3,381.71	3,427.64
80250	พิสตาชิโอ	1,418.02	1,506.18	1,857.13	1,478.56	1,760.05	1,603.99
80211	อัลมอนมีเปลือก	1,079.54	993.22	1,042.12	1,086.43	1,134.09	1,067.08
80810	แอปเปิ้ล สด	977.37	1,016.26	961.62	855.31	916.67	945.44
80610	องุ่นสด	902.98	924.50	855.95	822.39	781.59	857.48

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80232	วอลนัตไม่มีเปลือก	859.40	858.65	755.60	832.25	869.18	835.02
80510	ส้ม สด/แห้ง	646.43	625.00	526.51	573.95	606.12	595.60
80290	ถั่วอย่างอื่น (รวมหมาก)	692.40	579.23	521.50	493.03	461.29	549.49
80920	เชอร์รี่ สด	646.46	521.82	496.16	505.94	480.80	530.24
81010	สตอเบอรี่ สด	473.48	475.24	451.20	476.95	573.90	490.16
80300	กล้วย กล้วย สด/แห้ง	445.16	444.47	450.26	448.62	470.62	451.83
80231	วอลนัตมีเปลือก	511.22	422.82	498.25	415.72	382.50	446.10
81020	ราสเบอร์รี่ ทุกละ สด	315.78	337.13	354.13	345.67	393.91	349.32
80620	องุ่นแห้ง	308.02	284.01	257.60	226.53	225.69	260.37
81040	แครนเบอร์รี่ ทุกละ สด	189.84	211.53	252.07	248.55	306.21	241.64

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2-6. 2 ผลไม้ที่สเปนส่งออกมากที่สุด 15 ลำดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80520	แมนดาริน สด/แห้ง	1,447.17	1,477.08	1,442.67	1,622.90	1,744.91	1,546.94
80510	ส้ม สด/แห้ง	1,306.13	1,323.45	1,246.24	1,447.74	1,442.23	1,353.16
80930	พีช เนคทารีน สด	900.87	938.04	859.61	971.15	1,105.17	954.97
80550	มะนาว สด/แห้ง	842.79	854.00	814.62	1,030.47	950.80	898.54
81010	สตอเบอรี่ สด	662.52	703.55	666.52	670.85	853.10	711.31
80212	อัลมอนด์ไม่มีเปลือก	585.76	656.75	748.28	674.38	706.05	674.24
81020	ราสเบอร์รี่และอื่นๆ สด	413.16	491.89	520.19	515.52	574.61	503.07
80711	แตงโม สด	366.00	501.49	465.87	508.20	554.98	479.31

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
81040	แครนเบอร์รี่และอื่นๆ สด	308.83	389.86	377.94	432.31	602.74	422.34
80610	องุ่น สด	338.02	410.35	343.19	471.34	516.29	415.84
80440	อะโวคาโด สด/แห้ง	348.13	353.58	384.65	442.89	462.01	398.25
80719	เมล็ดอื่น ๆ สด	324.41	361.52	356.77	367.02	369.43	355.83
81090	ผลไม้สดอื่นๆ	341.85	312.79	327.81	323.97	346.51	330.59
80910	แอปเปิ้ล สด	123.08	168.93	132.52	169.73	194.06	157.67
80940	พลัม สลัด สด	112.99	104.34	102.95	122.28	167.24	121.96

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2-6. 3 ผลไม้ที่เนเธอร์แลนด์ส่งออกมากที่สุด 15 ลำดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80440	อะโวคาโด สด/แห้ง	631.39	730.30	886.30	1,059.18	1,158.08	893.05
80610	องุ่น สด	653.29	778.10	721.70	794.56	920.68	773.67
80300	กล้วย กล้วย สด/แห้ง	483.43	561.40	685.26	743.21	801.18	654.90
81040	แครนเบอร์รี่และอื่นๆ สด	252.47	328.68	408.73	499.84	561.61	410.27
80820	แพร์ มะตูม สด	365.61	393.44	347.83	441.04	463.52	402.29
80450	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง	314.12	348.74	367.55	411.14	439.49	376.21
81090	ผลไม้สดอื่นๆ	272.74	327.22	335.96	373.83	373.02	336.56
80550	มะนาว สด/แห้ง	281.85	323.80	271.88	326.54	356.02	312.02
81010	สตอเบอรี่ สด	283.34	297.24	263.46	343.26	366.45	310.75
80510	ส้ม สด/แห้ง	266.92	295.69	253.86	351.01	277.22	288.94
80132	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ไม่มีเปลือก	302.77	304.09	248.28	266.04	276.29	279.49

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80810	แอปเปิล สด	195.88	290.26	185.05	250.34	227.33	229.77
81020	ราสเบอร์รี่และอื่นๆ สด	182.82	203.27	204.28	203.76	229.64	204.76
80430	สับปะรด สด/แห้ง	181.80	205.86	217.40	183.50	190.34	195.78
80719	เมล่อนอื่นๆ สด	172.60	185.01	177.04	161.98	168.07	172.94

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2-6. 4 ผลไม้ที่เนเธอร์แลนด์ส่งออกมากที่สุด 15 ลำดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80440	อะโวคาโด สด/แห้ง	2,703.59	2,406.40	2,912.59	2,665.85	2,975.96	2,732.87
80550	มะนาว สด/แห้ง	478.25	546.37	559.77	506.68	690.30	556.28
81010	สตอเบอรี่ สด	430.45	412.45	564.36	588.90	747.48	548.73
80232	วอลนัทไม่มีเปลือก	444.12	562.13	559.03	494.27	506.51	513.21
80450	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง	458.95	422.31	440.81	449.42	506.15	455.53
81020	ราสเบอร์รี่และอื่นๆ สด	308.24	365.31	411.01	459.36	531.01	414.99
80711	แตงโม สด	272.43	291.68	343.12	320.34	127.58	271.03
80300	กล้วย กล้วย สด/แห้ง	233.34	260.47	279.76	264.59	261.61	259.95
80610	องุ่น สด	242.89	195.77	291.59	276.52	53.01	211.96
81110	สตอเบอรี่แช่แข็ง	141.18	137.67	144.82	168.79	197.29	157.95
81040	แครนเบอร์รี่และอื่นๆ สด	82.13	102.48	154.27	178.70	246.22	152.76
80231	วอลนัทมีเปลือก	130.76	178.55	235.95	125.15	71.34	148.35
81190	ผลไม้แช่แข็ง	74.23	86.73	93.06	112.00	123.84	97.97
80720	มะละกอ สด/แห้ง	82.40	85.09	94.87	98.22	112.12	94.54

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80719	เมล็ดอื่น ๆ สด	91.93	83.11	77.83	65.56	62.57	76.20

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2-6. 5 ผลไม้ที่ขลิบส่งออกมากที่สุด 15 ลำดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80920	เชอร์รี่ สด	572.94	1,133.22	1,609.17	1,582.95	1,683.08	1,316.27
80610	องุ่น สด	1,231.40	1,228.71	1,249.31	1,030.78	920.20	1,132.08
80810	แอปเปิล สด	668.21	736.95	619.29	587.78	614.62	645.37
81040	แครนเบอร์รี่และอื่นๆ สด	490.09	633.60	551.70	546.93	577.14	559.89
80440	อะโวคาโด สด/แห้ง	503.48	327.57	377.77	276.88	290.03	355.14
80232	วอลนัทที่มีเปลือก	255.32	219.11	224.90	207.14	237.60	228.82
81050	กีวี สด	205.29	204.05	188.30	208.76	238.79	209.04
80231	วอลนัทที่เปลือก	208.58	217.72	201.95	179.48	231.55	207.86
80520	แมนดาริน สด/แห้ง	174.68	212.87	207.49	240.06	198.40	206.70
81190	ผลไม้แช่แข็ง	166.75	187.75	187.94	210.28	231.95	196.93
80940	พลัม สโล สด	138.04	173.81	213.38	194.18	205.46	184.97
81320	พ룬แห้ง	174.76	163.33	145.49	159.59	175.65	163.76
80620	องุ่น แห้ง	116.57	155.38	155.05	124.58	127.37	135.79
80930	พีช เนคทารีน สด	109.50	140.39	144.68	139.34	137.23	134.23
80820	แพร์ มะตูม สด	141.18	129.26	129.95	123.57	132.67	131.33

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2-6. 6 ผลไม้ที่จีนส่งออกมากที่สุด 15 ลำดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80810	แอปเปิล สด	1,452.80	1,298.93	1,246.33	1,449.61	1,429.58	1,375.45
80520	แมนดาริน สด/แห้ง	728.11	864.91	841.83	1,162.32	1,013.08	922.05
80610	องุ่น สด	735.16	689.68	987.20	1,212.70	757.08	876.36
80820	แพร์ มะตูม สด	543.10	530.07	573.05	667.74	605.43	583.88
81090	ผลไม้สดอื่นๆ	238.56	245.98	372.06	456.44	347.94	332.20
80290	ถั่วอื่นที่ไม่รวมใน HS 0801 และ HS0802	250.01	190.07	237.20	263.51	322.18	252.59
80540	เกรปฟรุต์ สด/แห้ง	180.67	193.28	188.20	136.43	97.60	159.24
80231	วอลนัทมีเปลือก	31.18	64.28	220.33	169.47	236.99	144.45
80930	พีช เนคทารีน สด	141.18	90.35	197.45	135.06	64.82	125.77
80232	วอลนัทไม่มีเปลือก	74.87	85.69	120.94	116.60	228.92	125.40
80510	ส้ม สด/แห้ง	106.03	107.53	87.07	110.18	155.25	113.21
80550	มะนาว สด/แห้ง	54.82	95.29	153.18	168.75	70.24	108.46
80719	เมล็ดอื่น ๆ สด	100.56	78.64	130.08	128.96	93.89	106.43
81340	ผลไม้แห้งอื่นๆ	96.67	124.52	127.16	156.51	0.00	100.97
81190	ผลไม้แห้งแช่แข็ง	89.04	96.74	113.53	91.73	105.82	99.37

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2-6. 7 ผลไม้ที่เวียดนามส่งออกมากที่สุด 15 ลำดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80132	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ไม่มีเปลือก	3,385.09	3,128.96	2,941.54	2,843.20	3,088.96	3,077.55
81090	ผลไม้สดอื่นๆ	1,479.31	1,563.28	1,549.41	1,341.15	1,292.42	1,445.11
80450	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง	351.11	333.50	341.25	183.46	211.93	284.25
81060	ทุเรียน สด	306.20	269.39	271.22	71.40	103.24	204.29
80300	กล้วย กล้วย สด/แห้ง	64.16	104.33	175.86	162.19	230.58	147.42
81190	ผลไม้แช่แข็ง	65.75	75.79	67.26	115.49	161.53	97.17
80119	มะพร้าวผลสด	60.49	109.00	88.09	119.88	86.87	92.86
80711	แตงโม สด	93.29	82.11	57.56	36.54	51.25	64.15
81340	ผลไม้แห้งอื่นๆ	151.84	94.41	14.37	8.69	32.20	60.30
80111	มะพร้าวแห้ง	35.95	51.87	38.67	37.68	67.93	46.42
80550	มะนาว สด/แห้ง	41.30	46.50	31.72	36.74	42.48	39.75
80212	อัลมอนต์ไม่มีเปลือก	14.70	40.45	42.32	17.40	15.17	26.01
80260	มะคะเคเมียนท์	13.45	15.62	15.38	15.27	31.08	18.16
80232	วอลนัทไม่มีเปลือก	0.14	2.92	15.73	26.48	31.50	15.35
80590	ส้มอื่นๆ สด/แห้ง	62.54	9.01	1.31	1.51	1.44	15.16

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 2-6. 8 ผลไม้ที่ฟิลิปปินส์ส่งออกมากที่สุด 15 ลำดับแรก

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS2007	ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80300	กล้วย กล้วย สต/แห้ง	1,128.28	1,504.78	1,953.84	1,644.30	1,127.54	1,471.75
80111	มะพร้าวแห้ง	340.28	282.95	256.75	260.74	397.02	307.55
80430	สับปะรด สต/แห้ง	201.09	191.98	327.92	313.99	283.55	263.70
80450	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สต/แห้ง	82.59	60.52	61.52	67.68	61.17	66.70
81190	ผลไม้อื่นแช่แข็ง	19.67	13.24	15.97	19.94	25.39	18.84
80720	มะละกอ สต/แห้ง	2.51	3.78	5.28	5.63	5.24	4.49
80119	มะพร้าวผลสด	3.28	1.83	2.37	1.87	2.78	2.42
81340	ผลไม้อื่นๆแห้ง	0.41	0.35	0.20	1.66	6.53	1.83
80590	ส้มอื่นๆ สต/แห้ง	1.27	3.14	1.93	0.85	0.85	1.61
80440	อะโวคาโด สต/แห้ง	0.11	1.15	1.34	2.39	1.08	1.21
81060	ทุเรียน สต	0.25	1.05	2.58	1.21	0.54	1.13
81350	น้ำกับผลไม้แห้งผสมกัน	0.51	2.75	0.50	0.59	0.22	0.91
80290	ถั่วอื่นที่ไม่รวมใน 0801/0802	1.07	1.00	1.21	0.73	0.38	0.88
80131	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์มีเปลือก	0.81	0.09	0.36	0.35	0.25	0.37
81290	ผลไม้และนัทนอมชั่วคราว	0.72	0.63	0.00	0.02	0.03	0.28

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 3 การนำเข้าผลไม้ในตลาดโลก

ภาคผนวก ก 3- 1 มูลค่าการนำเข้าผลไม้สูงสุด 20 อันดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS07	ชนิดผลไม้*	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80300	กล้วยสด/แห้ง	14,740	15,116	14,728	14,894	15,132	14,922
80610	องุ่นสด	9,013	9,347	9,455	9,794	10,182	9,558
80810	แอปเปิ้ล สด	7,270	7,351	6,888	7,156	7,362	7,205
80440	อโวคาโด สด/แห้ง	6,112	6,009	7,066	7,214	8,183	6,917
80510	ส้ม สด/แห้ง	5,422	5,743	5,145	5,920	5,595	5,565
80520	ส้มแมนดาริน ส้มอื่น สด/แห้ง	4,370	4,762	4,654	5,374	5,803	4,993
80212	อัลมอนเอาเปลือกออก	4,522	4,788	5,256	5,065	4,692	4,865
80132	มะม่วงหิมพานต์เอาเปลือกออก	4,683	4,583	4,194	3,963	4,269	4,339
81090	ผลไม้สดอื่นๆ	3,680	3,762	3,856	4,087	4,725	4,022
81040	แครนเบอร์รี่ ฯลฯ สด	2,721	3,404	3,917	4,364	5,242	3,930
80550	มะนาวฝรั่ง มะนาว สด/แห้ง	3,578	3,952	3,653	4,120	4,103	3,881
80920	เชอร์รี่ สด	2,471	3,444	3,642	3,910	5,089	3,711
80131	มะม่วงหิมพานต์มีเปลือก	4,089	3,679	2,844	2,563	4,792	3,593
80450	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง	2,875	3,189	3,738	3,743	4,086	3,526
81050	กีวี่ฟรุต สด	2,803	3,085	3,125	3,478	3,990	3,296
81010	สตอเบอรี่ สด	2,854	2,842	3,130	3,261	3,868	3,191

HS07	ชนิดผลไม้*	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
81020	ราสพ์เบอร์รี่ ฯลฯ สด	2,401	2,884	3,253	3,498	3,915	3,190
80250	พิสตางค์โอ	2,579	2,922	3,445	2,939	3,267	3,030
80820	แพร์และควินซ์ สด	2,653	2,715	2,533	2,766	2,858	2,705
81060	ทุเรียน สด	1,107	1,674	2,296	2,995	5,017	2,618
รวมมูลค่าการนำเข้าผลไม้ 20 อันดับแรก		89,942	95,251	96,820	101,103	112,170	99,057
รวมมูลค่าการนำเข้าผลไม้ในตลาดโลก		121,246	128,125	129,798	134,361	148,813	132,468

ที่มา: UNcomtrade

หมายเหตุ: * ใช้คำอธิบายย่อเพื่อให้ตารางมีขนาดเหมาะสม

ภาคผนวก ก 3- 2 สัดส่วนของมูลค่านำเข้าผลไม้ต่อการนำเข้ารวมสูงสุด 20 อันดับแรก

(หน่วย: ร้อยละของทั้งโลก)

HS2007	ชนิดผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80300	กล้วย กล้วยสด/แห้ง	12.16	11.80	11.35	11.09	10.17	11.26
80610	องุ่นสด	7.43	7.30	7.28	7.29	6.84	7.22
80810	แอปเปิ้ล สด	6.00	5.74	5.31	5.33	4.95	5.44
80440	อโวคาโด สด/แห้ง	5.04	4.69	5.44	5.37	5.50	5.22
80510	ส้ม สด/แห้ง	4.47	4.48	3.96	4.41	3.76	4.20
80520	ส้มแมนดาริน ส้มอื่น สด/แห้ง	3.60	3.72	3.59	4.00	3.90	3.77
80212	อัลมอนเอาเปลือกออก	3.73	3.74	4.05	3.77	3.15	3.67
80132	มะม่วงหิมพานต์เอาเปลือกออก	3.86	3.58	3.23	2.95	2.87	3.28
81090	ผลไม้สดอื่นๆ	3.04	2.94	2.97	3.04	3.18	3.04
81040	แครนเบอร์รี่ ฯลฯ สด	2.24	2.66	3.02	3.25	3.52	2.97
80550	มะนาวฝรั่ง มะนาว สด/แห้ง	2.95	3.08	2.81	3.07	2.76	2.93
80920	เชอร์รี่ สด	2.04	2.69	2.81	2.91	3.42	2.80
80131	มะม่วงหิมพานต์มีเปลือก	3.37	2.87	2.19	1.91	3.22	2.71
80450	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง	2.37	2.49	2.88	2.79	2.75	2.66
81050	กีวีฟรุต สด	2.31	2.41	2.41	2.59	2.68	2.49
81010	สตอเบอรี่ สด	2.35	2.22	2.41	2.43	2.60	2.41
81020	ราสพ์เบอร์รี่ ฯลฯ สด	1.98	2.25	2.51	2.60	2.63	2.41

HS2007		ชนิดผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
80250		พิสตาชิโอ	2.13	2.28	2.65	2.19	2.20	2.29
80820		แพร์และควินซ์ สด	2.19	2.12	1.95	2.06	1.92	2.04
81060		ทุเรียน สด	0.91	1.31	1.77	2.23	3.37	1.98
รวมมูลค่า 20 ชนิดแรก			74.18	74.34	74.59	75.25	75.38	74.78
รวมมูลค่าผลไม้ทุกชนิด			100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: คำนวณโดยใช้ข้อมูลจาก UNcomtrade

ภาคผนวก ก 3- 3 สัดส่วนของมูลค่านำเข้าผลไม้ต่อการนำเข้ารวมสูงสุด 20 อันดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

ผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี	การขยายตัว
สหรัฐ	2,758	2,827	2,756	2,800	2,803	2,789	1.65
รัสเซีย	1,140	1,155	1,120	1,117	1,080	1,122	-5.29
เยอรมนี	1,017	946	1,006	1,051	1,106	1,025	8.68
ญี่ปุ่น	849	912	959	988	981	938	15.58
จีน	580	897	1,094	952	1,040	913	79.41
เนเธอร์แลนด์	678	815	895	924	845	831	24.72
สหราชอาณาจักร	825	770	745	728	699	753	-15.26
ฝรั่งเศส	542	621	561	620	708	611	30.61
อิตาลี	524	565	520	533	535	535	2.01
แคนาดา	422	424	428	437	458	434	8.56
เกาหลี	365	360	302	276	290	319	-20.53
โปแลนด์	300	323	291	333	336	317	12.16
สเปน	201	247	245	244	278	243	38.35
เบลเยียม	268	256	187	241	240	239	-10.50
อาร์เจนตินา	240	218	196	243	271	234	12.71
ตุรกี	271	220	182	170	135	195	-50.04
ซาอุดีอาระเบีย	266	191	155	129	182	185	-31.48
กรีซ	133	158	152	140	292	175	120.26
โรมาเนีย	164	175	174	165	182	172	11.26
ยูเครน	141	144	157	178	199	164	41.48

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 4 การผลิตผลไม้ของไทย

ภาคผนวก ก 4- 1 ปริมาณการผลิตผลไม้ของไทยที่รายงานโดยหน่วยงานของรัฐปริมาณการผลิตผลไม้ของไทยที่รายงานโดยหน่วยงานของรัฐ

(หน่วย: ล้านตัน)

ชนิดของผลไม้	2560	2561	2562	2563	2564	การขยายตัว
ทุเรียน	0.66	0.76	1.03	1.13	1.22	62.08
มะพร้าวผล	0.59	0.64	0.62	0.62	0.65	6.86
สับปะรด*	2.65	2.52	1.78	1.82	2.08	-28.43
ลำไย	1.20	1.25	1.18	1.18	1.57	6.83
ลิ้นจี่	0.05	0.05	0.02	0.03	0.04	0.39
มะม่วง*	0.45	0.62	0.52	0.55	0.91	45.67
กล้วยหอม*	0.16	0.21	0.15	0.15	0.17	5.63
มังคุด	0.23	0.19	0.35	0.34	0.27	61.92
ส้มเขียวหวาน	0.18	0.21	0.23	0.22	0.26	27.64
ลองกอง	0.05	0.07	0.12	0.07	0.08	69.93
เงาะ	0.25	0.26	0.28	0.27	0.28	10.30
มะนาว*	0.64	0.40	0.37	0.48	0.47	-15.02
ฝรั่ง*	0.25	0.23	0.16	0.16	0.17	-37.91
มะละกอ*	0.14	0.12	0.09	0.12	0.13	-5.66
เมล็ดมะม่วงหิมพานต์*	0.015	0.017	0.021	0.013	0.019	9.36
หมาก*	0.038	0.025	0.041	0.053	0.023	44.60

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และ: *กรมส่งเสริมการเกษตร

ภาคผนวก ก 4- 2 ชนิดของผลไม้ส่งออกของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด 15 อันดับแรก

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ

HS2007	คำอธิบาย	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
81060	ทุเรียน สด	652.89	947.63	1,464.58	2,072.97	3,409.59	1,709.53
81090	ผลไม้สดอื่นๆ	709.82	642.86	788.01	643.15	836.09	723.98
80450	ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง	275.54	315.99	624.72	570.39	665.28	490.38
81340	ผลไม้แห้งอื่น	375.66	369.27	321.00	271.25	284.60	324.36
81190	ผลไม้อื่น แช่แข็ง	91.08	177.41	219.31	256.28	359.56	220.73
80119	มะพร้าวอื่นๆ	89.19	125.28	151.03	186.52	302.99	171.00
80290	ถั่วอย่างอื่น (รวมหมาก)	42.21	76.08	73.43	81.90	177.46	90.22
80540	เกรปฟรุต สด/แห้ง	18.27	17.30	16.92	22.51	33.62	21.72
80300	กล้วย กล้วย สด/แห้ง	19.56	27.45	24.70	16.10	17.32	21.03
80132	มะม่วงหิมพานต์ไม่มีเปลือก	15.19	14.99	13.55	11.69	9.38	12.96
80620	องุ่นแห้ง	3.27	3.69	7.89	12.48	18.67	9.20
80430	สับปะรด สด/แห้ง	5.98	10.39	9.91	7.52	12.03	9.17
80131	มะม่วงหิมพานต์มีเปลือก	5.44	4.88	2.78	4.29	4.84	4.45
81290	ผลไม้อื่นทำให้เสียชั่วคราว	3.34	3.96	2.57	3.13	3.10	3.22
80810	แอปเปิ้ล สด	4.21	2.36	1.04	1.83	6.15	3.12
มูลค่ารวมผลไม้ทุกชนิด		2,337.22	2,767.95	3,761.24	4,190.13	6,173.75	3,846.06

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 4- 3 มูลค่าการส่งออกผลไม้สูงสุดของไทย 10 อันดับแรก

(หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ)

ประเทศที่ไทยส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564	เฉลี่ย 5 ปี
จีน	664	1,018	2,102	2,911	4,994	2,338
เวียดนาม	1,041	999	840	418	202	700
ฮ่องกง	182	240	294	362	270	270
สหรัฐอเมริกา	79	94	103	101	110	97
เมียนมาร์	36	57	67	68	158	77
อินโดนีเซีย	88	66	84	48	67	71
เกาหลีใต้	37	45	43	30	39	39
มาเลเซีย	17	19	19	46	94	39
ญี่ปุ่น	21	27	25	24	26	25
ยูไนเต็ดอาหรับอิมิเรต	17	16	16	13	18	16

ที่มา: UNcomtrade

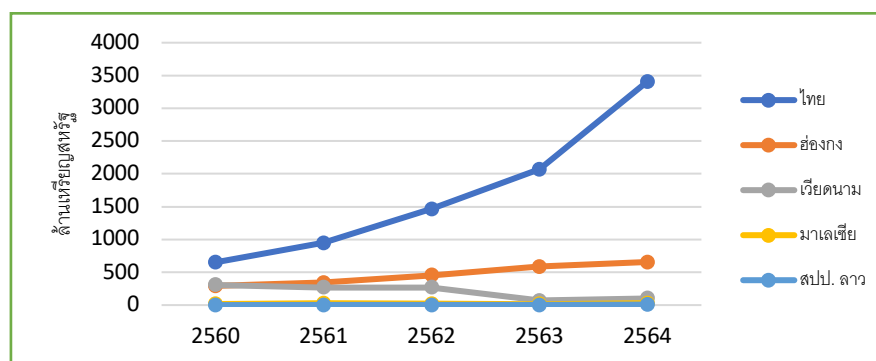
ภาคผนวก ก 5 ประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดโลก

ประเทศคู่แข่งสำหรับผลไม้บางชนิดที่โดดเด่นของไทยเบื้องต้น มีรายละเอียดดังนี้

■ ทูเรียนสด

ไทยเป็นประเทศส่งออกทุเรียนรายใหญ่ที่สุด มีมูลค่าการส่งออก 3,409 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2564 มีสัดส่วนร้อยละ 44.73 ของการส่งออกทุเรียนทั้งหมด ประเทศที่ส่งออกทุเรียนสูงเป็นอันดับที่สองรองจากไทยคือฮ่องกง มีมูลค่าการส่งออกทุเรียนอยู่ที่ 657 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้คาดว่าทุเรียนที่ฮ่องกงส่งออกนั้นเป็นทุเรียนที่ได้นำเข้ามาจากประเทศอื่นรวมถึงไทยด้วย ประเทศเวียดนามส่งออกทุเรียนได้มากเป็นอันดับที่ 3 ในปี พ.ศ. 2560 เวียดนามสามารถส่งออกได้ถึง 306 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ในระยะ 2 ปีหลังการส่งออกทุเรียนของเวียดนามลดลง จีนเป็นประเทศนำเข้าที่สำคัญที่สุด ปัจจุบันจีนได้อนุญาตให้มีการนำเข้าทุเรียนจากเวียดนามแล้ว และเวียดนามเองก็ได้เร่งปลูกทุเรียนมากขึ้น เวียดนามตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีชายแดนร่วมกับจีนและมีเส้นทางเรือที่ใกล้กว่าไทยทำให้การขนส่งทำได้เปรียบไทย เวียดนามจึงเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอนาคตอันใกล้รายละเอียดดังภาคผนวก ก 5- 1 และภาคผนวก ก 5- 2

ภาคผนวก ก 5- 1 ประเทศสำคัญที่ส่งออกทุเรียนสด



ภาคผนวก ก 5- 2 ประเทศที่ส่งออกทุเรียนสด

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ

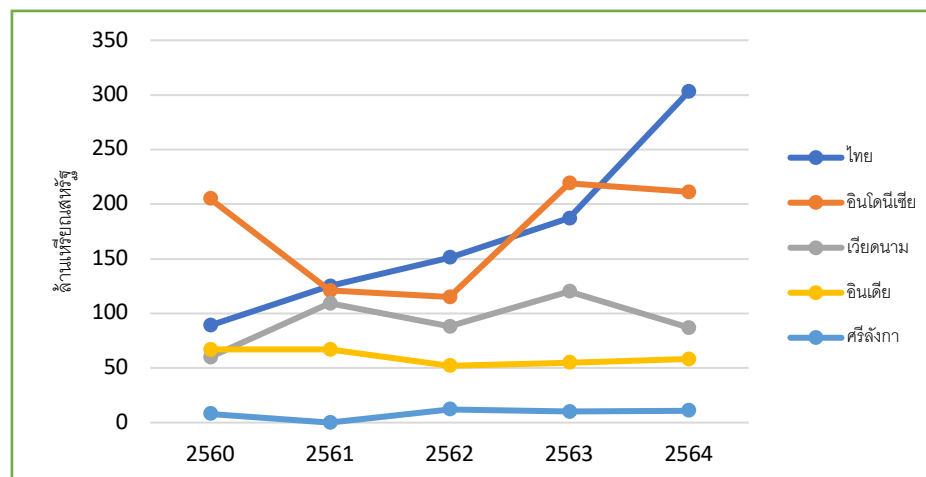
ประเทศส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
ไทย	652	947	1,464	2,072	3,409
ฮ่องกง	293	343	455	585	657
เวียดนาม	306	269	271	71	103
มาเลเซีย	16	29	22	17	29
สปป. ลาว	0	0.03897	3	3	8
อื่นๆ	657	953	1,471	2,079	3,415
รวมทุกประเทศ	1,924	2,541	3,686	4,827	7,621

ที่มา: UNcomtrade

■ มะพร้าวผลที่มีกะลา (endocarp) ทั้งสดและแห้ง

มะพร้าวที่ซื้อขายกันในตลาดโลกมีหลายรูปแบบ เช่น เนื้อมะพร้าวแห้ง มะพร้าวอ่อน มะพร้าวขึ้นแห้ง แต่รูปแบบที่ไทยส่งออกได้มากที่สุดในโลกคือ มะพร้าวผลที่มีกะลาที่เรียกกันในสากลว่า encocarp ในปี พ.ศ. 2564 ไทยส่งออกได้ 303 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคืออินโดนีเซีย ส่งออกได้ 211 ล้านเหรียญสหรัฐ ประเทศอื่นคือ เวียดนาม อินเดีย และศรีลังกา ในขณะที่มะพร้าวเป็นพืชเศรษฐกิจของอินโดนีเซียและศรีลังกา ในปี พ.ศ. 2564 อินโดนีเซียส่งออกมะพร้าวในรูปของเนื้อมะพร้าวแห้งมูลค่า 235 ล้านเหรียญสหรัฐ และศรีลังกาส่งออกรูปแบบเดียวกันมูลค่า 116 ล้านเหรียญสหรัฐ รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 5- 3 และภาคผนวก ก 5- 4

ภาคผนวก ก 5- 3 ประเทศสำคัญที่ส่งออกมะพร้าวผลที่มีกะลา (endocarp) ทั้งสดและแห้ง



ภาคผนวก ก 5- 4 ประเทศที่ส่งออกมะพร้าวผลที่มีกะลา

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

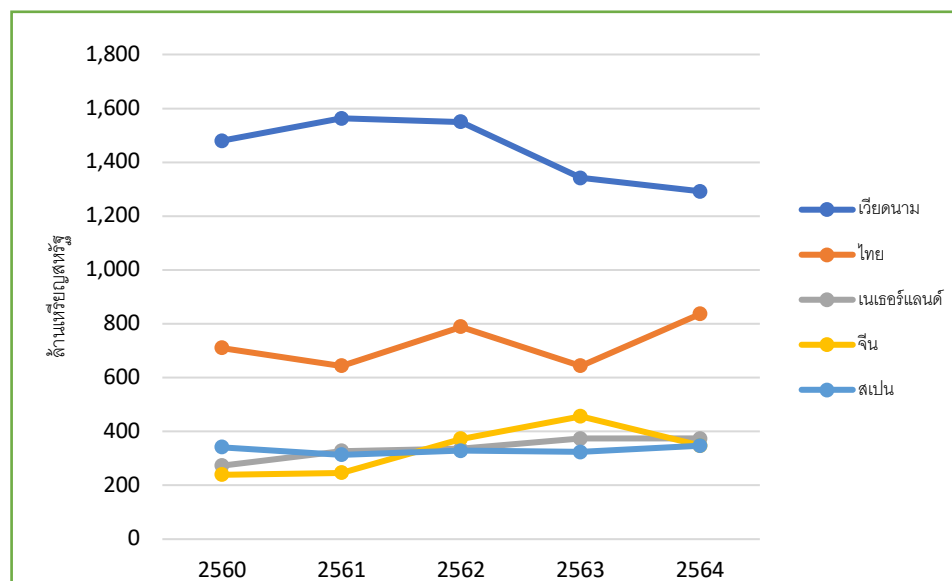
ประเทศส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
ไทย	89	125	151	187	303
อินโดนีเซีย	205	121	115	219	211
เวียดนาม	60	109	88	120	87
อินเดีย	67	67	52	55	58
ศรีลังกา	8	0	12	10	11
อื่นๆ	192	242	246	444	646
รวมทุกประเทศ	621	671	675	873	1,075

ที่มา: UNcomtrade

■ ผลไม้สดอื่นๆ

ผลไม้สดอื่นๆหรือผลไม้สดภายใต้รหัส 081090 สำหรับประเทศไทยหมายถึงกลุ่มผลไม้ที่รวมถึงลำไย ลิ้นจี่ มะขาม ความสำคัญของการส่งออกตามรหัส
นี้คือ มูลค่าการส่งออกค่อนข้างสูง รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 5- 5 และ ภาคผนวก ก 5- 6

ภาคผนวก ก 5- 5 ประเทศสำคัญที่ส่งออกผลไม้สดภายใต้รหัส 081090 (สำหรับไทยหมายถึง ลำไย ลิ้นจี่ มะขาม)



ภาคผนวก ก 5- 6 ประเทศที่ส่งออกผลไม้สดภายใต้รหัส 081090 (สำหรับไทยหมายถึง ลำไย ลิ้นจี่ มะขาม)

หน่วย: ล้านบาท

ประเทศส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
เวียดนาม	1,479	1,563	1,549	1,341	1,292
ไทย	710	643	788	643	836
เนเธอร์แลนด์	273	327	336	374	373

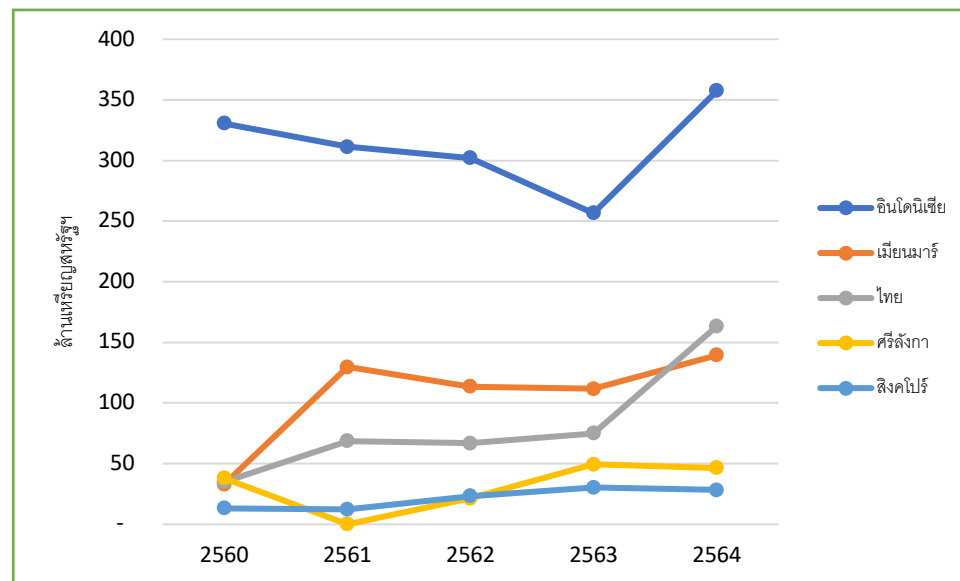
ประเทศส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	239	246	372	456	348
สเปน	342	313	328	324	347
อื่นๆ	2,075	2,024	2,275	2,155	2,678
รวมทุกประเทศ	5,118	5,116	5,648	5,293	5,874

ที่มา: UNcomtrade

■ หมาก

เป็นผลไม้ที่รวมอยู่ในรหัส 080290 ตาม HS 2007 ซึ่งรวมทั้งหมากสด หมากแห้ง และผลไม้แช่เย็นจนแข็ง โดยคาดว่าประเทศไทยและประเทศในแถบเอเชีย ซึ่งได้แก่ อินโดนีเซีย เมียนมาร์ และอินเดีย ที่ส่งออกผลไม้ภายใต้รหัสนี้ส่วนใหญ่คือ หมาก ในปี พ.ศ. 2564 ไทยส่งออกได้ 163 ล้านเหรียญสหรัฐ คู่แข่งสำคัญของไทยคืออินโดนีเซีย และเมียนมาร์ หมากมีประโยชน์หลายอย่าง เช่น เป็นวัตถุดิบในการผลิตสีย้อม ผลิตยารักษาโรค แต่ในบางประเทศ เช่น อินเดีย พม่า และอีกหลายประเทศในแถบเอเชียใต้และแอฟริกา ประชาชนในประเทศเหล่านี้บริโภคหมากเป็นประจำ ดังนั้นความต้องการบริโภคจึงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 5- 7 และ ภาคผนวก ก 5- 8

ภาคผนวก ก 5- 7 ประเทศสำคัญที่ส่งออกมา



ภาคผนวก ก 5- 8 ประเทศสำคัญที่ส่งออกมา

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ

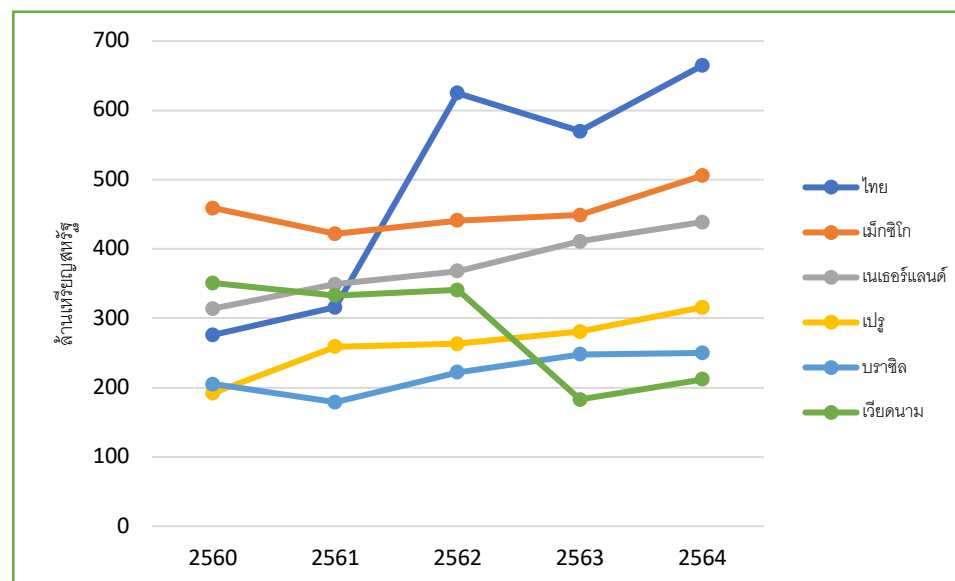
ประเทศส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
อินโดนีเซีย	331	311	302	257	357
เมียนมาร์	33	130	114	112	139
ไทย	35	69	67	75	163
ศรีลังกา	38	-	21	50	47
สิงคโปร์	13	12	23	30	28
รวมทุกประเทศ	484	555	564	547	770

ที่มา: UNcomtrade

■ ฝรั่งเศส มะม่วง มังคุด

การส่งออกภายใต้รหัส 080450 หมายรวมถึง ฝรั่งเศส มะม่วง มังคุด โดยในปี พ.ศ. 2564 มูลค่าการส่งออกของไทยอยู่ที่ 665 ล้านบาทหรือสหรัฐ มีสัดส่วนร้อยละ 15 ของการส่งออกทั่วโลก ประเทศคู่แข่งสำคัญได้แก่ เม็กซิโก เปรู บราซิล เวียดนาม อินเดีย เป็นต้น รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 5- 9 และ ภาคผนวก ก 5- 10

ภาคผนวก ก 5- 9 ประเทศสำคัญที่ส่งออกฝรั่งเศส มะม่วง มังคุด (สำหรับไทย หมายถึง มังคุด)



ภาคผนวก ก 5- 10 ประเทศที่ส่งออกฝรั่งเศส มะม่วง มังคุด

หน่วย: ล้านบาทหรือสหรัฐ

ประเทศส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
ไทย	276	316	625	570	665
เม็กซิโก	459	422	441	449	506
เนเธอร์แลนด์	314	349	368	411	439

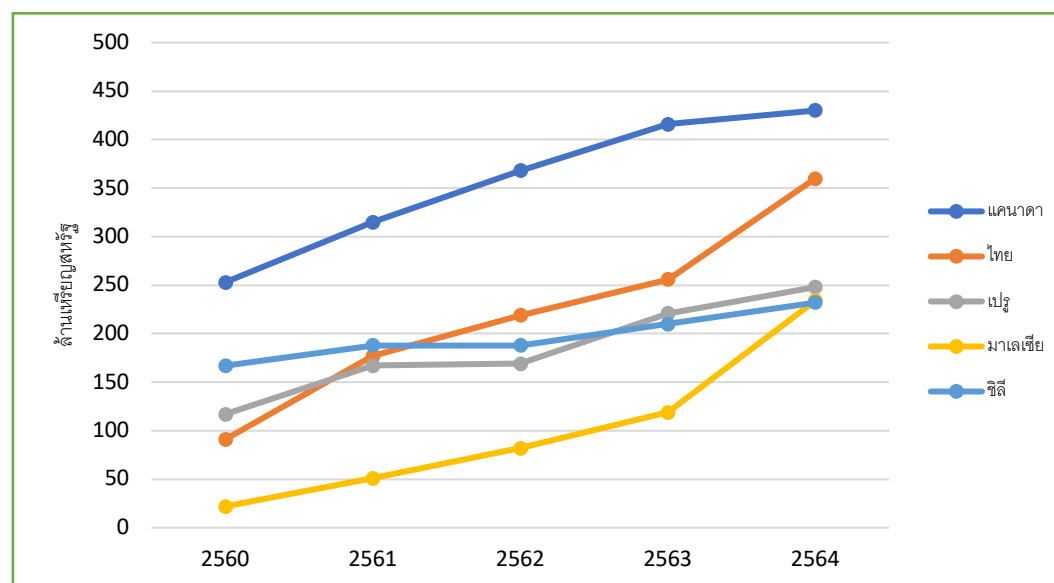
เปรู	192	259	263	281	316
บราซิล	205	179	222	248	250
เวียดนาม	351	333	341	183	212
อื่นๆ	1,373	1,435	1,849	1,871	2,004
รวมทุกประเทศ	3,170	3,293	4,109	4,013	4,392

ที่มา: UNcomtrade

■ ผลไม้แช่เย็นจนแข็ง

กลุ่มผลไม้แช่เย็นจนแข็งอยู่ภายใต้รหัส 081190 สำหรับไทย ผลไม้ในกลุ่มนี้ ได้แก่ สับปะรด ทูเรียน ลำไย การแช่เย็นจนแข็งทำให้สามารถขนส่งไปยังผู้บริโภคที่อยู่ในระยะทางไกลได้ มูลค่าการส่งออกของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2564 อยู่ที่ 360 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่ำกว่าแคนาดาเพียงประเทศเดียวซึ่งเป็นผลไม้ในเขตอบอุ่น ส่วนคู่แข่งอื่นได้แก่ เปรู มาเลเซีย ชิลี รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 5- 11 และ ภาคผนวก ก 5- 12

ภาคผนวก ก 5- 11 ประเทศสำคัญที่ส่งออกผลไม้แช่เย็นจนแข็งภายใต้รหัส 081190 (สำหรับไทย หมายถึง สับปะรด ทูเรียน ลำไย)



ภาคผนวก ก 5- 12 ประเทศที่ส่งออกผลไม้แช่เย็นจนแข็งภายใต้รหัส 081190 (สำหรับไทย หมายถึง สับปะรด ทูเรียน ลำไย)

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ

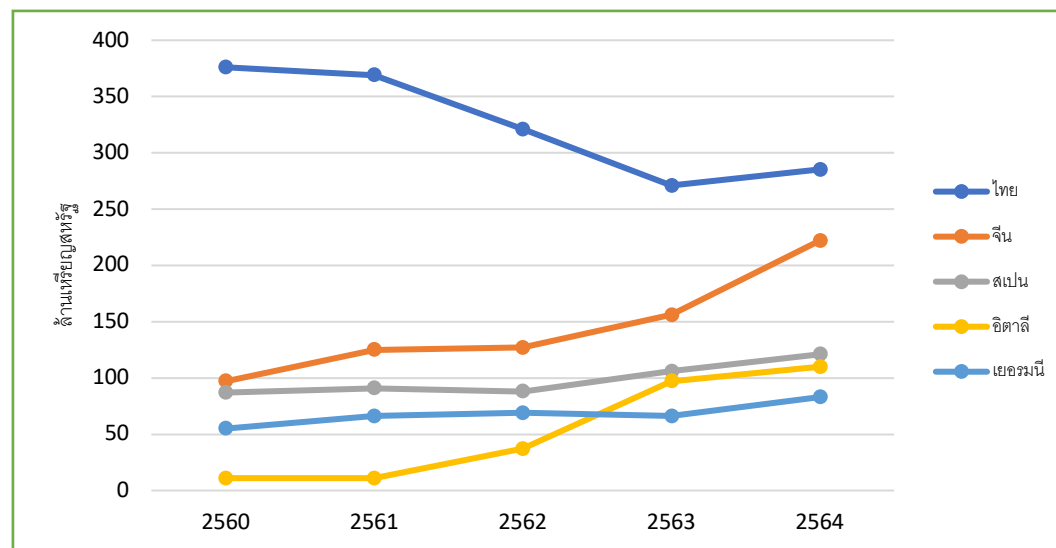
ประเทศส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
แคนาดา	253	315	368	416	430
ไทย	91	177	219	256	360
เปรู	117	167	169	221	248
มาเลเซีย	22	51	82	119	234
ชิลี	167	188	188	210	232
อื่นๆ	1,554	1,719	1,787	2,025	2,470
รวมทุกประเทศ	2,204	2,617	2,813	3,247	3,974

ที่มา: UNcomtrade

■ ผลไม้แห้ง

ผลไม้แห้งอยู่ภายใต้รหัส 081340 สำหรับประเทศไทยส่วนใหญ่หมายถึงลำไยแห้งและมะขามแห้ง ไทยส่งออกผลไม้ภายใต้รหัสนี้มากที่สุดในโลกมาโดยตลอด ในปี พ.ศ. 2564 มูลค่าส่งออกของไทยคือ 285 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคือจีน สเปน อิตาลี เยอรมนี ซึ่งเป็นผลไม้ชนิดอื่น ประเทศเหล่านี้จึงไม่ใช่คู่แข่งของไทย รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 5- 13 และภาคผนวก ก 5- 14

ภาคผนวก ก 5- 13 ประเทศสำคัญที่ส่งออกผลไม้แห้งภายใต้รหัส 081340 (สำหรับไทย หมายถึง ลำไยแห้งและมะขามแห้ง)



ภาคผนวก ก 5- 14 ประเทศที่ส่งออกผลไม้แห้งภายใต้รหัส 081340 (สำหรับไทย หมายถึง ลำไยแห้งและมะขามแห้ง)

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

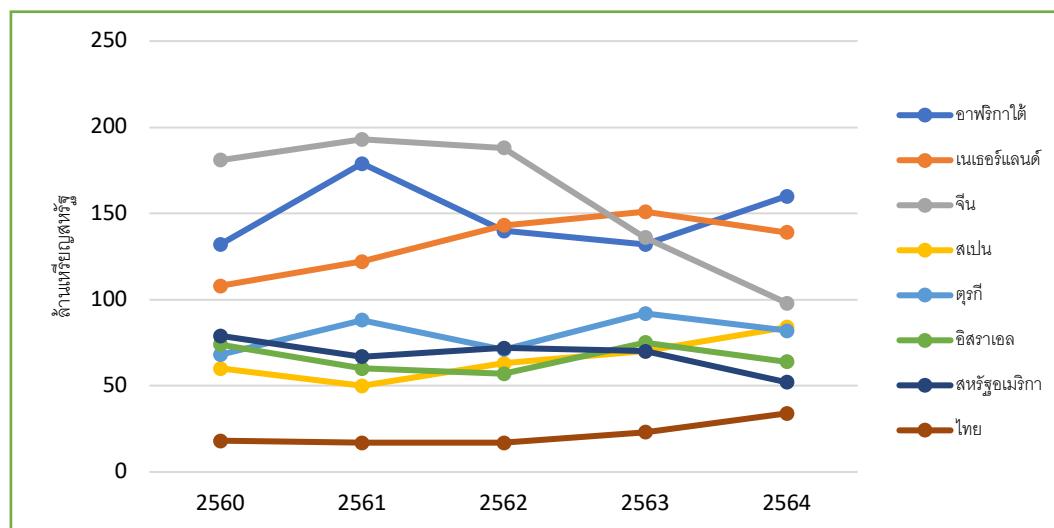
ประเทศส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
ไทย	376	369	321	271	285
จีน	97	125	127	156	222
สเปน	87	91	88	106	121
อิตาลี	11	11	37	97	110
เยอรมนี	55	66	69	66	83
อื่นๆ	888	816	644	656	840
รวมทุกประเทศ	1,514	1,478	1,286	1,352	1,661

ที่มา: UNcomtrade

■ เกรปฟรุตและส้มโอ

เกรปฟรุตและส้มโอทั้งสดและแห้ง อยู่ภายใต้รหัส 080540 ประเทศที่ส่งออกมากที่สุดคือแอฟริกาใต้ โดยในปี พ.ศ. 2564 มีการส่งออกอยู่ที่ 160 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคือเนเธอร์แลนด์ จีน สเปน ตุรกี อิสราเอล และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ผลไม้ภายใต้รหัสนี้ของไทยคือส้มโอ มูลค่าส่งออกของไทยอยู่ที่ 34 ล้านเหรียญสหรัฐ รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 5- 15 และภาคผนวก ก 5- 16

ภาคผนวก ก 5- 15 ประเทศสำคัญที่ส่งออกเกรปฟรุตและส้มโอ ภายใต้รหัส 081340 (สำหรับไทย หมายถึง ส้มโอ)



ภาคผนวก ก 5- 16 ประเทศที่ส่งออกเกรปฟรุตและส้มโอ ภายใต้รหัส 081340 (สำหรับไทย หมายถึง ส้มโอ)

หน่วย: ล้านเหรียญสหรัฐ

ประเทศส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
แอฟริกาใต้	132	179	140	132	160
เนเธอร์แลนด์	108	122	143	151	139
จีน	181	193	188	136	98

สเปน	60	50	63	70	84
ตุรกี	68	88	71	92	82
อิสราเอล	74	60	57	75	64
สหรัฐอเมริกา	79	67	72	70	52
ไทย	18	17	17	23	34
อื่นๆ	144	155	146	183	171
รวมทุกประเทศ	864	931	897	932	884

ที่มา: UNcomtrade

ภาคผนวก ก 6 ประเทศผู้นำเข้าผลไม้สำคัญของไทย

ประเทศผู้นำเข้าผลไม้บางชนิดที่โดดเด่นของไทยเบื้องต้น มีรายละเอียดดังนี้

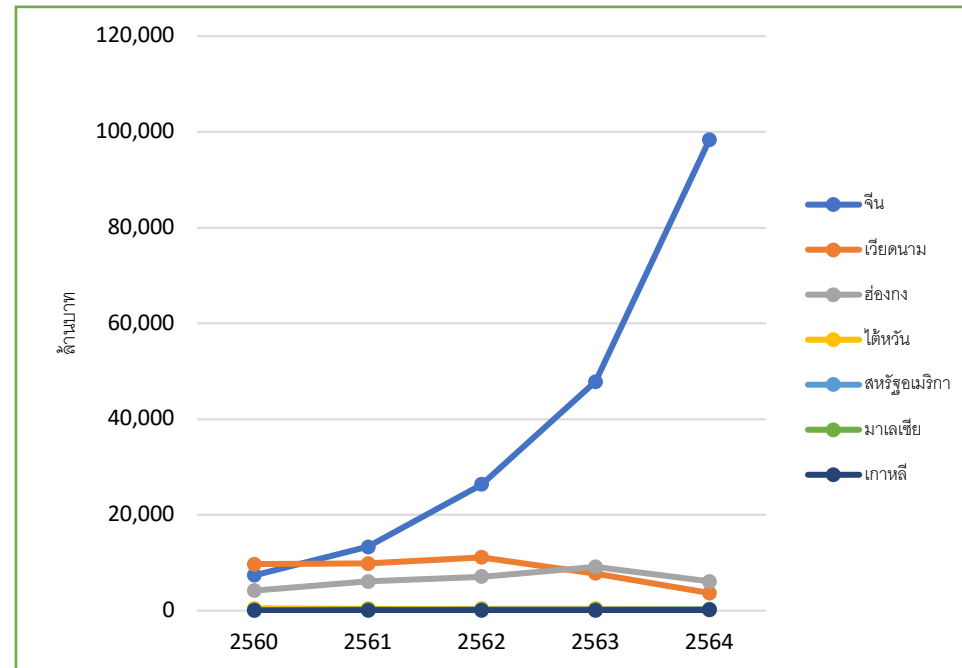
■ ทูเรียน

จีนเป็นประเทศผู้นำเข้าทูเรียนจากไทยมากที่สุดในสัดส่วนร้อยละ 90 ของการส่งออกทั้งหมด มูลค่าในปี พ.ศ. 2564 อยู่ที่ 98,310 ล้านบาท รองลงมาคือ ฮองกง และเวียดนาม มูลค่าในปี พ.ศ. 2564 อยู่ที่ 6,070 และ 3,686 ล้านบาท ตามลำดับ

ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2560 ไทยเคยส่งออกไปเวียดนามด้วยมูลค่า 9,719 ล้านบาท สูงกว่าจีน 2,371 ล้านบาท แต่หลังจากปี พ.ศ. 2560 มูลค่าการส่งออกไปเวียดนามก็ลดลงตามลำดับจนเหลือเพียง 3,686 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2564 เนื่องจากเวียดนามได้เพิ่มการปลูกทูเรียนมากขึ้น สามารถทดแทนการนำเข้าได้ส่วนหนึ่ง รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 6- 1 และ

ภาคผนวก ก 6- 2

ภาคผนวก ก 6- 1 การส่งออกทุเรียนของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ



ภาคผนวก ก 6- 2 ตารางการส่งออกทุเรียนของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ

หน่วย: ล้านบาท

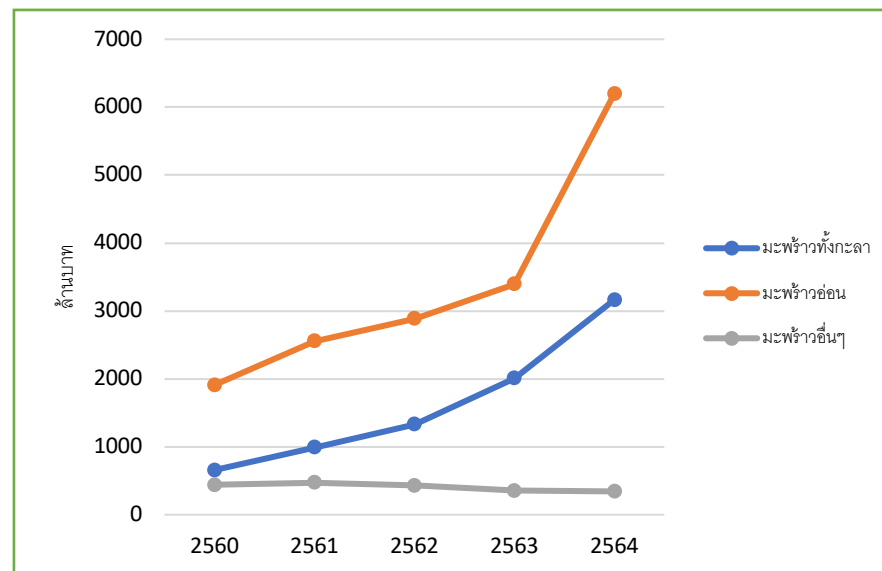
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	7,348	13,327	26,341	47,798	98,310
เวียดนาม	9,719	9,812	11,113	7,765	3,686
ฮ่องกง	4,172	6,092	7,084	9,139	6,070
ไต้หวัน	497	405	380	381	229
สหรัฐอเมริกา	82	150	192	183	264
มาเลเซีย	123	184	125	150	211
เกาหลี	30	64	86	76	132
ญี่ปุ่น	11	42	50	39	65
ออสเตรเลีย	10	18	26	31	48
อินโดนีเซีย	42	27	0	0.0069	0.0586
รวมทุกประเทศ	22,098	30,187	45,481	65,631	109,186

ที่มา: กรมศุลกากร

■ มะพร้าว

ประเทศจีนเป็นผู้นำเข้ามะพร้าวทั้งกะลาและมะพร้าวอ่อนรายใหญ่ที่สุดของไทย มีสัดส่วนการนำเข้าอยู่ที่ร้อยละ 93 และ ร้อยละ 83 ของมูลค่าการส่งออกของไทย ในปี 2564 จีนนำเข้า มะพร้าวทั้งกะลาและมะพร้าวอ่อน อยู่ที่ 2,943 และ 5,131 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักของมะพร้าวอื่นๆ มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 110 ล้านบาท รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 6- 3 และภาคผนวก ก 6- 5

ภาคผนวก ก 6- 3 กราฟการส่งออกมะพร้าวประเภทต่างๆของไทย



ภาคผนวก ก 6- 4 ตารางการส่งออกมะพร้าวของไทย

หน่วย: ล้านบาท

มะพร้าวทั้งกะลา					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	477	806	1,185	1,842	2,943
ฮ่องกง	108	81	39	63	63
สิงคโปร์	0	0	1	34	128
รวมทุกประเทศ	658	991	1,332	2,008	3,165

มะพร้าวอ่อน					
ไทยส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	826	1,465	1,891	2,554	5,131
สหรัฐอเมริกา	524	493	467	388	441
ฮ่องกง	52	117	134	122	149
รวมทุกประเทศ	1,911	2,557	2,884	3,394	6,200

มะพร้าวอื่นๆ					
ไทยส่งออก	2560	2561	2562	2563	2564
สหรัฐอเมริกา	165	194	185	155	110
ฮ่องกง	50	52	37	37	38
สิงคโปร์	35	43	49	34	48

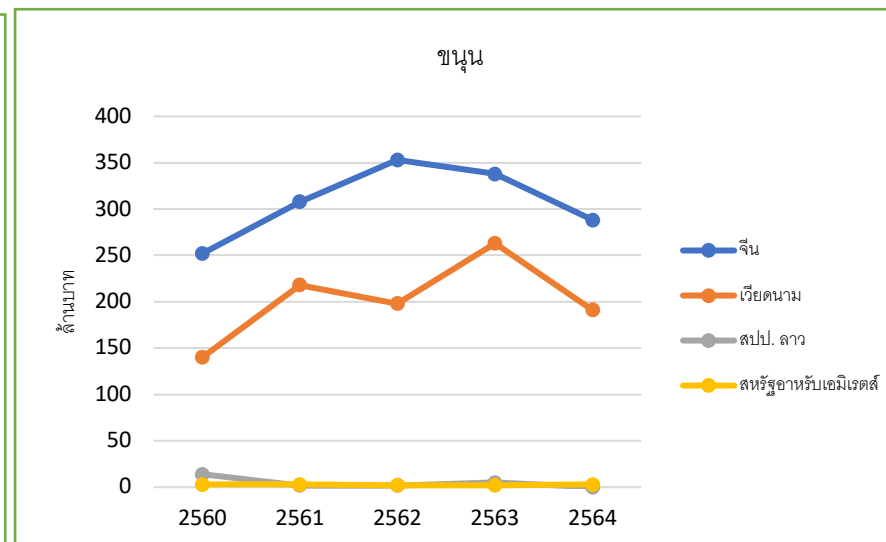
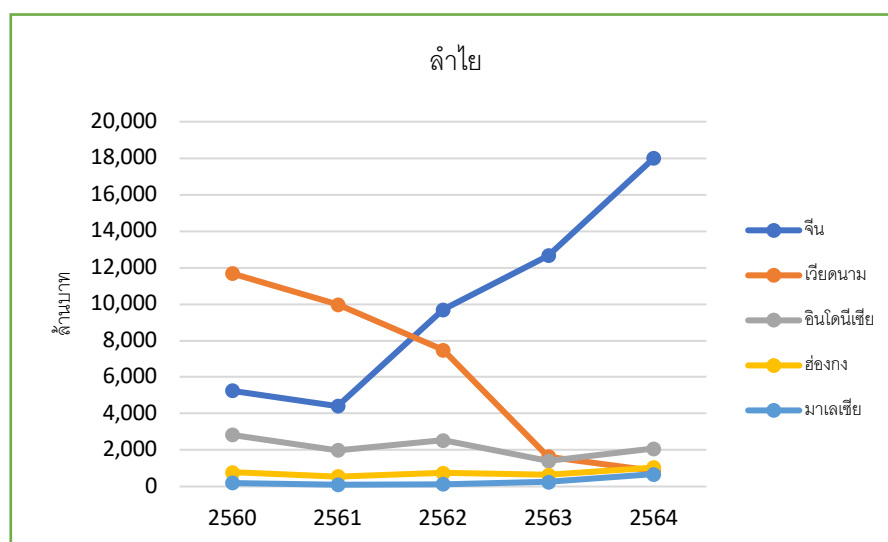
รวมทุกประเทศ	440	470	429	353	343
--------------	-----	-----	-----	-----	-----

ที่มา: กรมศุลกากร

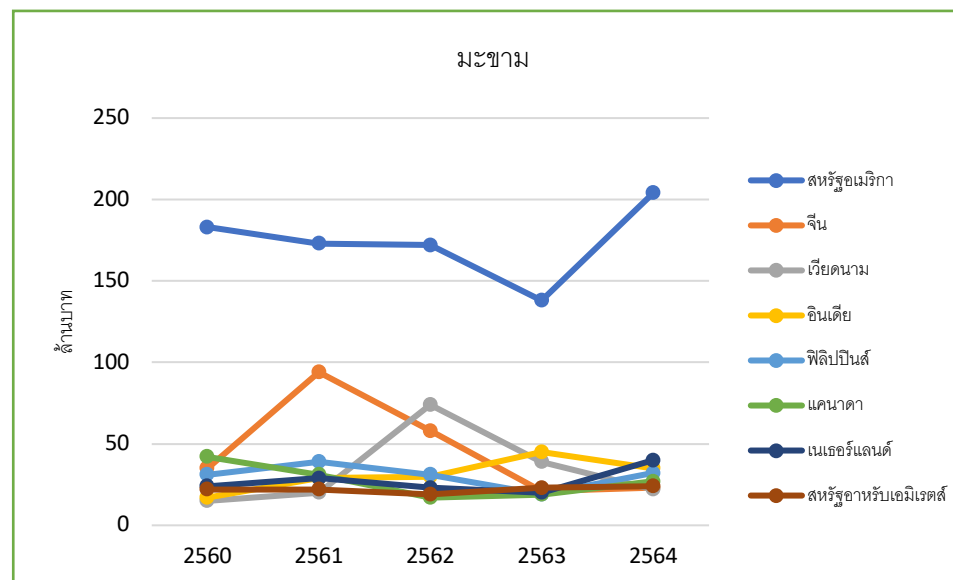
■ ผลไม้สดอื่นๆ

ผลไม้สดอื่นๆ สำหรับไทย หมายถึง ลำไย ขนุน และมะขาม ซึ่งอยู่ภายใต้รหัส 081090 โดยลำไยมีการส่งออกไปจีนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 77 ในปี พ.ศ. 2564 ไทยส่งออกลำไยสดไปจีน 17,994 ล้านบาท ตลาดสำคัญรองลงมาคืออินโดนีเซีย ซึ่งไทยส่งออกในปีเดียวกันมูลค่า 2,078 ล้านบาท สำหรับขนุนไทยส่งออกไปจีนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57 ในปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่า 288 ล้านบาท ตลาดสำคัญรองลงมาคือเวียดนาม มูลค่าอยู่ที่ 191 ล้านบาท ส่วนตลาดส่งออกมะขามที่ใหญ่ที่สุดของไทยคือสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่า 204 ล้านบาท รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 6- 5 ภาคผนวก ก 6- 6 ภาคผนวก ก 6- 7 และภาคผนวก ก 6- 8

ภาคผนวก ก 6- 5 การส่งออกลำไยและขนุนของไทยไปยังประเทศสำคัญ



ภาคผนวก ก 6- 6 การส่งออกมะขามของไทยไปยังประเทศสำคัญ



ภาคผนวก ก 6- 7 การส่งออกลำไยและขนุนของไทย

หน่วย: ล้านบาท

ลำไย มาตรฐาน					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	5,250	4,406	9,696	12,661	17,994
เวียดนาม	11,677	9,967	7,476	1,629	858
อินโดนีเซีย	2,827	1,987	2,532	1,405	2,078
ฮ่องกง	772	542	741	632	1,036
มาเลเซีย	196	98	130	250	679
รวมทุกประเทศ	20,998	17,219	20,810	16,844	23,104

ขนุน (รวมถึงจำปาตะและนังดา)					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	252	308	353	338	288
เวียดนาม	140	218	198	263	191
สปป. ลาว	14	2	2	5	0
สหรัฐอเมริกา	3	3	2	2	3
รวมทุกประเทศ	419	542	566	629	504

ที่มา: กรมศุลกากร

ภาคผนวก ก 6- 8 การส่งออกมะขามของไทย

หน่วย: ล้านบาท

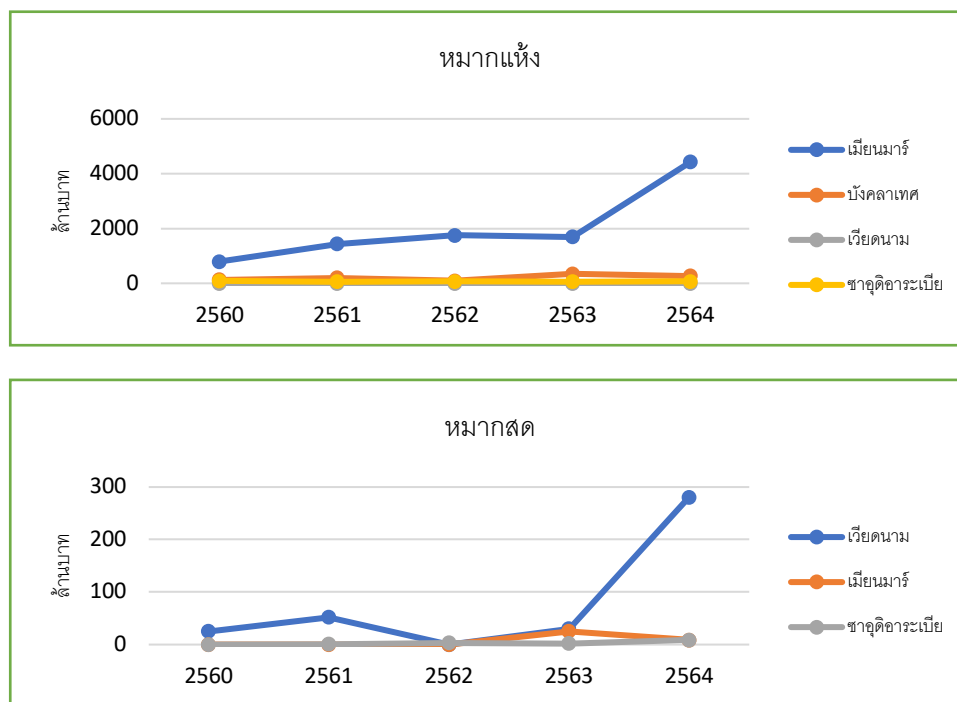
มะขาม					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
สหรัฐอเมริกา	183	173	172	138	204
จีน	35	94	58	21	23
เวียดนาม	15	20	74	39	22
อินเดีย	17	29	30	45	35
ฟิลิปปินส์	31	39	31	19	32
แคนาดา	42	31	17	19	27
เนเธอร์แลนด์	24	29	23	20	40
สหรัฐอเมริกา	22	22	19	23	24
รวมทุกประเทศ	449	550	524	453	524

ที่มา: กรมศุลกากร

■ หมาก

ตลาดหมากแห่งสำคัญของไทยคือเมียนมาร์ ในปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่า 4,424 ล้านบาท โดยเพิ่มจากปีก่อนหน้าในอัตราร้อยละ 161 ตลาดรองลงมาคือ บังกลาเทศ มีมูลค่า 265 ล้านบาท ส่วนหมากสดนั้นส่วนใหญ่ส่งออกไปยังตลาดเวียดนาม มีมูลค่ากว่า 281 ล้านบาท รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 6- 9 และภาคผนวก ก 6- 10

ภาคผนวก ก 6- 9 การส่งออกหมากของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ



ภาคผนวก ก 6- 10 การส่งออกหมากของไทย

หน่วย: ล้านบาท

หมากแห้ง

ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
เมียนมาร์	796	1,435	1,750	1,689	4,424
บังคลาเทศ	131	203	97	348	265
เวียดนาม	1	5	1	5	6
ซาอุดีอาระเบีย	92	59	72	57	75
รวมทุกประเทศ	1,136	2,131	2,056	2,239	4,930

หมากสด					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
เวียดนาม	25	52	0	30	281
เมียนมาร์	0	0	0	25	9
ซาอุดีอาระเบีย	0	1	3	2	9
รวมทุกประเทศ	42	62	19	77	306

ที่มา: กรมศุลกากร

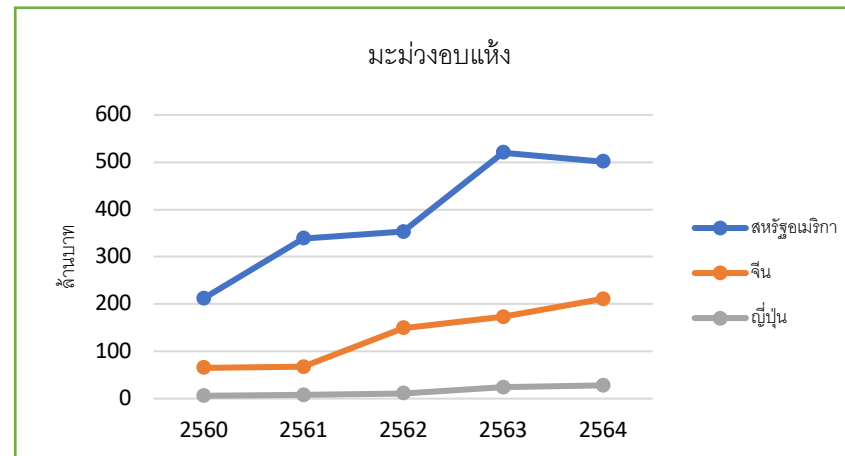
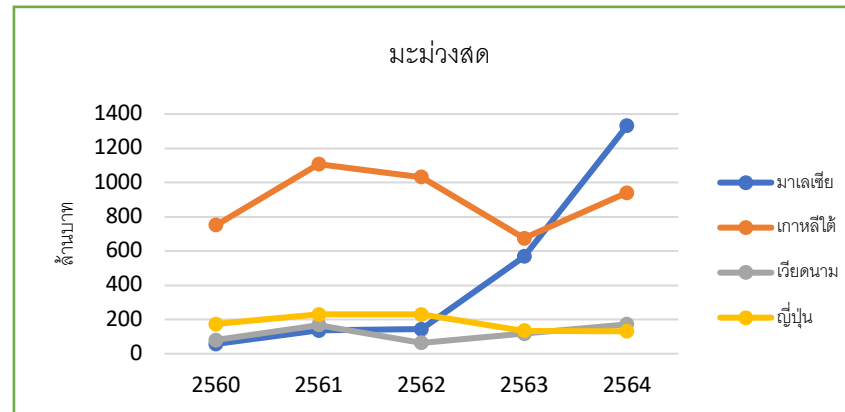
■ มะม่วงและมังคุด

ไทยส่งมะม่วงสดไปยังมาเลเซียมากที่สุด ในปี 2564 มีมูลค่าอยู่ 1,331 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 45.33 ตลาดรองลงมาคือประเทศเกาหลีใต้ มีมูลค่าอยู่ที่ 940 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.02 ของมูลค่าการส่งออกมะม่วงสดของไทย ขณะที่การส่งออกมะม่วงอบแห้งของไทยมีตลาดหลักคือ สหรัฐอเมริกา มูลค่าอยู่ที่ 501 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 44.57 ตลาดรองลงมาคือ จีน มีมูลค่าอยู่ที่ 211 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.77 ของมูลค่าการส่งออกมะม่วงอบแห้งของไทย รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 6- 11 และ ภาคผนวก ก 6- 12

สำหรับตลาดหลักของไทยในการส่งออกมังคุด คือ จีน มูลค่าอยู่ที่ 15,966 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 93.37 ตลาดรองลงมาคือ เวียดนาม มีมูลค่าอยู่ที่ 689 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.03 ของมูลค่าการส่งออกมังคุดทั้งหมดของไทย รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 6- 13 และ

ภาคผนวก ก 6- 14

ภาคผนวก ก 6- 11 การส่งออกมะม่วงของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ



ภาคผนวก ก 6- 12 การส่งออกมะม่วงของไทย

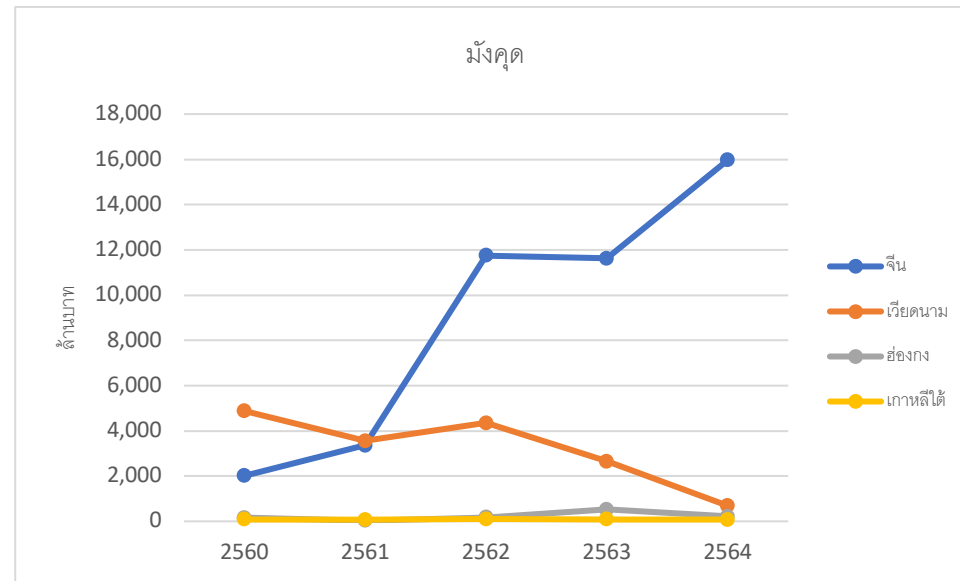
หน่วย: ล้านบาท

มะม่วงสด					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
มาเลเซีย	57	135	144	567	1,331
เกาหลีใต้	750	1,107	1,032	675	940
เวียดนาม	80	168	63	117	171
ญี่ปุ่น	173	230	230	134	131
รวมทุกประเทศ	1,331	2,017	1,854	1,953	2,936

มะม่วงอบแห้ง					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
สหรัฐอเมริกา	212	339	353	520	501
จีน	65	67	149	173	211
ญี่ปุ่น	6	8	11	24	28
รวมทุกประเทศ	438	619	709	992	1,124

ที่มา: กรมศุลกากร

ภาคผนวก ก 6- 13 การส่งออกมังคุดของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ



ภาคผนวก ก 6- 14 การส่งออกมังคุดของไทย

หน่วย: ล้านบาท

มังคุด					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	2,012	3,359	11,752	11,614	15,966
เวียดนาม	4,876	3,551	4,353	2,650	689
ฮ่องกง	154	28	166	529	214
เกาหลีใต้	82	74	105	83	76
รวมทุกประเทศ	7,436	7,270	16,704	15,021	17,099

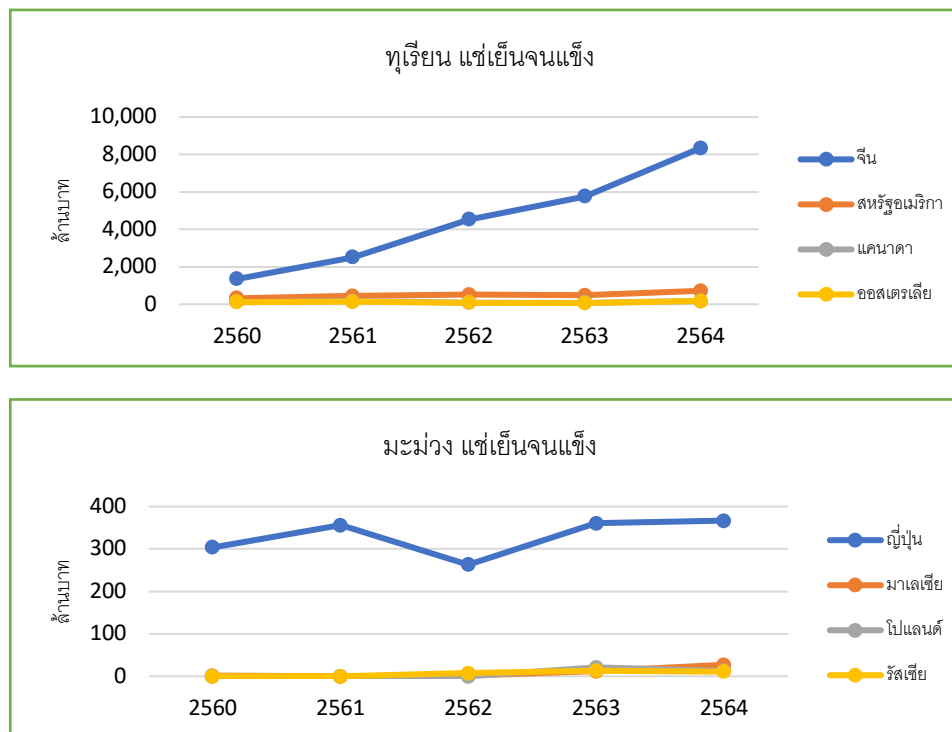
ที่มา: กรมศุลกากร

■ ผลไม้แช่เย็นจนแข็ง

ตลาดหลักของผลไม้ที่แช่เย็นจนแข็งของไทย คือ จีน ส่วนใหญ่เป็นคือทุเรียนแช่แข็ง โดยในปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่า 8,348 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 87 ของมูลค่าการส่งออกทุเรียนแช่แข็งของไทย ตลาดรองลงมาคือสหรัฐอเมริกา มีมูลค่า 717 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.49

ญี่ปุ่นเป็นประเทศหลักที่นำเข้ามะม่วงแช่แข็งจากไทย มีมูลค่า 367 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 85 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 6- 15 และภาคผนวก ก 6- 16

ภาคผนวก ก 6- 15 การส่งออกผลไม้แช่เย็นจนแข็งของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ



ภาคผนวก ก 6- 16 การส่งออกผลไม้แช่เย็นจนแข็งของไทย

หน่วย: ล้านบาท

ทุเรียน แช่เย็นจนแข็ง					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	1,346	2,509	4,524	5,768	8,348
สหรัฐอเมริกา	315	439	509	476	717
แคนาดา	109	174	79	83	164

ออสเตรเลีย	106	134	83	59	174
รวมทุกประเทศ	2,276	4,710	5,370	6,549	9,579

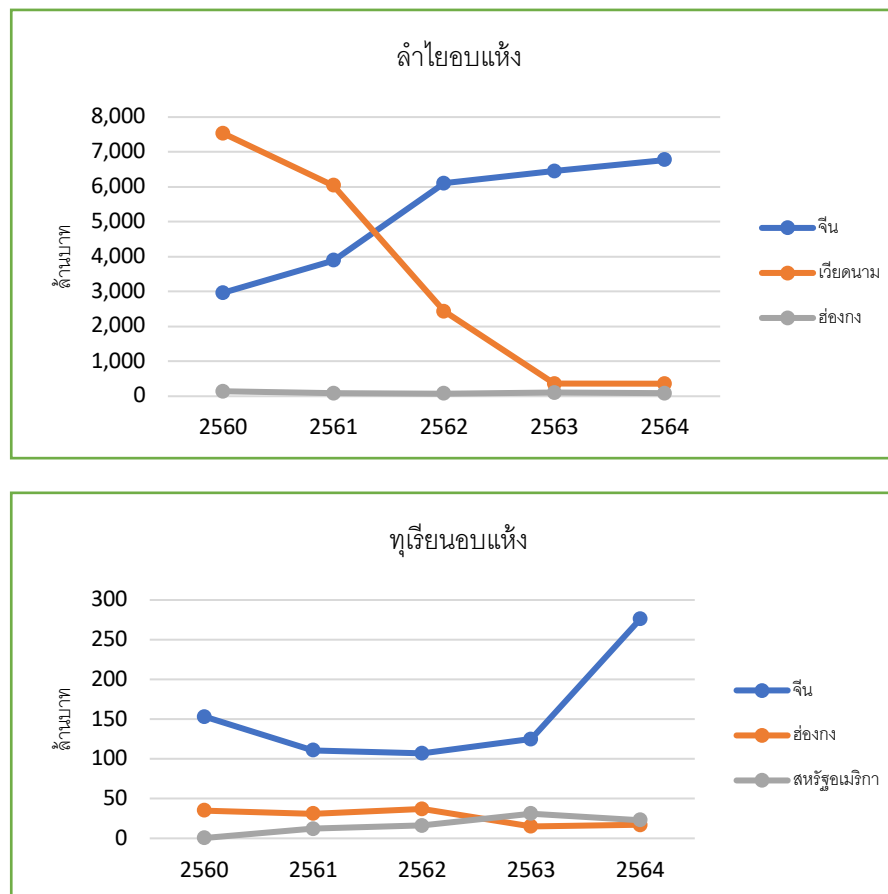
มะม่วง แะเย็นจนแข็ง					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
ญี่ปุ่น	304	356	263	361	367
มาเลเซีย	1	0	2	12	27
โปแลนด์	0	0	0	21	13
รัสเซีย	0	0	7	13	11
รวมทุกประเทศ	342	376	286	414	433

ที่มา: กรมศุลกากร

■ การส่งออกผลไม้อบแห้ง

ผลไม้อบแห้ง คือ ลำไยอบแห้งและทุเรียนอบแห้ง ซึ่งมีจีนเป็นตลาดส่งออกหลัก ในปี พ.ศ. 2564 ไทยส่งออกลำไยอบแห้งไปยังจีนมูลค่า 6,768 ล้านบาท มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 91 ของจากส่งออกลำไยอบแห้งทั้งหมดของไทย ส่วนการส่งออกทุเรียนอบแห้งไปยังจีนนั้นมีมูลค่า 276 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 82 ของการส่งออกทุเรียนอบแห้งทั้งหมดของไทย รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก 6- 17 และภาคผนวก ก 6- 18

ภาคผนวก ก 6- 17 การส่งออกลำไยและทุเรียนอบแห้งของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ



ภาคผนวก ก 6- 18 การส่งออกลำไยและทุเรียนอบแห้งของไทย

หน่วย: ล้านบาท

ลำไยอบแห้ง					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564

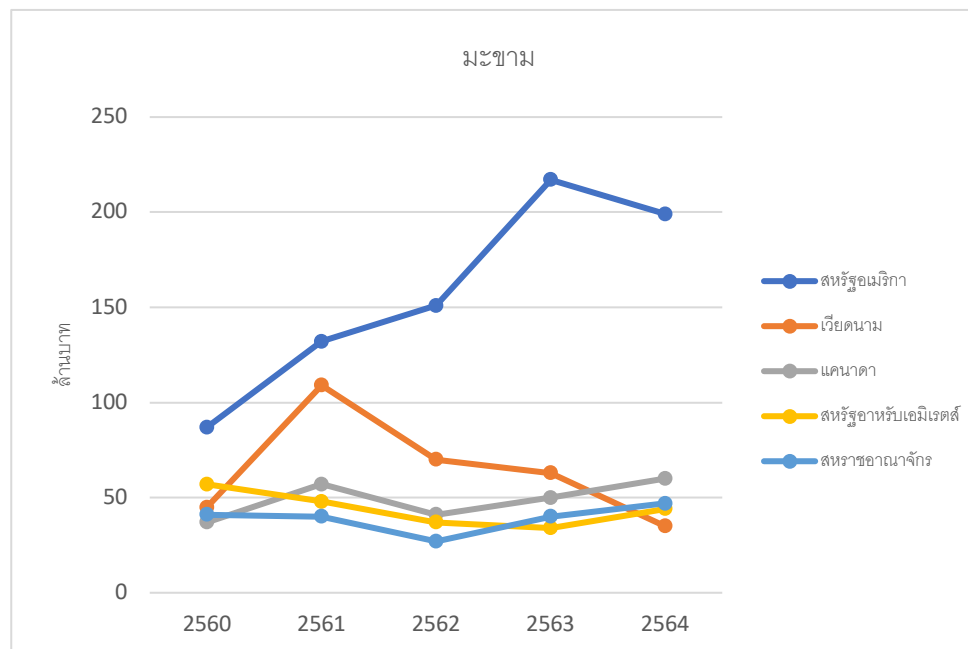
จีน	2,966	3,892	6,100	6,450	6,768
เวียดนาม	7,535	6,043	2,432	361	360
ฮ่องกง	143	84	73	107	83
รวมทุกประเทศ	11,118	10,504	8,783	7,079	7,394

ทุเรียนอบแห้ง					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	153	111	107	125	276
ฮ่องกง	35	31	37	15	17
สหรัฐอเมริกา	0.39	12	16	31	23
รวมทุกประเทศ	431	346	198	230	336

ที่มา: กรมศุลกากร

ส่วนการส่งออกมะขามอบแห้งนั้นมี อเมริกาเป็นตลาดหลัก มีมูลค่า 199 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.24 ของการส่งออกทั้งหมด รายละเอียดตั้ง
ภาคผนวก ก 6- 19 และภาคผนวก ก 6- 20

ภาคผนวก ก 6- 19 การส่งออกมะขามอบแห้งของไทยไปยังประเทศที่สำคัญ



ภาคผนวก ก 6- 20 การส่งออกมะขามอบแห้งของไทย

หน่วย: ล้านบาท

มะขาม					
ประเทศผู้นำเข้า	2560	2561	2562	2563	2564
สหรัฐอเมริกา	87	132	151	217	199
เวียดนาม	45	109	70	63	35
แคนาดา	37	57	41	50	60
สหรัฐอเมริกา	57	48	37	34	44
สหราชอาณาจักร	41	40	27	40	47

รวมทุกประเทศ	626	834	639	779	821
--------------	-----	-----	-----	-----	-----

ที่มา: กรมศุลกากร

ภาคผนวก ก 6- 21 การส่งออกส้มโอของไทย

หน่วย: ล้านบาท

ส้มโอ					
ไทยส่งออกไป	2560	2561	2562	2563	2564
จีน	313	319	244	314	860
เวียดนาม	219	150	109	24	28
ฮ่องกง	40	46	87	154	144
รวมทุกประเทศ	616	549	513	671	1,062

ที่มา: กรมศุลกากร

ภาคผนวก ข

การคัดเลือกชนิดของผลไม้เป้าหมายสำหรับการจัดทำแผนพัฒนาการยกระดับศักยภาพในการส่งออก

ภาคผนวก ข 1 การจัดทำดัชนีชี้วัดศักยภาพในการส่งออกของผลไม้ (Revealed Comparative Advantage - RCA)

RCA เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ที่นำมาใช้ในการกำหนดรายการผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก โดยใช้ตัวชี้วัด (Indicator) ที่เรียกว่า ตัวชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage) ตัวชี้วัดที่ได้นี้ มาจากแนวคิดที่ว่าในตลาดโลกมีการแข่งขันเสรีระหว่างประเทศผู้ส่งออก ซึ่งประเทศที่สามารถส่งออกได้ย่อมมีความได้เปรียบเหนือประเทศที่ไม่สามารถส่งออกได้หรือส่งออกได้ในปริมาณน้อย เนื่องจากประเทศผู้ส่งออกมีจำนวนมาก ตลอดจนการแข่งขันมีความซับซ้อน รวมถึงสถานะทางเศรษฐกิจในแต่ละประเทศนั้นมีความแตกต่างกัน ทำให้แต่ละประเทศต่างก็มีส่วนในการกำหนดความได้เปรียบ ดังนั้น จึงได้มีการนำข้อมูลการค้าระหว่างประเทศมาใช้ในการวัดความได้เปรียบในการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดระหว่างประเทศต่างๆ ซึ่งในระยะแรก Balassa (1965) ได้เสนอแนวทางในการคำนวณตัวชี้วัด Revealed Comparative Advantage (RCA) ไว้ดังนี้

$$RCA_{Aj} = \frac{\frac{X_{Aj}}{X_{wj}}}{\frac{X_A}{X_w}}$$

ตัวชี้วัดนี้ระบุว่า Revealed Comparative Advantage ของประเทศ A ในการส่งออกสินค้า j วัดได้จากการนำสัดส่วนของการส่งออกสินค้า j จากประเทศ A (หรือ X_{Aj}) ต่อยอดรวมของการส่งออกสินค้า j ของโลก (หรือ X_{wj}) เปรียบเทียบกับหรือหารด้วยสัดส่วนของการส่งออกสินค้าทุกชนิดของ A (หรือ X_A) ต่อยอดรวมการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลก (หรือ X_w) ถ้า RCA มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศ A มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j แต่ถ้า RCA มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศ A มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า j สู่ตลาดโลก

นับตั้งแต่ที่ได้มีการแนะนำ RCA เพื่อวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในด้านการส่งออกเป็นต้นมา นักวิจัยทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศจำนวนมากก็ได้ใช้ตัวชี้วัดนี้ในการวิเคราะห์ภาคเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ในขณะเดียวกัน ก็มีนักวิจัยบางส่วนที่ชี้ให้เห็นจุดอ่อนของสูตรที่ใช้วัด RCA โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่าค่าของ RCA ที่ได้จากสูตรนี้มีค่าตั้งแต่ 0 จนถึง ∞ จึงไม่อาจนำค่าที่ได้จากคำนวณของแต่ละประเทศมาเปรียบเทียบกันได้ และแม้แต่ในประเทศเดียวกันในเวลาที่แตกต่างกันก็ไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้เช่นกัน ทั้งนี้ นักวิจัยทั่วโลกยังคงให้ความสนใจกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จึงได้มีการพัฒนาสูตรที่ชี้วัด โดยพยายามแก้ไขจุดอ่อนของตัวชี้วัดเดิม

Sanidas and Shin (2011) ได้ศึกษาการพัฒนาตัวชี้วัด RCA และได้สรุปว่า Yu *et al.* (2009) คือกลุ่มนักวิจัยที่ได้นำเสนอสูตรตัวชี้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ได้แก้ไขจุดอ่อนของ RCA เดิม Sanidas and Shin (2011) ได้รายงานสรุปว่าในเชิงแนวคิด (concept) การส่งออกสินค้าบางชนิดอาจเกิดขึ้นในเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่ไม่มีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบ เรียกจุดนี้ว่า comparative-advantage-neutral point ดังนั้นที่จุดนี้ ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะเท่ากับ 1 ถ้า X'_{Aj} คือ การส่งออกสินค้า j ของประเทศ A ที่จุด comparative-advantage-neutral point ก็จะพบว่า

$$\frac{\frac{X'_{Aj}}{X_A}}{\frac{X_{wj}}{X_w}} = 1$$

หรืออีกนัยหนึ่ง

$$X'_{Aj} = \frac{X_A X_{wj}}{X_w}$$

ความได้เปรียบ (หรือเสียเปรียบ) โดยเปรียบเทียบก็คือผลต่างระหว่างการส่งออกจริงกับการส่งออกที่จุดซึ่งไม่มีความได้เปรียบเสียเปรียบ แต่แทนที่จะให้ผลของตัวชี้วัดนี้สามารถมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง ∞ Yu *et al.* (2009) ได้ normalize ค่าความได้เปรียบ (หรือเสียเปรียบ) โดยเปรียบเทียบด้วยการนำยอดรวมการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมาหารผลต่างระหว่างการส่งออกจริงกับการส่งออกที่จุดซึ่งไม่มีความได้เปรียบเสียเปรียบ และเรียกตัวชี้วัดนี้ว่า Normalized revealed comparative advantage (NRCA) ซึ่งมีค่าดังนี้

$$NRCA = \frac{\Delta X_{Aj}}{X_w} = \left(\frac{X_{Aj}}{X_w} - \frac{X_A X_{wj}}{X_w X_w} \right)$$

โดยที่ X_{Aj} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า j ของประเทศ A

X_A คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ A

X_{wj} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า j ของโลก

X_w คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก

ด้วยรูปแบบของตัวชี้วัดเช่นนี้ ค่า NRCA จะเท่ากับ 0 เมื่อการส่งออกจริงเท่ากับการส่งออกที่จุดซึ่งไม่มีความได้เปรียบเสียเปรียบ แต่ในกรณีที่การส่งออกจริงไม่เท่ากับการส่งออกที่จุดซึ่งไม่มีความได้เปรียบเสียเปรียบ ค่าของ NRCA จะอยู่ระหว่าง -0.25 ถึง 0.25 การ normalize นี้ทำให้ค่าของ NRCA สามารถเปรียบเทียบได้ระหว่างประเทศต่างๆ และเปรียบเทียบต่างเวลากันได้ ค่ารวมของ NRCA ของทุกประเทศในเวลาเดียวกันและสินค้าชนิดเดียวกันจะเท่ากับ 0 ซึ่งอธิบายได้ว่าการแข่งขันในตลาดโลกมี

ลักษณะ zero-sum กล่าวคือเมื่อประเทศหนึ่งได้เปรียบ ก็ต้องมีประเทศอื่นที่แข่งขันในตลาดโลกเสียเปรียบ ที่สำคัญคือส่วนดีที่กล่าวข้างต้นไม่ถูกระทบแม้จะเป็นการคำนวณในระดับภาคเศรษฐกิจที่ย่อยลงมา เช่น คำนวณเฉพาะกลุ่มสินค้าผลไม้ หรือคำนวณเฉพาะการแข่งขันในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง

ในระหว่างที่ผ่านมามาประเทศไทยได้ส่งออกผลไม้หลายชนิดไปสู่ตลาดโลก ผลไม้จากไทยต้องแข่งขันกับผลไม้ชนิดเดียวกันหรือผลไม้ชนิดที่ทดแทนกันได้ ผลไม้ชนิดใดสามารถส่งออกได้จากการที่มีความได้เปรียบ ผลไม้ชนิดนั้นก็มีความได้เปรียบในการส่งออกต่อไป จึงได้คำนวณหาความได้เปรียบด้วยการเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกผลไม้แต่ละชนิดหรือแต่ละประเภท (กลุ่มของชนิด) ของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2560 – 2564 กับการส่งออกผลไม้ชนิดเดียวกันในช่วงเวลาดังกล่าวของประเทศอื่น เพื่อการวิเคราะห์การแข่งขัน โดยใช้ตัวชี้วัด Normalized revealed comparative advantage (NRCA) เป็นตัววัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ หากค่าของ NRCA ของผลไม้ชนิดใดมีค่าเป็นบวกและมากกว่า 0 แสดงว่าผลไม้ชนิดนั้นมีศักยภาพในการส่งออก สมควรที่จะมีแผนพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้ชนิดนี้เพื่อให้สามารถส่งออกได้ต่อเนื่องและกระจายไปสู่ตลาดต่างๆกว้างขวางขึ้นเพื่อความมั่นคงในการส่งออกต่อไป เนื่องจากการ normalize ค่าตัวชี้วัด ได้ใช้มูลค่าของการส่งออกรวมของผลไม้ทั้งโลก ทำให้ค่าที่คำนวณได้มีค่าน้อยมาก จึงได้คูณค่าที่ได้ด้วย 10,000 ทุกตัวเพื่อให้สามารถอ่านค่าได้ง่ายขึ้น สำหรับการคำนวณตัวชี้วัดนี้ได้ใช้มูลค่ารวมของการส่งออกผลไม้ทั้งโลก ที่เผยแพร่โดย UNcomtrade ซึ่งเป็นข้อมูลมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกที่บันทึกโดยใช้ระบบ HS 2007

ผลการคำนวณ NRCA ของผลไม้ที่ไทยส่งออกสรุปได้ดังหัวข้อ 2.1

ตามที่ได้กล่าวไว้ในภาคผนวก ข การคัดเลือกชนิดของผลไม้เป้าหมายสำหรับการจัดทำแผนพัฒนาการยกระดับศักยภาพในการส่งออก

ภาคผนวก ข 1 การจัดทำดัชนีชี้วัดศักยภาพในการส่งออกของผลไม้ (Revealed Comparative Advantage - RCA)

ว่าหากค่า NRCA ของการส่งออกผลไม้ชนิดใดมีค่าเป็นบวกหรือมีค่ามากกว่า 0 แสดงว่าการส่งออกผลไม้ชนิดนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและอยู่ในเกณฑ์ที่เป็นผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก จึงสรุปได้ว่ามีผลไม้ของไทย 7 ประเภทที่เป็นผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก ซึ่งได้แก่

- (1) **ทุเรียนสด** รหัส 081060 ที่มีค่า NRCA เท่ากับ 233.01 ในปี พ.ศ. 2564 และค่าเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา
- (2) **ผลไม้สดอื่นๆ** รหัส 081090 ซึ่งมีค่า NRCA เท่ากับ 44.20 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา เนื่องจากรหัสนี้เป็นกลุ่มผลไม้ จึงได้ใช้ข้อมูลของกรมศุลกากรเพื่อดูรายละเอียดชนิดผลไม้ พบว่า ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูง แสดงความต้องการที่สูงในตลาดโลก ได้แก่ **ลำไย ขนุน มะขาม**
- (3) **ฝรั่ง มะม่วง มังคุด สด/แห้ง** รหัส 080450 มีค่า NRCA ที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 36.08 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงในประเภนี้ ได้แก่ **มะม่วง มังคุด**
- (4) **มะพร้าวผลทั้งกะลา** รหัส 080119 ซึ่งค่า NRCA เท่ากับ 19.42 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา นอกจาก**มะพร้าวทั้งกะลา**แล้ว **มะพร้าวอ่อน**ก็มีมูลค่าการส่งออกสูงเช่นกัน
- (5) **ผลไม้แห้งอื่น** รหัส 081340 ซึ่งค่า NRCA เท่ากับ 16.14 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงในประเภนี้ สำหรับไทย ได้แก่ **ลำไยอบแห้ง มะขามอบแห้ง ทุเรียนอบแห้ง**
- (6) **ผลไม้อื่น แช่เย็นจนแข็ง** รหัส 081190 ซึ่งค่า NRCA เท่ากับ 14.33 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา ผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงในประเภนี้ ได้แก่ **ทุเรียนแช่เย็นจนแข็ง มะม่วงแช่เย็นจนแข็ง**
- (7) **ถั่วอย่างอื่น (รวมหมาก)** รหัส 080290 ซึ่งค่า NRCA เท่ากับ 5.62 ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นบวกทุกปีที่ผ่านมา สำหรับไทยผลไม้ภายใต้รหัสนี้คือ**หมากแห้ง**และ**หมากสด**

อนึ่ง การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งประเภทผลไม้สดและผลไม้แปรรูปขึ้นต้น ได้แก่ ผลไม้แห้ง แช่เย็นจนแข็ง ต้ม/นึ่งสุก แช่น้ำเกลือหรือทำไวน์ไม่ให้เสียชั่วคราว แต่จะไม่รวมถึงผลไม้ที่ปรุงแต่ง/ทำไวน์ไม่ให้เสียโดยวิธีอื่นๆ อาทิ การใช้น้ำตาล ผลไม้กวน ผลไม้ดอง ผลไม้บรรจุกระป๋อง น้ำผลไม้ แยม และผลไม้ที่นำมาปรุงแต่งผสมรวมกัน

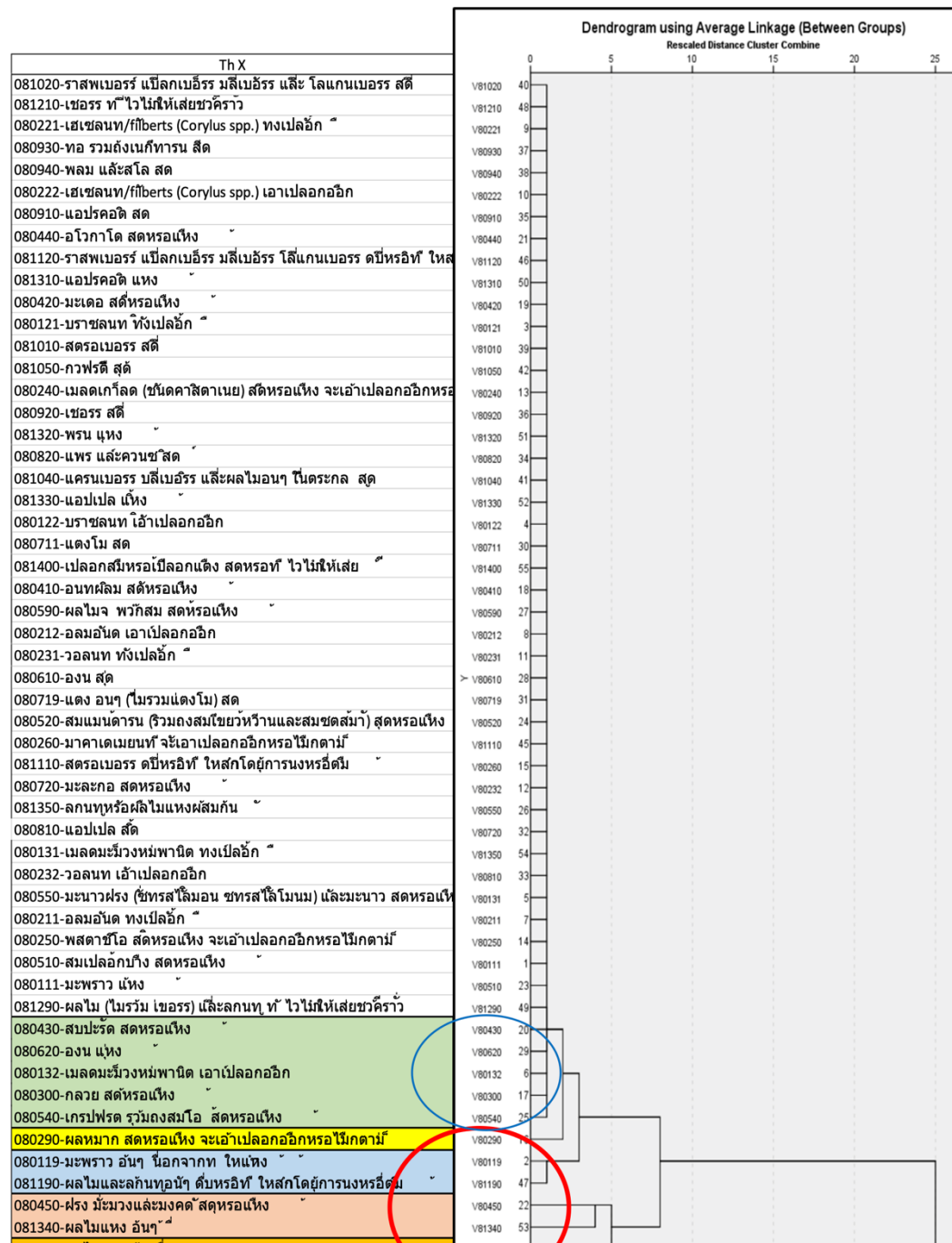
ภาคผนวก ข 2 การวิเคราะห์กลุ่มผลไม้ของไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังตลาดโลกด้วยวิธี Dendrogram

การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทยไปสู่ตลาดโลก ในขั้นตอนนี้ทำด้วยการนำข้อมูลการส่งออกผลไม้ของไทยมาจัดกลุ่มด้วยวิธี Dendrogram ด้วยโปรแกรม SPSS ซึ่งสามารถจัดกลุ่มประเภทผลไม้ที่มีมูลค่าและความแปรปรวนใกล้เคียงกันเป็นกลุ่มเดียวกัน และแยกกลุ่มที่แตกต่างออกเป็นกลุ่มๆ หลังจากนั้นวัดระยะห่างของแต่ละกลุ่มด้วยวิธีคณิตศาสตร์ โดยระยะห่างของกลุ่มต่างๆ จะแสดงด้วยความสูงของกลุ่ม จึงสามารถบ่งบอกถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มตามลำดับชั้นได้อย่างชัดเจน ด้วยการเรียงลำดับความสูงของกลุ่มจากกลุ่มที่มีศักยภาพในการส่งออกน้อยด้านบนของแผนภาพ ลงสู่กลุ่มที่มีศักยภาพสูงกว่าด้านล่างของแผนภาพ

การวิเคราะห์แผนภาพ Dendrogram โดยพิจารณากลุ่มประเภทผลไม้ที่มีความสูงแตกต่างกัน ทำให้สามารถตัดสินใจเลือกกลุ่มของประเภทผลไม้ที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกได้ชัดเจน

ผลการวิเคราะห์ด้วยแผนภาพ Dendrogram ดังกล่าว แสดงให้เห็นรูปแบบการส่งออกผลไม้ของไทยไปสู่ตลาดโลกที่อาจแยกออกได้เป็น 3 กลุ่ม โดยผลไม้ไทยมีศักยภาพในการส่งออกมีเพียง 2 กลุ่ม ดังแสดงในด้านล่างของแผนภาพ กลุ่มล่างสุด (ในวงกลมสีแดง) เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการส่งออกสูง มีจำนวนผลไม้ 7 ประเภท ตรงกับผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางเศรษฐศาสตร์ในข้อ 2.1 และยังแยกกลุ่มที่มีศักยภาพรอง (ในวงกลมสีน้ำเงิน) มีจำนวนผลไม้เพียง 5 ประเภท จึงได้กลุ่มผลไม้ที่มีศักยภาพสูงและศักยภาพรอง รวมกัน 12 ประเภท จากจำนวนของผลไม้ทั้งหมด 55 ประเภท ดังภาคผนวก ข 2 - 1

ภาคผนวก ข 2 - 1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกผลไม้ของไทยไปสู่ตลาดโลกด้วยวิธี Dendrogram



ภาคผนวก ข 3 วิเคราะห์การแข่งขันกับประเทศ ASEAN ด้วย Dendrogram และ Export Similarity Index

ภาคผนวก ข 3 - 1 การวิเคราะห์ผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออกของของกลุ่ม ASEAN 9 ประเทศด้วยวิธีทางสถิติ (Dendrogram)

เช่นเดียวกับวิธีการหาผลไม้ของไทยที่มีศักยภาพการส่งออกไปสู่ตลาดโลกที่นำเสนอข้างต้น ใช้ข้อมูล HS2007 ของ UNcomtrade ช่วง 10 ปี (พศ. 2555-2564) จัดกลุ่มเพื่อหาผลไม้ที่มีศักยภาพพัฒนาไปสู่การส่งออก ทั้งของไทยและของ ASEAN อีก 9 ประเทศ¹⁷ แล้วนำมาเปรียบเทียบกัน เพื่อหาประเภทของผลไม้ที่ไทยมีโอกาสพัฒนาไปสู่การส่งออกและมีการแข่งขันกับกลุ่มประเทศ ASEAN น้อย

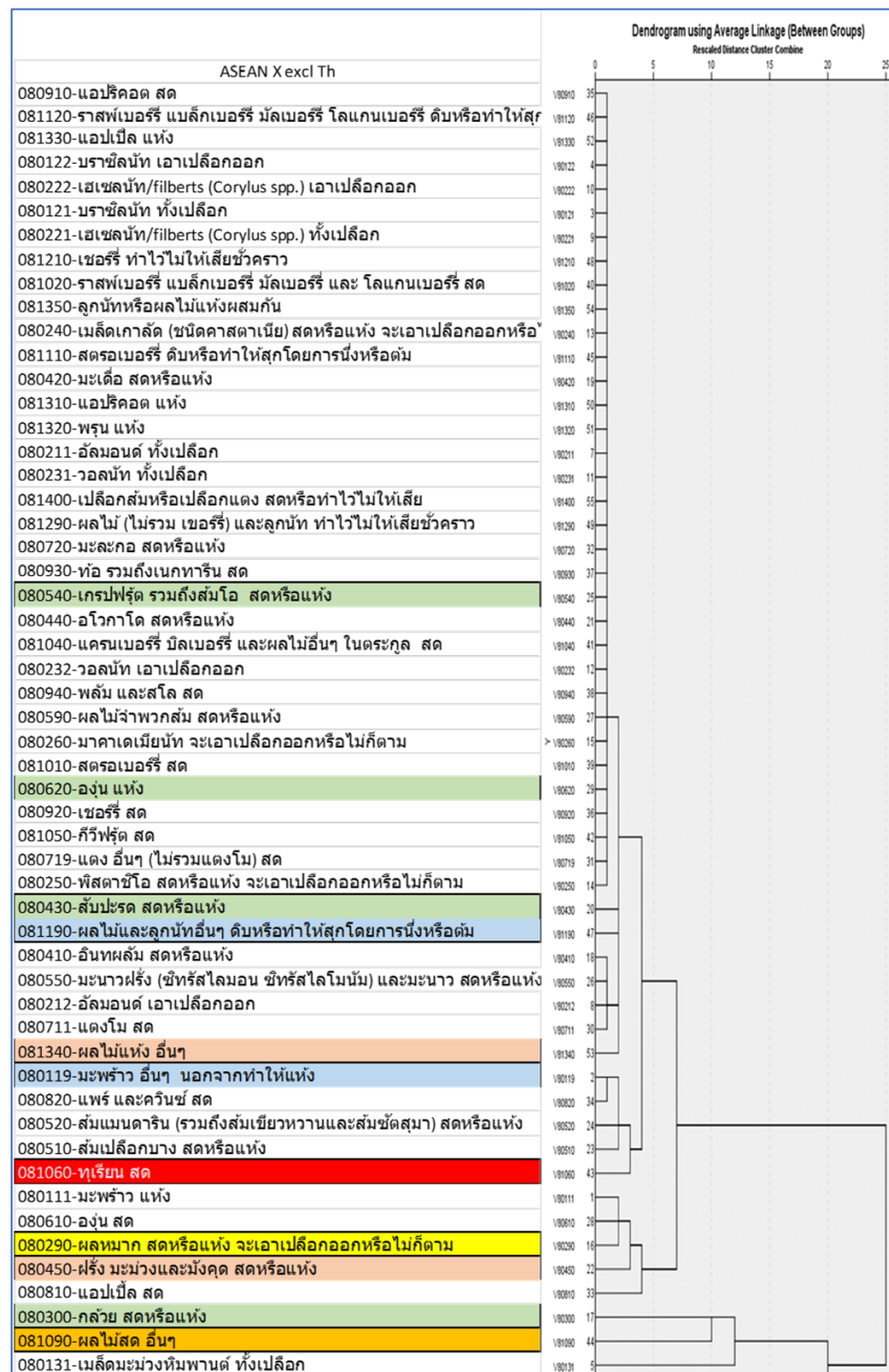
ผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออกของกลุ่ม ASEAN 9 ประเทศ ใช้การวิเคราะห์ด้วย Dendrogram เช่นเดียวกับของไทย แสดงดัง ภาคผนวก ข 3 - 2 โดยเรียงลำดับกลุ่มผลไม้ กลุ่มที่มีศักยภาพสูงจะอยู่ด้านล่างของภาพ

สรุปผลการวิเคราะห์ผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออกของกลุ่ม ASEAN 9 ประเทศ ด้วย Dendrogram ได้ดังนี้

- ผลไม้ไทยที่อาจพัฒนาศักยภาพในการส่งออกได้โดยไม่ต้องแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน มีจำนวนเพียง 3 ประเภท ได้แก่ 080540-เกรปฟรุต รวมถึงส้มโอสดหรือแห้ง 080430-สับปะรด สดหรือแห้ง และ 080620-องุ่น แห้ง
- ผลไม้ที่ไทยมีแนวโน้มในการแข่งขันดีขึ้นหรือคงที่ 3 ประเภท ได้แก่ 080450-ฝรั่ง มะม่วงและมังคุด สดหรือแห้ง 080290-ผลหมาก สดหรือแห้ง จะเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม และ 081340-ผลไม้แห้ง อื่นๆ
- ผลไม้ที่มีแนวโน้มการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านสูงขึ้น 4 ประเภท ได้แก่ 081090-ผลไม้สดอื่นๆ 081060-ทุเรียนสด 081190-ผลไม้แช่เย็นจนแข็ง และ 080119-มะพร้าว อื่นๆนอกจากทำให้แห้ง

¹⁷ ข้อมูลของฟิลิปปินส์ใน UNcomtrade เป็น HS2002 ซึ่งมีผลไม้บางกลุ่มยังไม่ได้แยกประเภทย่อย จึงปรับให้ตรงกับ HS2007 ด้วยการใช้สัดส่วนของผลไม้ประเภทย่อยจากข้อมูล HS2007 ในการนำเข้าของตลาดโลกจากฟิลิปปินส์

ภาคผนวก ข 3 - 2 ผลการวิเคราะห์ผลไม้มัที่มีศักยภาพในการส่งออกของของกลุ่ม ASEAN 9 ประเทศด้วยวิธีทางสถิติ (Dendrogram)



ภาคผนวก ข 4 การวิเคราะห์ผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออกของของกลุ่ม ASEAN 9 ประเทศด้วยวิธีทางเศรษฐศาสตร์โดยการคำนวณหา Export Similarity Index (ESI)

Export Similarity Index หรือ ESI (อ้างอิง Pei-Zhi Wang และ Xiao-Jing Liu, 2015: P.223) นำเสนอครั้งแรกโดย Finger & Kreinin (1979) เป็นการคำนวณหาดัชนีความคล้ายคลึงของสินค้าส่งออกระหว่างสองประเทศไปยังตลาดโลกหรือตลาดที่สาม

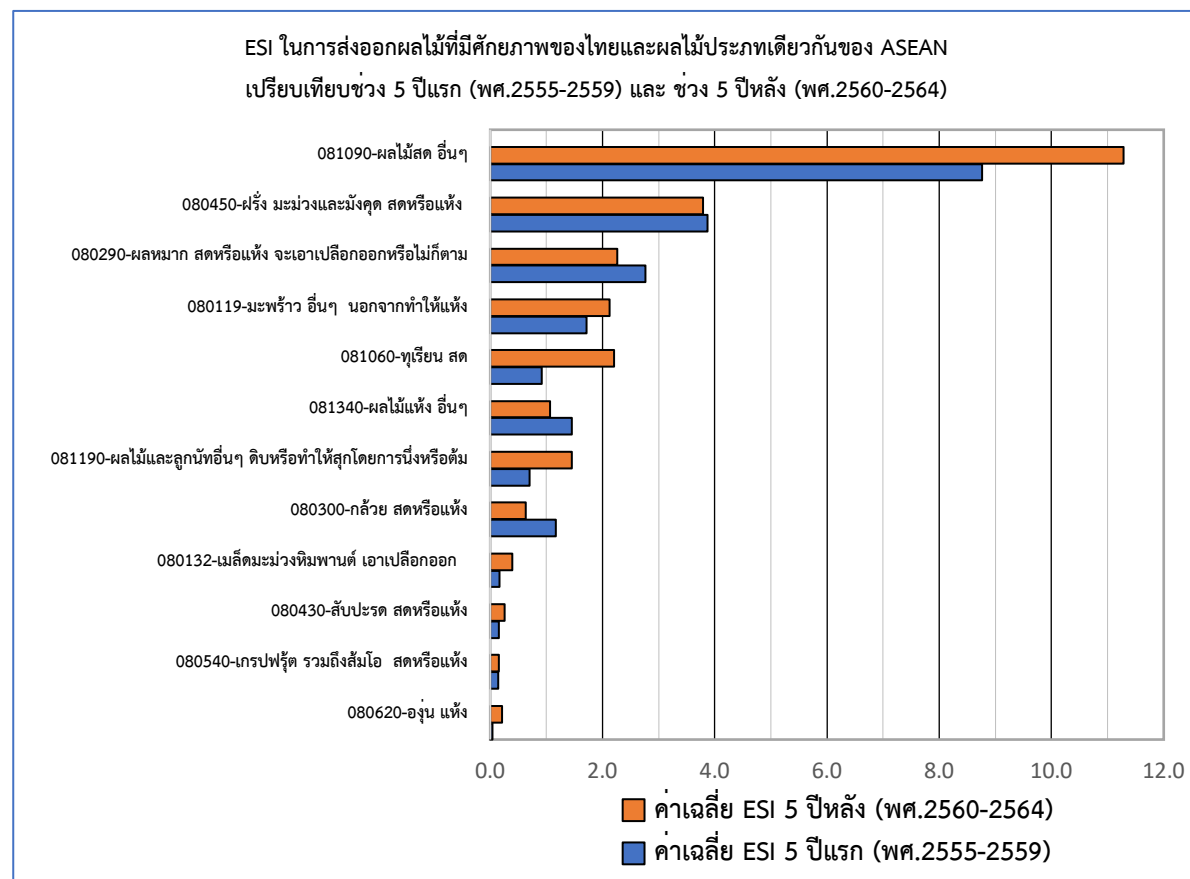
มีวิธีการคำนวณ คือ

$$S(i,j,k) = \left\{ \sum_i \min\left(\frac{x_{ik}^l}{x_{ik}}, \frac{x_{jk}^l}{x_{jk}}\right) \right\} \times 100$$

สูตร Export Similarity Index หรือ ESI นี้จะประมาณความคล้ายคลึงกันในการส่งออก (S) สำหรับสินค้า l ของประเทศ i และประเทศ j ไปยังตลาด k โดย S มีค่าระหว่าง 0-100 หากค่า S สูงมาก แสดงว่าการแข่งขันในการส่งออกสินค้า l ระหว่างสองประเทศก็สูงมาก และในทางกลับกัน ถ้า S มีค่าใกล้เคียงกับ 0 แสดงว่าทั้งสองประเทศมีการแข่งขันกันน้อย

การวิเคราะห์หาผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออกของของกลุ่ม ASEAN 9 ประเทศด้วย Export Similarity Index (ESI) พบว่า ความคล้ายคลึงในการส่งออกผลไม้ไทยเฉพาะที่มีศักยภาพนำและศักยภาพรองจำนวน 12 ประเภท เปรียบเทียบกับการส่งออกผลไม้ประเภทเดียวกันของ ASEAN โดยใช้แผนภูมิแท่งเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ESI ระหว่างช่วง 5 ปีแรก (พศ. 2555-2559) และช่วง 5 ปีหลัง (พศ.2560-2564) เพื่อให้เห็นแนวโน้มของการแข่งขัน แสดงในภาคผนวก ข 4 - 1

ภาคผนวก ข 4 - 1 การเปรียบเทียบค่าความคล้ายคลึง (ESI) ของการส่งออกผลไม้ไทยและประเทศในกลุ่ม ASEAN



หมายเหตุ: S มีค่าระหว่าง 0-100 หากค่า S สูงมาก แสดงว่าการแข่งขันในการส่งออกสูงมาก หาก S มีค่าใกล้เคียงกับ 0 แสดงว่ามีการแข่งขันกันน้อย

จากการเปรียบเทียบค่าความคล้ายคลึง (ESI) ของการส่งออกผลไม้ไทยและประเทศในกลุ่ม ASEAN ดังภาคผนวก ข 4 - 1 แสดงให้เห็นผลไม้ไทยที่อาจพัฒนาศักยภาพในการส่งออกได้ เนื่องจากยังมีการแข่งขันน้อยกับประเทศเพื่อนบ้าน มีจำนวนเพียง 3 ประเภท ได้แก่ 080540-เกรปฟรุต รวมถึงส้มโอสดหรือแห้ง 080620-องุ่นแห้ง และ 080430-สับปะรดสดหรือแห้ง อีกทั้งยังพบว่าผลไม้ทั้ง 3 ประเภทนี้ไม่ได้เป็นผลไม้ชั้นนำในการส่งออกของประเทศเพื่อนบ้าน

แต่สำหรับ 080132-เมล็ดมะม่วงหิมพานต์เอาเปลือกออก และ 080300-กล้วยสดหรือแห้ง เริ่มมีการแข่งขันมากกว่า 3 ประเภทแรก และจากการวิเคราะห์ Dendrogram ของ ASEAN พบว่าผลไม้ทั้งสองชนิดนี้เป็นจุดแข็งในการส่งออกของประเทศเพื่อนบ้าน กล่าวคือ 080132-เมล็ดมะม่วงหิมพานต์เอาเปลือกออก เป็นผลไม้ส่งออกหลักของเวียดนาม และ 080300-กล้วยสดหรือแห้ง เป็นผลไม้ส่งออกหลักของฟิลิปปินส์ ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพผลไม้ส่งออกทั้ง 2 ประเภทนี้จำเป็นต้องศึกษาถึงชนิดที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันต่อไป

ในกลุ่มผลไม้ที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออก ต้องพิจารณาการส่งออกผลไม้ 4 ประเภท ได้แก่ 081090-ผลไม้สดอื่นๆ (ชนิดที่สำคัญของไทยได้แก่ ลำไย ขนุน มะขาม) 081060-ทุเรียน สด 081190-ผลไม้แช่เย็นจนแข็ง และ 080119-มะพร้าวอื่นๆนอกจากทำให้แห้ง ซึ่งมีแนวโน้มการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านสูงขึ้นตามลำดับ จึงจำเป็นต้องศึกษาต่อไปเพื่อระบุชนิดของผลไม้ในกลุ่มนี้ให้ชัดเจนเพื่อลดการแข่งขัน

ส่วนผลไม้ที่เหลืออีก 3 ประเภท ได้แก่ 080450-ฝรั่ง มะม่วงและมังคุด สดหรือแห้ง 080290-ผลหมากสดหรือแห้งจะเอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม และ 081340-ผลไม้แห้งอื่นๆ ไทยมีแนวโน้มในการแข่งขันดีขึ้นหรือคงที่

ภาคผนวก ข 5 การระบุชนิดของผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออกการระบุชนิดของผลไม้ที่มีศักยภาพในการส่งออก

ภาคผนวก ข 5 - 1 ตารางประเภทผลไม้ที่มีศักยภาพสูง ตามพิกัด HS2017 8 หลักและ 11 หลัก

ประเภทผลไม้ที่มีศักยภาพสูง				
HS2017 (HS6หลัก)	ชนิดและประเภทผลไม้ (HS 8 หลัก)	% สัดส่วน การส่งออก	% อัตราเติบโตต่อปี (ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ 2 ปี)	มูลค่าเฉลี่ยต่อปี (ล้านบาท)
080112	08011200-มะพร้าว ทั้งกะลา (เอนโดคาร์ป)	1.3%	46.4%	1,631
080119	08011910-มะพร้าวอ่อน	2.8%	29.0%	3,389
	08011990-มะพร้าว อื่น ๆ นอกจาก (มะพร้าว แห้ง มะพร้าวทั้งกะลา มะพร้าวอ่อน)	0.3%	-8.5%	407
080280	08028000-ผลหมากแห้ง	2.1%	30.8%	2,600
080450	08045010-ฝรั่ง	0.1%	-4.6%	175
	080450201-มะม่วงสด	1.6%	13.5%	2,018
	080450202-มะม่วงอบแห้ง	0.6%	26.0%	776
	08045030-มังคุด	10.4%	29.7%	12,706
081060	08106000-ทุเรียน สด	44.4%	49.5%	54,517
081090	08109030-เงาะ สด	0.2%	5.3%	212

	08109050-ขนุน (รวมถึงจำปาดะและนังคา) สด	0.4%	5.7%	532
	08109060-มะขาม สด	0.4%	-0.7%	500
	08109010-ลำไย มาตากูชิง สด	16.1%	1.5%	19,795
081190	081190002-ทุเรียน แะเย็นจนแซ็ง	4.6%	32.2%	5,697
	081190006-มะม่วง แะเย็นจนแซ็ง	0.3%	5.7%	370
081340	08134090-ทุเรียนอบแห้ง	0.5%	0.5%	671
	08134020-มะขาม อบแห้ง	0.6%	3.1%	740
	08134010-ลำไย อบแห้ง	7.3%	-12.5%	8,976

ภาคผนวก ข 5 - 2 ตารางประเภทผลไม้ที่มีศักยภาพรอง ตามพิกัด HS2017 8 หลักและ 11 หลัก

ประเภทผลไม้ที่มีศักยภาพรอง				
HS2017	ชนิดและประเภทผลไม้	% สัดส่วน การส่งออก	% อัตราเติบโตต่อปี (ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ 2 ปี)	มูลค่าเฉลี่ยต่อปี (ล้านบาท)
080132	08013200-เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ เอาเปลือก ออก	0.3%	-12.3%	412
080390	08039010-กล้วยเล็บมือนาง สด	0.3%	-19.6%	365
	080390901-กล้วยหอมสด	0.1%	3.5%	129
	080390903-กล้วย อื่นๆ (นอกจาก กล้วยหอม กล้วยเล็บมือนาง) สด แห้ง	0.1%	-8.3%	177
080430	08043000-สับปะรดสด	0.2%	5.1%	292
080540	08054000-ส้มโอ	0.6%	15.1%	698
080620	08062000-องุ่น แห้ง	0.2%	63.5%	291

ภาคผนวก ข 6 รายละเอียดการประชุมระดมสมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกผลไม้รายละเอียดการประชุมระดมสมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกผลไม้

ได้ดำเนินการจัดประชุมระดมสมองผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางด้านผลไม้ ผู้ส่งออกและผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกผลไม้ เพื่อให้เห็นต่อชนิดและประเภทของผลไม้ที่ผ่านการคัดเลือกด้วยวิธีในหัวข้อ 2.1 หัวข้อ 2.2 และหัวข้อ 2.3 ข้างต้น ผ่านระบบการประชุมออนไลน์ เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 30 มีนาคม 2566 เวลา 9.00 – 12.00 น มีผู้เข้าร่วมการประชุมครั้งนี้ จำนวน 40 ท่าน แบ่งเป็นผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ 17 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญ 8 ท่าน และผู้ประกอบการ/ผู้แทนภาคเอกชน 15 ท่าน รายละเอียดผู้เข้าร่วมประชุมดังภาคผนวก ข 6 - 1 และภาคผนวก ข 6 - 2

ภาคผนวก ข 6 - 1 ผู้ร่วมประชุมระดมสมองผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางด้านผลไม้ ผู้ส่งออกและผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งออกผลไม้

ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ		
ที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน
1	นางสาวแตงโม ราชอัคคี	กรมการค้าต่างประเทศ
2	คุณอิสริย์ ฐาภฤทธา	กรมการค้าต่างประเทศ
3	นางสายพร ฉันทวสินกุล	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
4	ดร.ปาริชาติ พจนศิลป์	สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร
5	พิมพ์นภัส ศรีอินแก้ว	กรมการค้าต่างประเทศ
6	นายธงชัย ไทรน้อย	สถาบันวิจัยพืชสวน
7	นางศุภลักษณ์ อริยภูชัย	ศูนย์วิจัยพืชสวนตรัง สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร
8	นางจันทิมาภรณ์ ศรีมงคล	กรมส่งเสริมการเกษตร
9	นายศิริชัย สารวิจารณ์	กรมวิชาการเกษตร
10	ทัศนาศิ คัดสร้าง	กรมส่งเสริมการเกษตร
11	นางสุวิสาส์ กันตอนันตพร	สำนักงานเกษตรจังหวัดชลบุรี
12	นางสาววรรณวิมล สิริบุรี	สำนักงานเกษตรจังหวัดชลบุรี
13	สัญญาณี ศรีคชา	สำนักวิจัยพัฒนาการอารักขาพืช

14	อุราพร หนูนารถ	สำนักวิจัยพัฒนาการอารักขาพืช
15	วรัญญา มาลี	สำนักวิจัยพัฒนาการอารักขาพืช กรมวิชาการเกษตร
16	ว่าที่ ร.อ.นัฐชัย แยมพิกุลสกุล	กรมส่งเสริมการเกษตร
17	นางสาวมลนิภา ศรีมาตรภิรมย์	สำนักวิจัยพัฒนาการอารักขาพืช กรมวิชาการเกษตร

ผู้เชี่ยวชาญ			
ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	ธีรวุฒิ ชูตินันทกุล	นักวิชาการเกษตรชำนาญการ	สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร
2	ดร.พีรพงษ์ แสงวนวงศ์กุล	นักวิจัยชำนาญการ	ศูนย์เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3	นางสาวทิพย์ ไกรทอง	ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยพืชสวนชุมพร	ศูนย์วิจัยพืชสวนชุมพร กรมวิชาการเกษตร
4	นายทวีศักดิ์ แสงอุดม	นักวิชาการเกษตรชำนาญการพิเศษ	สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร
5	คุณอรทัย เอื้อตระกูล	ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ	ข้าราชการบำนาญ
6	ดร.จรัสแท้ ศิริพานิช	นักวิชาการด้านการเกษตร	ข้าราชการบำนาญ
7	ภาณุ สัมเกลี้ยง	นักวิเคราะห์อาวุโส 2	สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การ มหาชน)
8	รศ.ดร.พรเพ็ญ วรสิทธา	ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ประกอบการ/ผู้แทนภาคเอกชน		
ที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน
1	นายทวีกิจ จตุรเจริญคุณ	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
2	ผศ.ดร.สุนทร พิพิธแสงจันทร์	สมาคมพืชสวนแห่งประเทศไทย
3	นายภาณุศักดิ์ สายพานิช	สมาคมทุเรียนไทย
4	นายวุฒิชัย คุณเจตน์	สมาคมทุเรียนไทย
5	นายธีศิษฐ์ ไตรวิริยะเวช	บริษัท ทองแปดผักผลไม้ จำกัด
6	นายวีระชัย ประทักษ์วิริยา	V.S. Freshco
7	นางสาวภาวิ สุธาวีวัฒน์	บริษัท สวิฟท์ จำกัด
8	คุณวิไล อติชาตการ	บริษัท ไซน์โฟร์ทอนเดอร์
9	คุณยู เจริญยืนยงพงศ์	KNR Group

ผู้ประกอบการ/ผู้แทนภาคเอกชน		
10	นายกฤษฎา ปูแดง	สมาคมการค้าผู้ประกอบการผลไม้ไทยภาคเหนือ
11	นายถึงเหยว แซ่ตึง	สมาคมการค้าผู้ประกอบการผลไม้ไทยภาคเหนือ
12	นายองอาจ รัตนศิริมนตรี	หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
13	นางสาวราภรณ์ โมรา	หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
14	นางนงนุช ยกย่องสกุล	สมาคมการค้านวัตกรรมเพื่อการเกษตรไทย
15	นายมนตรี ศรีนิล	สมาคมชาวสวนมะม่วงไทย

ภาคผนวก ข 6 - 2 ภาพการประชุมระดมสมองออนไลน์ เมื่อ 30 มีนาคม 2567



ในการนี้ได้สรุปข้อคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมระดมสมองเพื่อประกอบการคัดเลือกชนิดของผลไม้เป้าหมายโดยรวมผู้ร่วมประชุมเห็นด้วยกับชนิดของผลไม้เป้าหมายที่ได้ทำการคัดเลือกมาไว้ และได้ให้ข้อคิดเห็นในการวิจัย พัฒนา และแก้ไขปัญหาเพื่อสนับสนุนการส่งออกและการแข่งขันให้มีรายละเอียดดังนี้

(1) โอกาสทางการตลาดต่างประเทศและมาตรการรองรับ

- ลำไย: ผู้ส่งออกเห็นว่าต่างประเทศยังมีความต้องการลำไยจากไทย
- มะพร้าวอ่อน: การส่งออกขยายตัวเร็วมาก การขนส่งไม่มีปัญหาเพราะเปลือกหนา
- มะม่วงน้ำดอกไม้: มีความโดดเด่นในเรื่องรสชาติ ส่วนเขียวสวยและทองคำก็มีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้
- ขนุน: ก็มีความต้องการซื้อสูง ขณะนี้กำลังขอ GI ขนุนในชลบุรี
- ส้มโอ: เปลือกหนาส่งไกลได้ ตลาดในจีนกำลังเติบโต
- หนาม: ทางภาคใต้ เกษตรกรกำลังขยายพื้นที่เพาะปลูกเพราะอินเดียเข้ามาหาซื้อ ทางสหรัฐอเมริกาก็นำเข้าเพื่อเป็นวัตถุดิบในการทำเครื่องสำอาง ทำยา และทำสีย้อม
- มะขามหวาน: ที่ทานสดเป็นที่นิยมกันในญี่ปุ่น จีน อินเดีย แต่มะขามจากไทยมะขามทั้งฝักเมื่อแกะฝักออกจะขึ้นรา ทำให้ขายไม่ได้ แต่มะขามอบแห้งที่แกะเปลือกและเมล็ดออกแล้วที่ต้นทาง ตลาดญี่ปุ่นไม่ค่อยเป็นที่นิยม ต้องหาทางแก้ไข มะขามแ干ที่เพชรบูรณ์ก็ได้ GI แล้ว
- ทูเรียนสดและแช่แข็ง: คงยังครองตลาดไปอีกหลายปีเพราะผู้บริโภครู้จักทุเรียนไทยดี
- มังคุด: มีพื้นที่ปลูกเดียวกันกับทุเรียน และมีแนวโน้มว่าผู้ปลูกโคนมมังคุดเพื่อมาปลูกทุเรียนแทนอย่างต่อเนื่องทำให้ผลผลิตมังคุดลดน้อยลง ภาครัฐควรมีนโยบายรักษาพื้นที่ปลูกมังคุดและมีมาตรการแก้ไขปัญหาที่ชัดเจน
- องุ่น: ไทยส่งออกองุ่นแห้งไปจีนเป็นหลัก มีทั้งนำเข้าและปลูกเองในไทย แหล่งปลูกใหญ่อยู่แถบสุโขทัย ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชสูง อุซเบกิสถานต้องการเจรจาเปิดตลาดองุ่นกับไทย และองุ่นไม่ใช่ผลไม้ดั้งเดิมของเขตร้อนจึงเป็นผลไม้ที่ขยายตลาดการส่งออกได้ยาก

(2) การพัฒนาคุณภาพเพื่อสนับสนุนการขยายตลาด

- ในการส่งออก คุณภาพของผลไม้เป็นสิ่งสำคัญ หากคุณภาพดี ก็สามารถเข้าสู่ตลาดได้โดยไม่มีปัญหาอุปสรรค และจะเพิ่มคุณค่าของผลไม้จากประเทศไทย ทำให้ผู้บริโภคประทับใจและเจาะจงที่จะซื้อผลไม้จากประเทศไทย จะช่วยในด้านการขยายตลาดได้ หากมีผลไม้คุณภาพดีจำนวนมาก ผู้ส่งออกย่อมหาตลาดได้ง่าย
- การแก้ไขปัญหาเรื่องโรคในผลไม้: ที่ผ่านมา เกษตรกรและผู้ส่งออกต่างก็แก้ปัญหากันเอง แต่ในหลายกรณีอาจแก้ไขไม่ถูกต้อง ขาดระบบสนับสนุน

หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบควรให้การสนับสนุนทั้งเชิงองค์ความรู้ทางวิชาการ เครื่องจักรเครื่องมือ และเชิงระบบ

- โรคในมะม่วง: หลายประเทศ โดยเฉพาะญี่ปุ่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ให้นำเข้ามะม่วงน้ำดอกไม้ที่ผ่านการอบน้ำได้ มะม่วงน้ำดอกไม้สีทองมีความโดดเด่นในการส่งออกเพราะเนื้อไม่มีเสี้ยน มีกลิ่นและรสชาติที่ตลาดต้องการ แต่จำเป็นต้องมีการพัฒนาและวิจัยเพื่อแก้ปัญหา Anthracnose เนื้อในมีโพรงดำ และปัญหาต่อมน้ำมัน
- การตรวจสอบคุณภาพทุเรียน: ผู้นำเข้าในต่างประเทศให้ความสนใจตรวจสอบขั้นตอนการผลิตในสวน รวมทั้งการใช้ปุ๋ย การใช้สารเคมีรักษาโรคพืช และในขั้นตอนก่อนขนทุเรียนขึ้นตู้คอนเทนเนอร์เพื่อส่งออก ผู้ส่งออกซึ่งส่วนใหญ่คือล้งชาวจีนจะซบสารป้องกันเชื้อราแต่ละผล แต่ปัญหาคือ ผู้ส่งออกแต่ละรายใช้สารป้องกันเชื้อราที่มีส่วนประกอบแตกต่างกันและไม่ได้มาตรฐาน บางประเทศพบว่ามีการตกค้าง บังคับให้ทำ treatment เพื่อแก้ไขด้วยวิธีการที่มีต้นทุนสูงมาก ควรจะได้มีการแนะนำสารที่มีสูตรของส่วนผสมที่เหมาะสม มีมาตรฐาน

- มังคุดเนื้อแก้ว-ยางไหล: ควรมีการพัฒนาเครื่องมือเพื่อตรวจให้พบมังคุดเนื้อแก้ว-ยางไหลตั้งแต่ที่สถานที่รับซื้อ (ล้ง)
- ขาดองค์ความรู้เรื่องการควบคุมอุณหภูมิในตู้คอนเทนเนอร์เพื่อยืดอายุและรักษาคุณภาพผลไม้ระหว่างการขนส่งที่ถูกต้องชัดเจน

(3) การขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของการแข่งขันในการส่งออกผลไม้

- การขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของเงื่อนไขการส่งออกผลไม้ซึ่งเป็นสินค้าเน่าเสียง่าย (perishable crops) หากระยะเวลาการขนส่งนานจะส่งผลให้ผลไม้เสียหายหรือระยะเวลาการวางในตลาดสั้น ปัจจัยอื่นนับว่าเป็นรอง
- ผลไม้สดที่ไทยส่งออกยังคงมุ่งสู่ตลาดในเอเชียเพราะระยะเวลาในการขนส่งสั้น หากส่งทางไกลผู้ส่งออกจะเสี่ยงสูง ภาครัฐควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่จะช่วยให้มีการรักษาสภาพความสดของผลไม้ให้นานในระหว่างขนส่งเพื่อการส่งออกไปประเทศที่ไกลมากขึ้น และผลไม้ที่มีการแปรรูปเบื้องต้นหรือผลไม้ที่มีการเก็บรักษาเพื่อไม่ให้เน่าเสีย เช่น แช่เย็นจนแข็ง
- ทางเลือกในการขนส่งผลไม้สดมีทางเรือ ทางรถ ทางรถไฟ และทางเครื่องบินเป็นทางเลือกสุดท้ายเพราะต้นทุนสูง การขนส่งไปประเทศเพื่อนบ้านและจีนผู้ส่งออกจะเลือกการขนส่งทางรถบรรทุกเพราะคาดหมายเวลาได้แม่นยำและสะดวก การขนส่งทุเรียนไปจีนเริ่มใช้รถไฟแต่ยังมีความไม่สะดวกและค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนหัวลากยังสูง รอบการเปลี่ยนตู้ขนส่งแต่ละรอบช้า การขนส่งด้วยรถไฟไปจีนยังเป็นเรื่องใหม่ การส่งไปแผ่นดินใหญ่ทางเรือจึงยังคงเป็นทางเลือกสำคัญ
- การขนส่งผลไม้ทางรถบรรทุกไปมณฑลยูนนานของจีนผ่านบ่อเต็นมี 2 ทางคือด่านเชียงของบ่อหานหรือหนองคายผ่านเวียงจันทน์ไปบ่อหาน ส่วนทางรถไฟคือหนองคาย-เวียงจันทน์-บ่อหาน
- ประเด็นทางด้านโลจิสติกส์ที่อาจขยายตลาดในจีนได้คือการเจรจาให้จีนยอมรับการขนส่งผลไม้โดยเฉพาะทุเรียน เข้าสู่จีนได้โดยไม่จำเป็นต้องขนมา

ด้วยตู้คอนเทนเนอร์ เพื่อให้ผู้ค้าส่งรายย่อยของเงินสามารถรับสินค้าที่สถานีขนถ่ายสินค้าตามชายแดนเงินกับประเทศเพื่อนบ้าน ทูเรียนจะถึงมือผู้บริโภคได้เร็วขึ้น

- สำหรับผลไม้ที่สามารถจำหน่ายในราคาสูงและยังเป็นที่นิยม เช่น มะม่วงน้ำดอกไม้ในญี่ปุ่นและสาธารณรัฐเกาหลี ผู้ส่งออกจะส่งออกทางเครื่องบิน
- การเจรจาเปิดตลาดและต่อรองเงื่อนไขการนำเข้าเพื่อขยาย แลกเปลี่ยน และปกป้องตลาด
- ภาครัฐควรเจรจาลดอุปสรรคการค้า โดยมีบางประเทศยังคงเก็บภาษีศุลกากรจากการนำเข้าผลไม้จากไทยแต่ได้ยกเว้นภาษีศุลกากรกับผลไม้ชนิด

เดียวกันที่นำเข้าจากประเทศอื่น เช่น สาธารณรัฐเกาหลีเก็บภาษีการนำเข้ามะม่วงจากไทยร้อยละ 24¹⁸ แต่ยกเว้นภาษีสำหรับมะม่วงที่มาจากเปรู อินเดีย เม็กซิโก

■ บางประเทศ ควรเจรจาแบบแลกเปลี่ยนรายการสินค้า เช่น อุซเบกิสถาน ต้องการเจรจาเปิดตลาดกับไทย เพราะต้องการนำเข้าผลไม้จากไทยแต่ในขณะเดียวกันก็อยากจะทำให้ไทยเปิดตลาดให้มีการนำเข้าผลไม้จากอุซเบกิสถาน เช่น องุ่น เป็นการตอบแทนด้วย ซึ่งการเจรจาเปิดตลาดผลไม้ก็ต้องเชื่อมโยงกับการเจรจาทางด้านกักกันพืชและสุขอนามัยด้วย

■ ในการขนส่งผลไม้ทางบกซึ่งต้องผ่านประเทศอื่นก่อนถึงประเทศเป้าหมาย มีความเป็นไปได้ที่จะมีการลักลอบนำผลไม้จากประเทศอื่นมาสวมสิทธิ์ว่าเป็นผลไม้จากไทย ภาครัฐควรเตรียมกลไกเพื่อปกป้องตลาด

■ การขนส่งทางบกที่ต้องผ่านสถานีขนส่งในหลายประเทศทำให้เพิ่มขึ้นขั้นตอนการขนส่ง ภาครัฐอาจริเริ่มขอเจรจาเพื่อกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ที่ต้องขนส่งผ่านก็จะลดขั้นตอนในการนำเข้าได้ ลดต้นทุนลดลง และการเสียค่าธรรมเนียมอาจลดลงได้เช่นกัน

■ ภาครัฐควรต้องทราบและติดตามความเคลื่อนไหวในข้อกำหนดหรือกฎระเบียบของประเทศนำเข้า รวมทั้งกฎระเบียบเกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานเพื่อจะได้แจ้งให้ผู้ส่งออกไทยทราบและปฏิบัติตาม หรือใช้ข้อมูลนั้นเพื่อใช้ในการเจรจาเปิดตลาดหากเห็นว่ากฎระเบียบนั้นเป็นอุปสรรคการค้าผลไม้ไทย

(4) ใช้เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อรักษาคุณภาพของผลไม้

- ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้รับซื้อ/รวบรวมผลผลิตปรับปรุงขั้นตอนปฏิบัติในขบวนการหลังการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้อง เช่น
 - การป้องกันโรคในผลไม้ เช่น โรค Anthracnose ด้วยวิธี Hot Dip หรือ การป้องกันเชื้อราด้วยสารเคมีที่กำหนดเป็นมาตรฐาน เป็นต้น
 - การควบคุมและรักษาอุณหภูมิเพื่อยืดอายุหลังการเก็บเกี่ยวในช่วงหลังการเก็บเกี่ยวและตลอดการขนส่ง เช่น การทำ Pre-cooling หลังการเก็บเกี่ยวทันที และการควบคุมอุณหภูมิในการเก็บรักษาและการขนส่ง (Cold Chain Management)

¹⁸ ในปัจจุบันเกาหลีได้มีการเก็บภาษี มะม่วงสด (08045020 001) มังคุดสด (08045030 000, 08045030 001, 08045030 501) และมังคุดแช่เย็นจนแข็ง (08119000 004, 08119000 501) ในอัตราร้อยละ 24 ภายใต้ AKFTA ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้บรรจุในแผนการบริหารจัดการผลไม้ ปี 2567 ในมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพทางการค้า โดยมอบหมายให้กรมเจรจาการค้าเปิดการเจรจาลดภาษีของสินค้าผลไม้ดังกล่าว

○ การใช้สารเคมีและเทคโนโลยีในการควบคุม ป้องกัน และกำจัดแมลงตามมาตรฐานของประเทศปลายทาง

(5) การแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านต้องติดตามและเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด

- หลายประเทศในอินโดจีนกำลังจะเป็นคู่แข่งสำคัญในการส่งออกผลไม้ไปตลาดโลก
- เมียนมาร์ได้นำเข้ามะพร้าว น้ำหอมหลายแสนตันเพื่อปลูกเก็บผลส่งออก และนำเข้าต้นกล้าลำไยไปปลูกนับล้านต้นเช่นกัน
- การส่งออกทุเรียนไปจีนจะต้องพบกับการแข่งขัน เพราะเวียดนาม มาเลเซีย เกาหลีต่างก็ปลูกทุเรียนแล้วเช่นกัน

○ มีสัญญาณว่าจะมีทุเรียนจากประเทศอื่นเข้าแข่งขันสูงขึ้นในตลาดจีนในช่วงเวลาอันใกล้

(6) พัฒนาสายพันธุ์เพื่อการส่งออกเพิ่มเติม

- ควรมีการพัฒนาหรือคัดเลือกสายพันธุ์ผลไม้ที่แข่งขันได้เพิ่มเติม

(7) การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายต้องเน้นคุณภาพที่โดดเด่น

- ในด้านทุเรียน ตลาดจีนเป็นตลาดที่จะมีการแข่งขันสูงขึ้นในอนาคตเพราะประเทศต่างๆ เริ่มส่งทุเรียนไปจีนมากขึ้น แต่สิ่งที่ไทยควรทำคือทำให้ทุเรียนไทยเป็นทุเรียน premium มีคุณภาพสูงโดยไม่กระทบราคา ก็จะทำให้ทุเรียนไทยอยู่ในฐานะที่จะแข่งขันได้
- ในการส่งเสริมการขายเพื่อขยายตลาด ควรใช้กลยุทธ์การตลาดที่จะทำให้ผู้บริโภคฝังใจว่าผลไม้ไทยมีคุณภาพสูง ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคต้องการซื้อผลไม้ที่มีคุณภาพ ก็จะนึกถึงผลไม้ไทยทันที

(8) ระบบการบริหารจัดการผลไม้เพื่อมุ่งเน้นการขยายตลาดส่งออก

- ผลไม้ของแต่ละประเทศแม้ชนิดเดียวกันก็ออกสู่ตลาดในเวลาต่างกันตามฤดูกาลของแต่ละประเทศ ผู้ส่งออกควรได้ทราบข้อมูลในเรื่องนี้เพื่อการบริหารการแข่งขัน แม้ในประเทศไทยเอง ปริมาณผลผลิตผลไม้แต่ละชนิดในแต่ละพื้นที่ก็ยังเป็นข้อมูลที่หายาก ไม่มีการรวบรวมและเปิดเผยข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในทางการค้า ควรมีการบริหารจัดการเรื่องข้อมูลเหล่านี้เพื่อให้ผู้ส่งออกมุ่งหาตลาดได้อย่างมั่นใจ และแก้ปัญหาผลไม้ภายในล้นตลาดจนราคาตกได้เช่นกัน
- บางประเทศให้สิทธิประโยชน์แก่ไทยปีต่อปี เช่น ญี่ปุ่นในปีนีให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรให้แก่การนำเข้ากล้วยและสับปะรดจากไทยจำนวน 300 ตัน แต่ยังไม่มีการส่งออกมายื่นขอใช้สิทธิจากกรมการค้าต่างประเทศ จึงควรต้องพัฒนาระบบการเผยแพร่ข้อมูลให้สัมฤทธิ์ผล

ภาคผนวก ค สรุปปัญหาอุปสรรค ในกระบวนการผลิต การตลาด และ Logistic ของผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด

ภาคผนวก ค 1 - 1 ปัญหาอุปสรรคในขั้นตอนการปลูกของผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด

ปลูก ทเรียน	ปลูก ลำไย	ปลูก มังคุด	ปลูก มะม่วง	ปลูก ส้มโอ
การจัดการพื้นที่เพาะปลูก มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นทำให้มีการเพาะปลูกในพื้นที่ไม่เหมาะสม ต้นทุนสูงขึ้น	เกษตรกรบางรายไม่ต้องการขอใบรับรอง GAP เนื่องจากพื้นที่ปลูกบางแห่งอยู่บนภูเขาและอยู่ในเขตป่าสงวน	เกษตรกรบางรายไม่ต้องการขอใบรับรอง GAP เนื่องจากพื้นที่ปลูกบางแห่งอยู่บนภูเขาและอยู่ในเขตป่าสงวน	เกษตรกรบางรายไม่ต้องการขอใบรับรอง GAP เนื่องจากพื้นที่ปลูกบางแห่งอยู่บนภูเขาและอยู่ในเขตป่าสงวน	เกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่ยังไม่ขึ้นทะเบียน GAP
บุคลากรที่ทำหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐาน GAP ของภาครัฐไม่เพียงพอ ขาดความเชี่ยวชาญ และใช้เวลาารับการบริการนาน		เกษตรกรไม่เห็นความสำคัญของการขึ้นทะเบียน GAP เนื่องจากอย่างไรก็มีผู้รับซื้อแม้ไม่มีใบรับรอง	เกษตรกรไม่เห็นความสำคัญของการขึ้นทะเบียน GAP เนื่องจากอย่างไรก็มีผู้รับซื้อแม้ไม่มีใบรับรอง	
ความรู้ของเกษตรกร เกี่ยวกับการสารเคมี	เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ ความสามารถ ในการจัดทำเอกสารประกอบการขอขึ้นทะเบียน GAP และไม่สามารถดำเนินการขอขึ้นได้ด้วยตัวเอง ผู้ประกอบการรับซื้อ (สั่ง) ต้องเป็นผู้ดำเนินการให้		จำนวนบุคลากรของรัฐผู้ทำหน้าที่ตรวจแปลงไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในช่วงที่มีผลผลิต ผลผลิตบางอย่างก็มีอายุสั้นทำให้เจ้าหน้าที่มาตรวจไม่ทัน ปัจจุบันมีการตรวจรับรองโดยหน่วยงานเอกชนแต่มีค่าใช้จ่ายสูง ส่งผลให้เกษตรกรรายย่อยไม่สามารถจ่ายค่าตรวจแปลงได้	
พึ่งพาแรงงานคน ในหลายขั้นตอน	บุคลากรที่ทำหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐาน GAP ของภาครัฐไม่เพียงพอ ขาดความเชี่ยวชาญ และใช้เวลาารับการบริการนาน			
การตรวจรับรองโดยภาคเอกชนมีค่าใช้จ่ายสูง	เกษตรกรบางรายที่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกอยู่ในเกณฑ์ที่ต้องตรวจรับรองโดยหน่วยตรวจเอกชนส่วนใหญ่ไม่ขอใบรับรอง GAP เนื่องจากต้อง			
หน่วยตรวจรับรองมาตรฐาน GAP ของหน่วยงานราชการที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ	การตรวจรับรองโดยภาคเอกชนมีค่าใช้จ่ายสูง			
เกษตรกรยังไม่เข้าใจกระบวนการและ				
ความสำคัญของการบันทึกรายละเอียดในเอกสาร				

<u>ปลูก มะพร้าว</u>	<u>ปลูก ขนุน</u>	<u>ปลูก มะขาม</u>	<u>ปลูก สับปะรด</u>	<u>ปลูก หนาม</u>
เกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวส่วนใหญ่ ยังไม่เห็น ความสำคัญของการขึ้นทะเบียน GAP เนื่องจากมีผู้มา รับซื้อจากสวนรับซื้อทั้งหมดเพื่อมาส่งล้ง	ขาดแคลนแหล่งน้ำ	เกษตรกรบางรายไม่ต้องการขอใบรับรอง GAP เนื่องจากพื้นที่ปลูกบางแห่งอยู่บนภูเขาและอยู่ในเขต ป่าสงวน	แรงงานที่ใช้ในการปลูกสับปะรดส่วนใหญ่ เป็นแรงงานต่างชาติ	พื้นที่ปลูกบางแห่งอยู่บนภูเขาและปลูก ตามหัวไร่ปลายนา
		เกษตรกรไม่เห็นความสำคัญของการขึ้นทะเบียน GAP เนื่องจากอย่างไรก็มีผู้รับซื้อแม้ไม่มีใบรับรอง	พื้นที่ปลูกส่วนใหญ่ปลูกบนพื้นที่สูง จึงไม่มี การขอ GAP	เกษตรกรไม่เห็นความสำคัญของการ ขึ้นทะเบียน GAP เนื่องจากอย่างไรก็มี ผู้รับซื้อแม้ไม่มีใบรับรอง
			เกษตรกรผู้ปลูกเป็นส่วนใหญ่เป็นแรงงาน ต่างชาติ ไม่มีความรู้เรื่องการขึ้นทะเบียน GAP และยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญ	
			เกษตรกรบางรายไม่ต้องการขอใบรับรอง GAP เนื่องจากพื้นที่ปลูกบางแห่งอยู่บน ภูเขาและอยู่ในเขตป่าสงวน	
			เกษตรกรไม่เห็นความสำคัญของการขึ้น ทะเบียน GAP เนื่องจากอย่างไรก็มีผู้รับซื้อ แม้ไม่มีใบรับรอง	

ภาคผนวก ค 1 - 2 ปัญหาอุปสรรคในขั้นตอนการบำรุงรักษาของผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด

บำรุงรักษา หวาน	บำรุงรักษา ลำไย	บำรุงรักษา มังคุด	บำรุงรักษา มะม่วง	บำรุงรักษา ส้มโอ
ปัญหาการแพร่ระบาดของแมลงศัตรูพืชที่มีความรุนแรงมากขึ้น จากภาวะโลกร้อน	ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคและแมลงศัตรูพืช ศัตรูพืชที่สำคัญคือหอนเจาะ เพลี้ยแป้ง และโรคราดำ ที่มีความรุนแรงมากขึ้น จากภาวะโลกร้อน	ขาดแคลนแรงงานในการตัดแต่งกิ่ง เนื่องจากมังคุด ส่วนใหญ่ออกลูกที่ปลายกิ่ง การใช้แรงงานคนตีคว่ำและ รวดเร็วกว่า แต่มีอันตรายมากกว่า	แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างชาติ เกษตรต้องแบกรับต้นทุนค่าจ้าง แรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น	อากาศร้อนมากกว่าปกติจะทำให้เชื้อไฟโรคระบาดมากขึ้น ก็ต้องฉีดยา/สารเคมีบ่อยขึ้น เช่น จากปกติเดิมฉีด สัปดาห์ละครั้ง ต้องปรับเปลี่ยนมาฉีดสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง ทำให้เกษตรกรต้องแบกรับต้นทุนมากขึ้น
แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน ใกล้เคียง เกษตรต้องแบกรับต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น	เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการใช้สารเคมีที่ ถูกต้อง เกษตรกรได้รับคำแนะนำจากผู้แทนของบริษัท เคมีเกษตร ซึ่งอาจไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการและไม่ คำนึงถึงสารตกค้างหลังเก็บเกี่ยว ที่สำคัญคือมีพ่อค้า ชาวจีนลักลอบนำเข้ายาปราบศัตรูพืชที่ภาครัฐห้ามใช้ เข้ามาในประเทศและส่งเสริมในเกษตรกรที่ใช้	น้ำในการเพาะปลูกส่วนใหญ่อาศัยแหล่งน้ำธรรมชาติ อาทิ แม่น้ำ น้ำจากภูเขา อ่างเก็บน้ำธรรมชาติ สระเก็บ น้ำของตนและน้ำบาดาล เกษตรกรต้องใช้เครื่องสูบน้ำ เข้าสวนผ่านทางระบบท่อว่า ที่ต้องซ่อมแซมอยู่ บ่อยครั้ง และเครื่องสูบน้ำที่ใช้มีทั้งแบบใช้ไฟฟ้าและ น้ำมันเชื้อเพลิง เกษตรกรต้องแบกรับต้นทุนสูงขึ้น เนื่องจากทั้งไฟฟ้าและน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาเพิ่มขึ้น	เกษตรกรขาดความรู้เรื่องการใช้ สารเคมีทางการเกษตรและยาปราบ ศัตรูพืชที่ถูกต้อง	เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการใช้สารเคมีที่ ถูกต้อง เกษตรกรได้รับคำแนะนำจากผู้แทนของบริษัท เคมีเกษตร ซึ่งอาจไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการและไม่ คำนึงถึงสารตกค้างหลังเก็บเกี่ยว ที่สำคัญคือมีพ่อค้า ชาวจีนลักลอบนำเข้ายาปราบศัตรูพืชที่ภาครัฐห้ามใช้ เข้ามาในประเทศและส่งเสริมในเกษตรกรที่ใช้
เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการใช้สารเคมีที่ ถูกต้อง เกษตรกรได้รับคำแนะนำจากผู้แทนของ บริษัทเคมีเกษตร ซึ่งอาจไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ และไม่นับถึงสารตกค้างหลังเก็บเกี่ยว ที่สำคัญคือ มีพ่อค้าชาวจีนลักลอบนำเข้ายาปราบศัตรูพืชที่ ภาครัฐห้ามใช้เข้ามาในประเทศและส่งเสริมใน เกษตรกรที่ใช้	แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างชาติ เกษตรต้องแบกรับต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น	เคมีเกษตรและยากำจัดศัตรูพืช มีความสำคัญต่อการ ป้องกันและแก้ปัญหาโรคพืช กำจัดวัชพืช หนอน แมลงศัตรูพืช การพ่นสารเคมี ให้ยาและให้ปุ๋ยในสวน ปัจจุบันยังใช้แรงงานคน สารเคมีที่มีอันตรายกับคนพ่น น้อยที่สุด มีราคาสูง เกษตรกรต้องแบกรับต้นทุนเพิ่มขึ้น		
ไม่มีเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ที่เหมาะสม เช่น เครื่องตัดหญ้า เครื่องฉีดพ่นสารเคมี รถขนส่งผลผลิต ที่มีน้ำหนักเบา ไม่สร้างความเสียหายต่อรากพืช		แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างชาติ เกษตรต้องแบกรับต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น		
		เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการใช้สารเคมีที่ ถูกต้อง เกษตรกรได้รับคำแนะนำจากผู้แทนของบริษัท เคมีเกษตร ซึ่งอาจไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการและไม่ คำนึงถึงสารตกค้างหลังเก็บเกี่ยว ที่สำคัญคือมีพ่อค้า ชาวจีนลักลอบนำเข้ายาปราบศัตรูพืชที่ภาครัฐห้ามใช้ เข้ามาในประเทศและส่งเสริมในเกษตรกรที่ใช้		

<u>บำรุงรักษา มะพร้าว</u>	<u>บำรุงรักษา ขนุน</u>	<u>บำรุงรักษา มะขาม</u>	<u>บำรุงรักษา สับปะรด</u>	<u>บำรุงรักษา หนาม</u>
แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานต่างชาติ เกษตรต้องแบกรับต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น	สภาวะอากาศมีผลกระทบต่อการออกดอกและผล ความแห้งแล้งที่ทั้งช่วงเป็นเวลานานทำให้ขนุนไม่ออกดอก เกษตรกรมีต้นทุนในการจัดหาน้ำและอุปกรณ์ให้น้ำเพิ่มสูงขึ้น	จำเป็นต้องฉีดฮอร์โมนและให้ปุ๋ยเมื่อมะขามเริ่มออกฝักและต้องฉีดยาฆ่าแมลงต่อไปเรื่อยๆ จนมะขามเริ่มมีฝักใหญ่ เกษตรกรต้องแบกรับต้นทุนเคมีเกษตร ฮอร์โมนและปุ๋ย สูง		
	เกษตรกรขาดความรู้ในปฏิบัติดูแลสวนขนุนและการปรับปรุงพันธุ์ขนุนตามแนวทางวิชาการ			

ภาคผนวก ค 1 - 3 ปัญหาอุปสรรคในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวของผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด

<u>เก็บเกี่ยว ทุเรียน</u>	<u>เก็บเกี่ยว ลำไย</u>	<u>เก็บเกี่ยว มังคุด</u>	<u>เก็บเกี่ยว มะม่วง</u>	<u>เก็บเกี่ยว ส้มโอ</u>
ขาดแคลนแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในการจำแนกความอ่อนแก่ ของทุเรียน โดยเฉพาะช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิต	ขาดแคลนแรงงานในขั้นตอนการเก็บเกี่ยว จำเป็นต้องพึ่งพาแรงงานต่างชาติ อาทิ ไทใหญ่ เมียนมาร์ และเขมร เป็นต้น	พึ่งพาแรงงานคน ขั้นตอนการเก็บเกี่ยว ที่ต้องใช้คนในการจำแนกสีของผลมังคุด การปิ่นต้นมังคุด ในขั้นตอนดังกล่าวมีอันตรายในการทำงาน		การตัดส้มโอ จะต้องใช้ผู้ที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการตรวจดูความอ่อนแก่ของส้มโอ ปัจจุบันแรงงานที่มีอยู่ไม่มีความชำนาญเพียงพอ
ปัญหาการขนส่งภายในสวน เนื่องจากไม่มีรถบรรทุกน้ำหนักเบา และบางพื้นที่เป็นพื้นที่สูง ลาดชัน ตามภูเขา		แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานประเทศเพื่อนบ้าน เกษตรต้องแบกรับต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูง โดยเฉพาะค่าแรงงานในขั้นตอนการเก็บเกี่ยว โดยเฉพาะช่วงฤดูเก็บเกี่ยวที่มีความต้องการแรงงานประเภนี้สูงมาก		ขาดแคลนแรงงานตัดส้มโอ แม้ว่าจะใช้แรงงานในพื้นที่แต่ด้วยจำนวนพื้นที่เพาะปลูกที่มีมากและผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อม ๆ กัน ทำให้บางครั้งต้องรอแรงงาน ทำให้ได้ผลผลิตไม่ทันตามที่พ่อค้าชาวเงินต้องการ
ขาดอุปกรณ์ในการตรวจวัดความอ่อนเปอร์เซ็นต์แป้ง ความหวาน		การเก็บมังคุดที่ปัจจุบันต้องใช้แรงงานคนในการเก็บเท่านั้น ไม่มีเครื่องจักรกลที่สามารถนำมาใช้ทดแทนแรงงานคนในขั้นตอนนี้		

<u>เก็บเกี่ยว มะพร้าว</u>	<u>เก็บเกี่ยว ขนุน</u>	<u>เก็บเกี่ยว มะขาม</u>	<u>เก็บเกี่ยว สับปะรด</u>	<u>เก็บเกี่ยว หนาก</u>
ขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญในการตัดและคัดเลือกมะพร้าวว่ามะพร้าวนั้นตัดได้หรือไม่ มีอัตราการผิดพลาด เช่น ตัดอ่อน เนื้อบาง ตัดไม่หมดจนเหลือเป็นมะพร้าวแก่ เพียงเล็กน้อย	ขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวที่มีความชำนาญในการดูความสุกแก่ของขนุน	การเก็บผลผลิตต้องใช้แรงงานปีนบันไดขึ้นไปตัดฝักลงมาเป็นพวง ค่าแรงประมาณ กก.ละ 10-15 บาท		ปัจจุบันยังไม่มีอุปกรณ์ในการเก็บผลผลิตหนาก
	พึ่งพาแรงงานคน	พึ่งพาแรงงานที่มีความชำนาญในการคัดเกรดและกรีดยะขาม		การเก็บผลผลิตหนาก ซึ่งยังต้องอาศัยแรงงานที่มีความชำนาญการปีน ขึ้นต้นไม้หนาก พร้อมทั้งมีความชำนาญที่สามารถดูความอ่อนแก่ ของหนากได้ด้วย เพราะต้องเก็บผลผลิตตามกลุ่มความต้องการของตลาด เช่น หนากอ่อน หนากสด (หนากเขียว) และหนากสุก (หนากแก่)
	ขาดเทคโนโลยีในการช่วยขนย้ายผลผลิตออกนอกพื้นที่	ขาดแคลนแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในการเก็บเกี่ยวมะขาม โดยดูสีเปลือกและเสียงเคาะเปลือกว่ามะขามสุกหรือไม่		

ภาคผนวก ค 1 - 4 ปัญหาอุปสรรคในขั้นตอนโรงคัดแยกของผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด

โรงคัดแยก ทุเรียน	โรงคัดแยก ลำไย	โรงคัดแยก มังคุด	โรงคัดแยก มะม่วง	โรงคัดแยก ส้มโอ
ขาดเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ในการคัดแยกเกรด	ตรวจพบสารเคมีตกค้าง ประเภทยาฆ่าแมลงในลำไยสด	ตรวจพบสารเคมีประเภทยาฆ่าแมลงตกค้างในผลมังคุดสด โดยเฉพาะ Chlorpyrifos ซึ่งเป็นยาฆ่าแมลงที่ประเทศไทยห้ามมิให้นำมาใช้แล้วตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563	ตรวจพบสารเคมีประเภท Chlorpyrifos/Chlorpyrifos-methyl ตกค้างในมะม่วงที่ส่งไปยังประเทศมาเลเซีย สารเคมี Cypermethrin ซึ่งเป็นสารกำจัดแมลงตกค้าง ในมะม่วงสด (แช่แข็ง) ส่งไปยังประเทศญี่ปุ่น	การส่งออกส้มโอไปยังประเทศจีน ส่วนมากผ่านล้งที่เป็นของชาวจีน การตรวจคุณภาพมาตรฐาน ข้อกำหนดต่างๆ จึงยังไม่เข้มงวดมากนัก
การสวมสิทธิ์ GAP ในกรณีที่ได้รับซื้อจากสวนที่ไม่มี GAP	ในปัจจุบัน เกษตรกรที่นำลำไยมาขายให้โรงคัดแยกไม่ได้มี GAP ทุกราย แต่ก็แจ้งว่ามาจากแปลงเกษตรที่มีมาตรฐาน GAP เพื่อให้ขายได้ทำให้เกิดการสวมสิทธิ์	ปัญหาการใช้กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ไม่แข็งแรงและเหมาะสม ทำให้ไม่สามารถรักษาคุณภาพของมังคุดได้จนถึงมือผู้บริโภค	การส่งออกมะม่วงส่วนใหญ่ทำโดยบริษัทส่งออกขนาดใหญ่ เข้าไปทำ contract farming กับเกษตรกร ราคาซื้อและคุณภาพผลผลิตกำหนดโดยผู้ส่งออก เกษตรกรขาดอำนาจในการต่อรอง	ตรวจรับรองมาตรฐาน GMP โดยต่ออายุครั้งละ 2 ปี มีค่าใช้จ่ายครั้งละ 2 หมื่นบาท โดยหน่วยตรวจรับรอง ทำในครั้งแรกเท่านั้น ไม่มีการตรวจติดตามหลังจากได้รับใบรับรองไปแล้ว ทำให้กระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง
ตรวจพบสารเคมีตกค้าง จากการที่เกษตรกรขาดความรู้ในการใช้สารเคมี ชนิดของสารเคมีและระยะเวลาการห้ามใช้สารเคมีก่อนการเก็บเกี่ยว ที่ถูกต้องตรงกับข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้า	ใบรับรองสุขอนามัยพืช รับรองโดยไม่ได้สุ่มตรวจ ไม่มีเจ้าหน้าที่เข้ามาควบคุม ตรวจสอบในขั้นตอนการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์ให้เป็นไปตามเกณฑ์	การตรวจรับรองมาตรฐานกระบวนการผลิต Good Manufacturing Practices หรือ GMP/GHP และ HACCP โดยหน่วยตรวจรับรอง ทำในครั้งแรกเท่านั้น ไม่มีการตรวจติดตามหลังจากได้รับใบรับรองไปแล้ว ทำให้กระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง		ล้งส่วนใหญ่เป็นล้งจีนมีอำนาจในการกำหนดราคาซื้อ

<u>โรงคัดแยก ทุเรียน</u>	<u>โรงคัดแยก ลำไย</u>	<u>โรงคัดแยก มังคุด</u>	<u>โรงคัดแยก มะม่วง</u>	<u>โรงคัดแยก ส้มโอ</u>
การไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน ทำให้ขาดการตรวจสอบย้อนกลับ	การไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน ทำให้ขาดการตรวจสอบย้อนกลับ	ธุรกิจโรงคัดบรรจุและส่งออกเกือบทั้งหมดถูกผูกขาดโดยผู้ประกอบการจีน		สิ่งส่วนใหญ่เป็นของนายทุนชาวจีน สิ่งที่เป็นของคนไทยมีจำนวนน้อยและไม่สามารถแข่งขันกับสิ่งชาวจีนได้เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนน้อยกว่า และประสบการณ์ด้านการค้าต่างประเทศที่น้อยกว่า
กิจการรับซื้อและส่งออกเกือบทั้งหมดเป็นของต่างชาติ จึงไม่ให้ความสำคัญกับผลกระทบระยะยาวที่จะเกิดขึ้นกับประเทศ ในกรณีที่ถูกปฏิเสธจากประเทศนำเข้า	ธุรกิจโรงคัดบรรจุและส่งออกเกือบทั้งหมดถูกผูกขาดโดยผู้ประกอบการจีน	สิ่งเป็นคนกำหนดราคาและกำหนดคุณภาพ เกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรองทั้งในเรื่องราคาและคุณภาพ		เกษตรกรต้องเผชิญปัญหาการกดดันด้านการตลาดและราคา สิ่งเป็นผู้กำหนดความหวานและขนาดของส้มโอที่จะส่งออก
การตรวจรับรองมาตรฐานกระบวนการผลิต Good Manufacturing Practices หรือ GMP/GHP และ HACCP โดยหน่วยตรวจรับรองทำในครั้งแรกเท่านั้น ไม่มีการตรวจติดตามหลังจากได้รับใบรับรองไปแล้ว ทำให้กระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง	การตรวจรับรองมาตรฐานกระบวนการผลิต Good Manufacturing Practices หรือ GMP/GHP และ HACCP โดยหน่วยตรวจรับรองทำในครั้งแรกเท่านั้น ไม่มีการตรวจติดตามหลังจากได้รับใบรับรองไปแล้ว ทำให้กระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง	การไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน ทำให้ขาดการตรวจสอบย้อนกลับ		การไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน ทำให้ขาดการตรวจสอบย้อนกลับ
ขาดความเข้มงวดในการตรวจสอบตามข้อกำหนดตามมาตรฐาน ทำให้สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานถูกส่งออกไปยังปลายทาง	ขาดความเข้มงวดในการตรวจสอบตามข้อกำหนดตามมาตรฐาน ทำให้สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานถูกส่งออกไปยังปลายทาง	ขาดความเข้มงวดในการตรวจสอบตามข้อกำหนดตามมาตรฐาน ทำให้สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานถูกส่งออกไปยังปลายทาง		ขาดความเข้มงวดในการตรวจสอบตามข้อกำหนดตามมาตรฐาน ทำให้สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานถูกส่งออกไปยังปลายทาง

<u>โรงคัดแยก เทเรียน</u>	<u>โรงคัดแยก ลำไย</u>	<u>โรงคัดแยก มังคุด</u>	<u>โรงคัดแยก มะม่วง</u>	<u>โรงคัดแยก ส้มโอ</u>
ขาดการจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ของผลผลิต (Lot no. แปลง เจ้าของ วันที่ ฯลฯ)	ขาดการจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ของผลผลิต (Lot no. แปลง เจ้าของ วันที่ ฯลฯ)			การตรวจรับรองมาตรฐานกระบวนการผลิต Good Manufacturing Practices หรือ GMP/GHP และ HACCP โดยหน่วยตรวจรับรอง ทำในครั้งแรกเท่านั้น ไม่มีการตรวจติดตามหลังจากได้รับใบรับรองไปแล้ว ทำให้กระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง
ธุรกิจโรงคัดบรรจุและส่งออกเกือบทั้งหมดถูกผูกขาดโดยผู้ประกอบการจีน ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถเข้าแข่งขันได้เนื่องจากขาดแคลนเงินทุน และขาดเครือข่ายทางธุรกิจในประเทศจีนที่เป็นตลาดใหญ่				ธุรกิจโรงคัดบรรจุและส่งออกเกือบทั้งหมดถูกผูกขาดโดยผู้ประกอบการจีน
การบรรจุไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม				

โรงคัดแยก มะพร้าว	โรงคัดแยก ขนุน	โรงคัดแยก มะขาม	โรงคัดแยก สับปะรด	โรงคัดแยก หนาม
มีการจุ่มน้ำยาผสมสารฟอกขาวในมะพร้าว star bright , Star-Fresh ในมะพร้าวเขียว	ขาดแคลนแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญในคัดเกรด ที่สามารถคัดเกรดขนุนโดยการรับรู้จากน้ำหนักขนุน สามารถบอกได้ว่าขนุนลูกนี้ดีหรือไม่ดี มีเชื้อราข้างในหรือไม่ ทั้งๆที่ไม่ได้ผ่าลูกขนุนออกมา	ปัจจุบันผู้รับซื้อ (ส่ง) ต้องการซื้อผลผลิตจากแปลงที่มี GAP เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามเจ้าหน้าที่เกษตรชี้แจงปัญหาการสวมสิทธิ์ที่ใช้ GAP เพียงใบเดียวแต่มีปริมาณผลผลิตจากหลายแปลง	ทำการตรวจรับรองมาตรฐานกระบวนการผลิต Good Manufacturing Practices หรือ GMP/GHP และ HACCP ในครั้งแรกเท่านั้น ไม่มีการตรวจติดตามหลังจากได้รับใบรับรองไปแล้ว ทำให้กระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง	การใช้ยา/สารเคมี ในขั้นตอนการกองเก็บคงคลังหมากแห้ง ที่พ่อค้ารายใหญ่รับซื้อไว้ ก่อนจะส่งให้ผู้ส่งออก โดยสารเคมีที่ใช้ เป็น โซยาไนต์ (Cyanide) เพื่อป้องกันเชื้อราในระหว่างการกองเก็บ ส่วนปริมาณและวิธีใช้ ก็ใช้ตามประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดกันมา ยังไม่เคยปรึกษาเจ้าหน้าที่ภาครัฐ หรือมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐมาให้คำแนะนำแต่อย่างใด
หากลูกค้าต้องการใบรับรอง GAP โรงงานส่งออกส่วนใหญ่จะนำไป GAP ของสวนอื่นมาสวม	การไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน ทำให้ขาดการตรวจสอบย้อนกลับ	ผู้ประกอบการส่งออกจะเป็นผู้คัดเกรดเอง และนำไปรมยาเพื่อป้องกันเชื้อราและแมลงศัตรูพืช โดยเกษตรกรไม่ทราบสูตรของยา แล้วแพ็คใส่กล่องเอง เกษตรกรจึงไม่มีส่วนร่วมในการคัดคุณภาพและมาตรฐานสำหรับการส่งออก	โรงงานแปรรูปส่วนใหญ่ไม่ได้มาตรฐาน GMP	การส่งออกหมาก ผู้ส่งออกจะเป็นผู้ดำเนินการพิธีการส่งออกทั้งหมด และผู้ส่งออกส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดเป็นชาวต่างชาติ เช่น ชาวเวียดนาม จีน อินเดีย จึงมีอำนาจในการควบคุมราคารับซื้อ รวมทั้งยังเข้าใจและรู้ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศที่ตนส่งออกมากกว่า ทำให้เกษตรกรและพ่อค้ารับซื้อตามบ้าน ที่เป็นชาวไทยโดนกดราคา
โรงงานขนาดกลางและขนาดเล็กส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP เนื่องจากโรงงานเป็นโรงงานเปิด ไม่ได้เป็นโรงงานแปรรูปที่เป็นโรงงานปิดที่ต้องควบคุมความสะอาดอย่างเข้มงวด เป็นแค่การลอกเปลือกมะพร้าวเท่านั้น ลักษณะเหมือนทำในครัวเรือน ประกอบกับผู้ซื้อไม่ได้กำหนดมาตรฐานโรงงานแต่อย่างใด	ขาดความเข้มงวดในการตรวจสอบตามข้อกำหนดตามมาตรฐาน ทำให้สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานถูกส่งออกไปยังปลายทาง	ไม่สามารถคัดเกรดให้ได้เนื่องจากขาดอุปกรณ์ในการตรวจวัดความหวาน และอุปกรณ์ตรวจเชื้อราในฝัก		

<u>โรงคัดแยก มะพร้าว</u>	<u>โรงคัดแยก ขนุน</u>	<u>โรงคัดแยก มะขาม</u>	<u>โรงคัดแยก สับปะรด</u>	<u>โรงคัดแยก หนาม</u>
สั่งจีนที่เข้ามาทำธุรกิจของไทย ปัจจุบันสั่งมะพร้าวเกือบทั้งหมดเป็นของจีน ทุนจีนเข้ามาทำโรงงาน และรวมตัวกันกำหนดราคารับซื้อ บริษัทส่งออกจีนมีอำนาจในการต่อรองราคารับซื้อสูงมาก ปัญหาสั่งจีนแย่งซื้อมะพร้าวโดยให้ราคาสูงกว่า ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสู้ราคาไม่ไหว				
บริษัทส่งออกชาวจีนมีเป็นผู้กำหนดเงื่อนไขและราคาในการรับซื้อ ทำให้เกษตรกรและโรงงานรวบรวมสินค้าของคนไทยโดนกดราคาเพราะต้องการขายสินค้าให้บริษัทจีน				
สั่งไทยส่วนใหญ่ไม่ส่งออกเองต้องพึ่งบริษัทส่งออกจีน				
ธุรกิจโรงคัดบรรจุและส่งออกเกือบทั้งหมดถูกผูกขาดโดยผู้ประกอบการจีน				
การตรวจรับรองมาตรฐานกระบวนการผลิต Good Manufacturing Practices หรือ GMP/GHP และ HACCP โดยหน่วยตรวจรับรอง ทำในครั้งแรกเท่านั้น ไม่มีการตรวจติดตามหลังจากได้รับใบรับรองไปแล้ว ทำให้กระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง				

ภาคผนวก ค 1 - 5 ปัญหาอุปสรรคในขั้นตอนกระบวนการส่งออกของผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด

กระบวนการส่งออก ทุเรียน	กระบวนการส่งออก ลำไย	กระบวนการส่งออก มังคุด	กระบวนการส่งออก มะม่วง	กระบวนการส่งออก ส้มโอ
โลจิสติกส์ ปัจจุบันเส้นทางทางการส่งออกไปยังจีนทางเรือต้องผ่านหลายขั้นตอน อาทิ ทางเรือจากแหลมฉบังผ่านเวียดนาม ชองกง กว่าจะถึงมณฑลกว่างโจว หรือเซี่ยงไฮ้ของจีน ใช้เวลาเกือบ 2 อาทิตย์ (เฉลี่ย 12-13 วัน) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลไม้ไทยหลายทั้ง มังคุด เงาะ ทุเรียน ลองกอง ขมพู แก้ว มังกร มะพร้าว มะม่วง แดงโม กัลล้วย ขนุน และน้อยหน่า ซึ่งจะเก็บได้ไม่เกิน 7 วัน	•ขาดแคลนระบบราง		โลจิสติกส์ •การส่งออกมะม่วงส่วนใหญ่ไปทางเครื่องบิน ทำให้มีปัญหาในการควบคุมอุณหภูมิให้พอเหมาะกับมะม่วง เพราะการขนส่งในแค่วันนั้น มีผลไม้หลากหลายชนิดที่ต้องการระดับอุณหภูมิแตกต่างกัน	โลจิสติกส์ •ปัญหาตู้คอนเทนเนอร์ไม่พอ ในช่วงที่ทุเรียนออกเยอะๆ
รถห้องเย็นขาดแคลน จีนกำหนดให้ใช้ตู้คอนเทนเนอร์ของจีนเท่านั้น	•เสียเปรียบด้านระยะทางเมื่อเทียบกับคู่แข่ง		การตรวจสอบตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของมะม่วงที่สนามบินสุวรรณภูมิ ต้องใช้เวลานานมาก ซึ่งเป็นผลจากการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ จึงส่งผลกระทบต่อคุณภาพมะม่วง	
ไม่มีสายการบินของไทยในการขนส่งผลไม้ และสายการบินต่างชาติไม่มีบริการขนส่งทุเรียน เนื่องจากเป็นผลไม้กลิ่นแรง	•อุปสรรคจากการอำนวยความสะดวกในการนำเข้าสินค้า		การขนส่งทางเครื่องบิน การบินไทยไม่ยอมให้เหมาลำแบบขนส่งเที่ยวเดียวเนื่องจากไม่มีสินค้าบรรทุกกลับมาในเที่ยวขากลับ สายการบินจึงคิดราคาค่าขนส่งแบบไปกลับ ซึ่งมีราคาสูง	ต้องฉายรังสีแกมมา (radiation) กับส้มโอทุกผล โดยต้องนำส้มโอไปฉายรังสีที่จังหวัดปทุมธานี ทำให้ต้องใช้เวลาและเพิ่มต้นทุนขึ้น
ส่งออกยังประสบปัญหาเรื่องตู้คอนเทนเนอร์ไม่เพียงพอโดยเฉพาะในช่วงที่ทุเรียนออกสู่ตลาดจำนวนมาก	•การขนส่งในปัจจุบันมีต้นทุนสูง		มาตรการภาษีและไม่ใช่ภาษี ผู้ประกอบการบางรายยังไม่ทราบเรื่องการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี	
ขาดแคลนระบบราง เสียเปรียบด้านระยะทางเมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยเฉพาะเวียดนาม	•ขนส่งทางรถบรรทุกที่ต้องผ่านด่านที่ประเทศลาวหรือเวียดนามซึ่งอาจใช้เวลาโดยเฉลี่ยในช่วงที่มีการปิดด่าน		การส่งออกไปออสเตรเลียต้องผ่านการการฉายรังสี Gamma ซึ่งเครื่องใช้รังสีดังกล่าวมีอยู่ที่หน่วยงานของรัฐ ที่คลอง 5 เพียงแห่งเดียว อีกทั้งเมื่อผ่านการฉายรังสีแล้วมะม่วงอาจจะเกิดจุดดำที่ผิว ซึ่งต้องคัดออกไม่อาจส่งไปออสเตรเลียได้	
•อุปสรรคจากการอำนวยความสะดวกในการนำเข้าสินค้า				
การขนส่งในปัจจุบันมีต้นทุนสูง และใช้เวลาในการขนส่งมากกว่าประเทศเวียดนาม (คู่แข่งสำคัญ)				
ขนส่งทางรถบรรทุกที่ต้องผ่านด่านที่ประเทศลาวหรือเวียดนามซึ่งอาจใช้เวลาโดยเฉลี่ยในช่วงที่มีการปิดด่าน				

กระบวนการส่งออก มะพร้าว	กระบวนการส่งออก ขนุน	กระบวนการส่งออก มะขาม	กระบวนการส่งออก สับปะรด	กระบวนการส่งออก หนาม
ประสบปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ในช่วงฤดูกาลที่ทุเรียนออกผล			ประสบปัญหาเรื่องการขนส่งที่ที่ต้องขนส่งทางเครื่องบิน ทำให้มีต้นทุนสูง	การส่งออกไอน้ำต้องผ่านพม่า ซึ่งกำลังมีปัญหาความมั่นคงในประเทศทำให้ไม่สามารถขนส่งไปได้ มีความเสี่ยงที่สินค้าจะได้รับความเสียหายหรือสูญหายระหว่างทาง ผู้รับซื้อชาวพม่าที่เข้ามารับซื้อหมากในไทยน้อยลง เนื่องจากปัญหภายในประเทศที่ทำให้ไม่สามารถออกนอกประเทศได้
			การส่งออกสับปะรดผลสดไปยังประเทศจีน โดยขนส่งทางรถบรรทุกโดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิต้องผ่านประเทศลาวที่ยังคงมีปัญหา	
			การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ที่สามารถควบคุมอุณหภูมิความเย็นได้	
			ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งจนถึงตลาดประเทศนำเข้า บางครั้งล่าช้า	

ภาคผนวก ค 1 - 6 ปัญหาอุปสรรคในขั้นตอนการตลาดของผลไม้เป้าหมายแต่ละชนิด

Marketing ทุเรียน	Marketing ลำไย	Marketing มังคุด	Marketing มะม่วง	Marketing ส้มโอ
Shelf Life สั้น ราคาสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่ง มาเลเซียมีทุเรียนสายพันธุ์มากขึ้นซึ่งปัจจุบันมีราคาสูงกว่าไทยมากแต่ยังมีปริมาณน้อยกว่าไทย	ปัจจุบันจีนสามารถปลูกได้เองและเก็บเกี่ยวในช่วงเวลาเดียวกันกับของไทย ยกเว้นลำไยของภาคตะวันออกของไทยที่เก็บเกี่ยวคนละช่วงเวลาซึ่งยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในจีน แม้แต่ลำไยอบแห้งที่เคยเป็นที่ต้องการของตลาดจีนปัจจุบันก็มีความต้องการลดลง	ตลาดมั่งคุดในจีนแม้ว่าจะมีมูลค่าการนำเข้ามั่งคุดจากประเทศไทยสูงแต่ก็มีแนวโน้มที่จะลดลง	ปัจจุบันเวียดนามเจรจาเปิดตลาดออสเตรเลียเป็นที่เรียบร้อยแล้วและสามารถส่งออกมะม่วงไปยังออสเตรเลียได้แล้ว ทั้งยังสามารถพัฒนาเครื่องฉายรังสีที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของมะม่วงได้	ปัจจุบันประเทศไทยพึ่งพาสหรัฐอเมริกาเป็นหลักเพียงตลาดเดียว ซึ่งมีความเสี่ยงมาก เนื่องจากปัจจุบันประเทศจีนสามารถปลูกส้มโอได้เองซึ่งผลผลิตจะออกมาในช่วงเดือนตุลาคมและราคาถูกกว่าส้มโอจากประเทศไทย
- เวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกทุเรียนของไทยแม้ปัจจุบันจะสู้ในเรื่องของคุณภาพไม่ได้ แต่ได้มีการนำทุเรียนของไทยไปปลูกในประเทศเวียดนาม ซึ่งอยู่ในช่วงติดตามผลว่า ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพใกล้เคียงกับไทยหรือไม่ หากสามารถผลิตได้ ก็จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น เนื่องจากเวียดนามมีต้นทุนในการมีความเสี่ยงทางการตลาดสูง พึ่งพาสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก ทุเรียนไทยเกือบทั้งหมดถูกส่งออกไปขายยังจีน พึ่งพาสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก		มั่งคุดเป็นผลไม้ที่เป็นที่ต้องการและมีราคาสูง โดยเฉพาะในออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ยุโรป สหรัฐอเมริกา แต่เนื่องจากปัญหาเรื่องการเก็บรักษาและคุณภาพที่ไม่ได้มาตรฐานตามที่ตกลงทำให้ผู้ประกอบการในประเทศเหล่านี้ไม่รับซื้อสินค้าจากไทย	ปัจจุบันจีนสามารถปลูกมะม่วงได้เอง มีคุณภาพที่ไม่ต่างกับของประเทศไทย	ส้มโอของประเทศเวียดนามก็สามารถที่จะส่งออกไปยังประเทศจีนได้มากขึ้นด้วย ระยะทางการขนส่งไปประเทศจีนก็ใกล้กว่าระยะทางจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน
- ปัจจุบันจีนสามารถปลูกทุเรียนเองได้และเริ่มมีการเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้ว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการส่งออกทุเรียนไทยไปจีนในอนาคต		มั่งคุดจากเม็กซิโกมีราคาใกล้เคียงกับของประเทศไทย		เวียดนามได้มีการส่งส้มโอไปยังสหรัฐอเมริกาทางเรือและพบว่าต้นทุนที่ลดลงกว่าครึ่งหนึ่ง
สายการบินขนส่งสินค้าบางสายไม่อนุญาตให้ขนส่งทุเรียน เนื่องจากมีกลิ่น				

<u>Marketing มะพร้าว</u>	<u>Marketing ขนุน</u>	<u>Marketing มะขาม</u>	<u>Marketing ลำไย</u>	<u>Marketing หน่อไม้</u>
แม้ว่าในประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงยังไม่มีการทำมะพร้าวน้ำหอมส่งออก แต่มีการซื้อต้นพันธุ์ไปปลูก เช่น พม่า โดยพม่าจะซื้อทั้งต้น และลูกแห้งไปทดลองปลูก หากสามารถปลูกได้และมีผลผลิตใกล้เคียงกับไทยก็จะเป็นคู่แข่งทางการของไทยในอนาคต	ปัจจุบันประเทศไทยพึ่งพาดตลาดประเทศจีน เป็นหลัก เพียงตลาดเดียว ซึ่งมีความเสี่ยงมาก		แม้ว่าจะมีความต้องการซื้อจากต่างประเทศ แต่ต้องเสียโอกาสในการส่งออกเนื่องจากการผลิต โดยเฉพาะขั้นตอนการลอกเปลือก ในปัจจุบันยังขาดมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยทางด้านอาหาร	ผู้ส่งออกไทย ไม่เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคตลาดต่างประเทศดีพอ จึงไม่สามารถเปิดตลาดใหม่ ๆ ได้
	จีนสามารถเพาะปลูกได้เองและมีคุณภาพที่ไม่ต่างกัน			
	เกษตรกรและผู้ประกอบการไทย ที่ไม่เข้าใจความต้องการของตลาดจึงไม่สามารถที่จะเปิดตลาด บุก			
	นำเข้าได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้มีระยะเวลาที่สามารถวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตได้สั้นมาก			

ภาคผนวก ง มาตรการ กฎระเบียบ และข้อกำหนด ด้านการนำเข้าผลไม้ของประเทศผู้ซื้อและการควบคุมการผลิตของไทย

ภาคผนวก ง 1 มาตรฐานที่กำหนดโดยองค์การระหว่างประเทศ

มาตรฐานสำคัญที่เกี่ยวข้องด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภคสินค้าผลไม้ ซึ่งผู้นำเข้าอาจนำมาใช้เป็นข้อกำหนดในการตรวจสอบผลไม้ที่นำเข้า ได้แก่

- มาตรฐาน GAP - Good Agricultural Practice (CAC/RCP 53-2003) การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีเป็นมาตรฐานในการควบคุมกำกับการผลิตสินค้าการเกษตรให้มีความปลอดภัย ที่มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพและความปลอดภัยของผลผลิตทางการเกษตร ตั้งแต่การปลูก การดูแลรักษา และการเก็บเกี่ยว
- มาตรฐาน GMP - Good Manufacturing Practices (CAC/RCP 1-1969, CAC/RCP 1-2003, และ CAC/GL 20-1995) หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตสินค้าและได้สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน ซึ่งครอบคลุมการผลิต การบรรจุ และการเก็บรักษาอาหาร รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับ
- มาตรฐาน GHP - Good Hygiene Practices (CAC/RCP 1-1969, CAC/RCP 1-2003, และ CAC/GL 18-1993) หลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะที่จำเป็นสำหรับการผลิตอาหารที่ปลอดภัยและเหมาะสมสำหรับการบริโภค โดยปลายปี 2563 Codex ได้ทบทวนมาตรฐานหลักการทั่วไปสำหรับสุขลักษณะอาหาร (General Principles of Food Hygiene (CXC1-1969) and its HACCP Annex) เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างหลักการด้านสุขลักษณะอาหารและการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตในธุรกิจอาหาร กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ซึ่งครอบคลุมเกษตรกร ผู้ประกอบการผลิตอาหารตลอดห่วงโซ่ต้องเข้าใจและทราบถึงอันตรายที่เกี่ยวข้องรวมทั้งมาตรการที่ใช้เพื่อป้องกันและกำจัดอันตรายเหล่านั้น
- มาตรฐาน HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Point (CAC/RCP 1-1969, CAC/RCP 1-2003, และ CAC/RCP 1-2003, Annex) ระบบการจัดการและประกันคุณภาพด้วยวิธีวิเคราะห์อันตรายและควบคุมจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในกระบวนการผลิตสินค้า ให้ปราศจากอันตราย 3 สาเหตุ คือ อันตรายทางชีวภาพจากเชื้อจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค อันตรายจากสารเคมี และอันตรายทางกายภาพจากสิ่งแปลกปลอมต่าง ๆ เช่น เศษแก้ว โลหะ ซึ่งการนำระบบนี้ไปใช้ในโรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องมีระบบ GMP เป็นพื้นฐานในโรงคัดบรรจุเสียก่อน
- มาตรฐานด้านข้อกำหนดปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (Codex Maximum Residue Limits) สำหรับสารเคมีและสินค้า มาตรฐานทั่วไปสำหรับวัตถุเจือปนอาหาร (Codex General Standard for Food Additives (CXS 192-1995)) และมาตรฐานทั่วไปสำหรับสารปนเปื้อนในอาหาร (Codex General Standard for Contaminants and Toxins in Food and Feed (CXS 193-1995))
- มาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรการสุขอนามัยพืช (International Standards Phytosanitary Measures - ISPM) ในการควบคุมและการป้องกันการแพร่ระบาดของศัตรูพืช ที่อาจติดมากับพืชผลผลิตพืช หรือส่วนของพืชที่ยังมีชีวิตอยู่ รวมถึงเมล็ดพันธุ์และเชื้อพันธุ์ ที่มีการเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ ได้แก่

- ISPM 1: Phytosanitary Principles for the Protection of Plants and the Application of Phytosanitary Measures in International Trade

- ISPM 12: Guidelines for Phytosanitary Certificates

- ISPM 31: Methodologies for Sampling of Consignments

- ISPM 38: International Movement of Used Vehicles, Machinery, and Equipment

- มาตรฐาน ISO ขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization - ISO) เป็นมาตรฐานสากลด้านระบบคุณภาพและการจัดการสิ่งแวดล้อมที่สำคัญต่อการค้า เช่น ISO 22000 ISO/IEC 17065 อันจะไม่กล่าวในรายละเอียดในที่นี้

- มาตรฐานระบบอินทรีย์ IFOAM - International Federation of Organic Agriculture Movements ที่พัฒนาโดยสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ เป็นเกณฑ์มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ขั้นต่ำสำหรับสินค้าอินทรีย์เพื่อการนำเข้า ซึ่งหลายประเทศทั่วโลกยอมรับ

นอกจากมาตรฐานสำคัญที่กล่าวข้างต้นแล้ว หน่วยงานภาคเอกชนของบางประเทศยังได้มีการพัฒนาและนำมาตรฐานการรับรองคุณภาพและความปลอดภัยอื่น ๆ มาใช้กับสินค้าอีกด้วย เช่น

- มาตรฐาน GLOBALGAP เป็นมาตรฐานภาคเอกชนสำหรับการผลิตสินค้าเกษตรของกลุ่มผู้ค้าปลีกในสหภาพยุโรป ซึ่งมุ่งเน้นการทำเกษตรอย่างปลอดภัยและยั่งยืน ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม ครอบคลุมการผลิตสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร ตั้งแต่การคัดเลือกพันธุ์ การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การใช้สารเคมี ทั้งนี้ GLOBALGAP เป็นมาตรฐานภาคเอกชนที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในสากล

- มาตรฐาน BRC - British Retail Consortium เป็นระบบที่จัดทำขึ้นโดยสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกของประเทศไทย เป็นมาตรฐานความปลอดภัยอาหารของกลุ่มห้างผู้ค้าปลีก เช่น SAINSBURY'S, WAITROSE, SAFEWAY, TESCO, ASDA เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดประสิทธิภาพความปลอดภัยในกระบวนการผลิตอาหาร โดยกำหนดให้โรงงานผู้ผลิตอาหารที่ต้องการส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในห้างผู้ค้าปลีกของประเทศไทยต้องจัดทำระบบ BRC นี้

- มาตรฐาน SQF - Safe Quality Food เป็นมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่พัฒนาขึ้นโดยสมาคมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของออสเตรเลีย มุ่งเน้นคุณภาพและความปลอดภัยในทุกๆ ขั้นตอนของการผลิต ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมาย เป็นระบบคุณภาพที่ผสมระหว่าง HACCP ของ Codex และระบบคุณภาพ ISO 9000

ภาคผนวก ง 2 กฎหมายด้านความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหาร และข้อกำหนดการนำเข้าผลไม้ของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ภาคผนวก ง 2- 1 กฎหมายด้านความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ประเทศผู้นำเข้าจึงออกและ/หรือปรับปรุงกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ให้ทันสมัยเพื่อควบคุมการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหาร ให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศพืชและสัตว์ของประเทศ โดยกำหนดให้ก่อนการนำเข้า สินค้าจะต้องผ่านการตรวจและรับรองคุณภาพทั้งจากประเทศผู้นำเข้าและประเทศผู้ส่งออกภายใต้การควบคุมของกฎหมายหลายฉบับ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคทางการค้าต่อผู้ประกอบการที่ไม่ทราบหรือไม่เข้าใจในกฎระเบียบดังกล่าว ส่งผลให้สินค้าผลไม้ถูกปฏิเสธการนำเข้าได้ ประกอบด้วย 5 ด้านหลัก ดังนี้

- ด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) เพื่อกำกับดูแลสินค้าผลไม้ให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
- ด้านการติดฉลากอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า
- ด้านการกักกันพืชและสัตว์ (Animal and Plant Quarantine) เพื่อปกป้องพืช สัตว์ และประชากรของประเทศผู้นำเข้า ไม่ให้เป็นอันตรายจากศัตรูพืช โรคพืช และโรคสัตว์ที่ติดมากับสินค้านำเข้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตสินค้าเกษตรและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้าได้ ทั้งนี้ โดยส่วนใหญ่ประเทศผู้นำเข้าจะกำหนดให้สินค้าผลไม้ที่จะนำเข้าต้องมี 1) ใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) เพื่อรับรองว่าสินค้าปลอดจากศัตรูพืชที่เป็นอันตราย 2) ใบรับรองสุขอนามัย (Health Certificate) เพื่อรับรองว่าสินค้าผลไม้มีความปลอดภัยต่อการบริโภค เช่น ปริมาณเชื้อจุลินทรีย์ เชื้อแบคทีเรียที่อาจก่อให้เกิดความเจ็บป่วยเมื่อบริโภค สินค้าผลไม้ไม่มีสารเคมีทางการเกษตรตกค้างเกินมาตรฐาน เป็นต้น
- ด้านการควบคุม ตรวจสอบสินค้านำเข้า-ส่งออก
- ด้านอื่น ๆ ตามข้อกำหนดพิเศษของแต่ละประเทศ เช่น ข้อกำหนดเกี่ยวกับการคัดเกรด การบรรจุภัณฑ์ กฎระเบียบว่าด้วยการปนเปื้อนของ GMOs มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

ภาคผนวก ง 2- 2 สรุปกฎหมายหลักในการควบคุมความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหาร (ผลไม้) นำเข้าของประเทศคู่ค้าเป้าหมายที่สำคัญ

ประเทศ	กฎหมาย / กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	หน่วยงานรับผิดชอบ
สาธารณรัฐประชาชนจีน	1. กฎหมายว่าด้วยความปลอดภัยอาหาร 2. กฎหมายว่าด้วยการกักกันพืชและสัตว์ - ใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) - ใบรับรองสุขอนามัย (HC) สำหรับพืชควบคุมเฉพาะ 3. กฎหมายว่าด้วยการตรวจสอบสินค้านำเข้า-ส่งออก	1. สำนักงานศุลกากรแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน (GACC) 2. สำนักงานควบคุมคุณภาพ ตรวจสอบ และกักกันโรคของจีน (AQSIQ)

ประเทศ	กฎหมาย / กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	หน่วยงานรับผิดชอบ
	- การขึ้นทะเบียนแปลง โรงคัดบรรจุ โรงงานผลิต กับ หน่วยงาน GACC	
ญี่ปุ่น	1. กฎหมายสุขอนามัยอาหาร (Food Sanitation Act) - มาตรฐานอาหาร (Food Standard) - มาตรฐานวัตถุเจือปนอาหาร (Food Additive) - มาตรฐานของปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits: MRLs) 2. กฎหมายคุ้มครองพืช (Plant Protection Act) - รายชื่อพืชห้ามนำเข้า - ข้อกำหนดศัตรูพืชกักกัน - รายชื่อพืชที่อยู่ภายใต้มาตรการสุขอนามัยพืชที่ต้องจัดการ ในประเทศผู้ส่งออก 3. กฎหมายการติดฉลากอาหาร (The Food Labeling Act) 4. มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ญี่ปุ่น (Japanese Agricultural Standard Organic - JAS mark)	1. กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ (MHLW) 2. กระทรวงเกษตร ป่าไม้ และ ประมง (MAFF)
เกาหลีใต้	1. กฎหมายสุขอนามัยอาหาร - มาตรฐานของปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (MRLs) - มาตรฐานอาหาร - มาตรฐานวัตถุเจือปนอาหาร 2. กฎระเบียบการติดฉลากอาหาร 3. กฎหมายคุ้มครองพืช - กฎระเบียบการกักกันบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุไม้ - การกักกันพืชที่จะนำเข้า - รายชื่อศัตรูพืชกักกัน 4. กฎหมายพิเศษด้านการควบคุมความปลอดภัยอาหารนำเข้า (Special Act on Imported Food Safety Control) - การขึ้นทะเบียนผู้ผลิตอาหารในต่างประเทศก่อนการ ส่งออก - การขอเข้าตรวจโรงงานผลิตสินค้าในต่างประเทศ (on- site inspection)	1. กระทรวงความปลอดภัย อาหารและยา (MFDS) 2. กระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบท (MAFRA)
สหรัฐอเมริกา	1. กฎหมายว่าด้วยการปรับปรุงความปลอดภัยอาหารให้ ทันสมัย (FSMA)	1. องค์การอาหารและยา สหรัฐอเมริกา (USFDA)

ประเทศ	กฎหมาย / กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	หน่วยงานรับผิดชอบ
	- ระเบียบว่าด้วยความปลอดภัยผลิตผลจากฟาร์ม - ระเบียบว่าด้วยการป้องกันการปลอมปน - ระเบียบว่าด้วยโปรแกรมการตรวจสอบซัพพลายเออร์ต่างประเทศ (FSVP) 2. กฎหมายใหม่ว่าด้วยความปลอดภัยของสารเคมี 3. กฎระเบียบด้านการคุ้มครองและกักกันพืช 4. ข้อกำหนดการติดฉลากอาหาร 5. กฎระเบียบด้านสารกำจัดศัตรูพืช 6. กฎระเบียบด้านบรรจุภัณฑ์ 7. กฎระเบียบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้า (Traceability) 8. มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกา (National Organic Program – USDA Organic mark)	2. สำนักงานควบคุมโรคสัตว์และพืช (APHIS) ภายใต้กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) 3. สำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมสหรัฐอเมริกา (EPA)
สหภาพยุโรป	1. กฎหมายอาหารทั่วไป (GFL) 2. กฎระเบียบว่าด้วยการควบคุมและตรวจสอบสินค้าเกษตรและอาหารในสหภาพยุโรป (OCR) 3. กฎระเบียบว่าด้วยสุขอนามัยอาหาร 4. กฎระเบียบว่าด้วยสุขอนามัยพืช 5. กฎระเบียบว่าด้วยการกำหนดระดับสารพิษตกค้างสูงสุด (MRLs) 6. กฎระเบียบว่าด้วยการตกค้างของสารปนเปื้อน 7. กฎระเบียบด้านวัตถุเจือปนอาหาร 8. กฎระเบียบว่าด้วยการปนเปื้อนของ GMOs 9. กฎระเบียบว่าด้วยการติดฉลาก 10. กฎระเบียบสินค้าเกษตรอินทรีย์ (EU Organic)	1. หน่วยงานความปลอดภัยด้านอาหารแห่งสหภาพยุโรป (EFSA) 2. คณะกรรมาธิการยุโรป (EC) 3. หน่วยงานตรวจสอบด้านสุขภาพและความปลอดภัยอาหารของคณะกรรมาธิการยุโรป (DG SANTE) 4. หน่วยงานด้านการค้าของคณะกรรมาธิการยุโรป (DG TRADE) 5. หน่วยงานด้านการเกษตรและการพัฒนาชนบทของคณะกรรมาธิการยุโรป (DG-AGRI)
สหราชอาณาจักร	ปัจจุบันอ้างอิงตามกฎระเบียบของสหภาพยุโรปที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารนำเข้า	1. กระทรวงสิ่งแวดล้อม อาหาร และกิจการชนบท (DEFRA)

ประเทศ	กฎหมาย / กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	หน่วยงานรับผิดชอบ
		2. หน่วยงานมาตรฐานอาหาร (Food Standards Agency - FSA) 3. หน่วยงานควบคุม ณ ชายแดน (Border Control)
แคนาดา	1. กฎหมายความปลอดภัยอาหาร (Safe Food for Canadians Act: SFCA) - กฎระเบียบความปลอดภัยอาหารฉบับใหม่ของแคนาดา (SFCR) - ข้อกำหนดผักและผลไม้สด (Regulatory requirements: Fresh fruits or vegetables) - ข้อกำหนดการจัดเกรด บรรจุภัณฑ์ และการติดฉลาก 2. กฎหมายอาหารและยา (Food and Drug Act) - กฎระเบียบความปลอดภัยอาหารฉบับใหม่ของแคนาดา (Safe Food for Canadians Regulations - SFCR) - วัตถุเจือปนอาหาร (Food Additive) - รายการวัตถุเจือปนอาหาร 3. กฎหมายคุ้มครองพืช (Plant Protection Act) - กฎระเบียบด้านการคุ้มครองพืช (Plant Protection Regulations) - การนำเข้าพืช (Plant Import Procedures) - ศัตรูพืชที่อยู่ภายใต้การควบคุมของแคนาดา - การตรวจสอบการนำเข้า 4. กฎระเบียบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (Organic Products Regulations)	1. องค์การตรวจสอบอาหารแคนาดา (CFIA) ภายใต้กระทรวงสาธารณสุข 2. หน่วยงานสาธารณสุขแคนาดา (Health Canada)
ออสเตรเลีย	1. กฎหมายความปลอดภัยทางชีวภาพ 2. กฎหมายการควบคุมอาหารนำเข้า 3. มาตรฐานอาหาร (Food Standards Code) 4. มาตรการตรวจสอบอิมพอร์ตการตรวจสอบอาหารนำเข้า (I (Imported Food Inspection Scheme - FIP) 5. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารที่กำหนด	1. กระทรวงเกษตร ประมง และป่าไม้ (DAFF) 2. หน่วยงานมาตรฐานอาหารออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ (FSANZ)

ประเทศ	กฎหมาย / กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	หน่วยงานรับผิดชอบ
สหพันธรัฐมาเลเซีย	1. กฎหมายอาหาร (Food Act) - กฎระเบียบด้านอาหาร - กฎระเบียบด้านสุขลักษณะอาหาร เช่น HACCP, GMP - กฎระเบียบด้านอาหารฉายรังสี 2. กฎหมายคุ้มครองพืช - กฎระเบียบด้านการกักกันพืช 3. ระเบียบเกี่ยวกับการคัดเกรด การบรรจุภัณฑ์ และการติดฉลาก (GPL Regulations)	1. กระทรวงสาธารณสุขมาเลเซีย (MOH) 2. กระทรวงเกษตรและความมั่นคงอาหาร (MAFS) 3. กระทรวงเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (MAFI) 4. หน่วยงานกลางด้านการส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรของมาเลเซีย (FAMA)
อินโดนีเซีย	1. กฎกระทรวงเกษตรอินโดนีเซีย ฉบับที่ 55 ปี 2016 ว่าด้วยการควบคุมความปลอดภัยอาหารในการนำเข้าอาหารสดที่มีแหล่งกำเนิดจากพืช 2. กฎหมายหมายเลขที่ 21 ปี 2019 ว่าด้วยการกักกันสัตว์ สัตว์น้ำ และพืช เพื่อควบคุมความปลอดภัยอาหารจากการนำเข้าสินค้าจากประเทศต่างๆ 3. กฎกระทรวงเกษตรอินโดนีเซีย ฉบับที่ 39 ปี 2019 ว่าด้วยการให้การรับรองการนำเข้าผลิตภัณฑ์พืชสวน 3. กฎกระทรวงเกษตรอินโดนีเซีย ฉบับที่ 2 ปี 2020 ว่าด้วยการให้การรับรองการนำเข้าผลิตภัณฑ์พืชสวน แก้ไขเพิ่มเติมจากฉบับที่ 39/2019 4. กฎกระทรวงการค้า ฉบับที่ 44 ปี 2019 ว่าด้วยข้อกำหนดการนำเข้าผลิตภัณฑ์พืชสวนและฉบับปรับปรุงที่ 27 ปี 2020	1. หน่วยงานกักกันพืชของกระทรวงเกษตรอินโดนีเซีย (IAQA) 2. กระทรวงเกษตรอินโดนีเซีย (Ministry of Agriculture) 3. กระทรวงการค้าอินโดนีเซีย (Ministry of Trade)
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	1. ข้อกำหนดเกี่ยวกับความปลอดภัยอาหาร (Food safety) ภายใต้กฎหมายของรัฐบาลกลาง 2. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการกักกันพืชและศัตรูพืชกักกัน ตามพระราชกฤษฎีกา (Decree) หมายเลข 824 ปี 2015	1. กระทรวงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม (MOCCAE)

ภาคผนวก ง 3 มาตรการและข้อกำหนดการนำเข้าผลไม้ของประเทศคู่ค้าเป้าหมายที่สำคัญ

ประเทศผู้นำได้บังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อควบคุมและตรวจสอบความปลอดภัยของสินค้าผลไม้นำเข้า โดยการออกมาตรการและข้อกำหนดการนำเข้าผลไม้แต่ละชนิดบนพื้นฐานของความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและสุขภาพพืช อาทิ ศัตรูพืช โรคพืช สารเคมีกำจัดศัตรูพืช สารปนเปื้อนอื่น ๆ (เช่น เชื้อจุลินทรีย์ เชื้อแบคทีเรีย โลหะ สารเจือปนอาหาร เป็นต้น) โดยมาตรการและข้อกำหนดของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ สรุปได้ดัง**Error! Reference source not found.** ทั้งนี้ ผู้ส่งออกและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญเช่นเดียวกับข้อกำหนดด้านความปลอดภัยข้างต้น

ภาคผนวก ง 3- 1 สรุปมาตรการและข้อกำหนดการนำเข้าผลไม้ของประเทศคู่ค้าเป้าหมายที่สำคัญ

ประเทศ	มาตรการ / ข้อกำหนด
สาธารณรัฐประชาชนจีน	1) สินค้ามาจากแปลง GAP และโรงคัดบรรจุ GMP และขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร และ GACC ของจีน 2) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของจีน เช่น หนอน แมลง 3) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของจีน 4) ผลไม้ผ่านการประเมินความเสี่ยงก่อนการอนุญาตนำเข้า 5) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศไทย คือ กรมวิชาการเกษตร 6) ลำไยจากไทยต้องมีปริมาณสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ตกค้างไม่เกิน 50 มิลลิกรัม/กิโลกรัม 7) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัย (PC) ผลไม้ที่เป็นพืชควบคุมเฉพาะต้องขอใบรับรองสุขอนามัย (HC)
สหรัฐอเมริกา	1) สินค้ามาจากแปลง GAP และโรงคัดบรรจุ GMP 2) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของสหรัฐฯ เช่น หนอน แมลง 3) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของสหรัฐฯ 4) ผลไม้บางชนิดต้องทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงก่อนการอนุญาตนำเข้า 5) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศไทย คือ กรมวิชาการเกษตร 6) ผลไม้สดจากไทย 8 ชนิด ได้แก่ มะม่วง มังคุด เงาะ ลำไย ลิ้นจี่ สับปะรด แก้วมังกรส้มโอ ต้องกำจัดความเสี่ยงศัตรูพืชและโรคพืชด้วยวิธีการฉายรังสี 7) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัย (PC) และหนังสือรับรองการฉายรังสี (Certificate of Irradiation) ประกอบการส่งออก
แคนาดา	1) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของสหรัฐฯ เช่น หนอน แมลง

ประเทศ	มาตรการ / ข้อกำหนด
	2) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของสหรัฐฯ 3) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศคือ กรมวิชาการเกษตร
สหภาพยุโรป	1) ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก 2) สินค้ามาจากแปลง GAP และโรงคัดบรรจุ GMP 3) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของสหรัฐฯ เช่น หนอน แมลง 4) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของสหรัฐฯ 5) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศคือ กรมวิชาการเกษตร 6) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัย (HC) 7) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) ประกอบการส่งออก ยกเว้น ผลไม้ 5 ชนิด ได้แก่ สับปะรด กล้วย มะพร้าว ทุเรียน และอินทผลัม 8) มะม่วงจากไทยต้องผ่านการจัดการความเสี่ยงศัตรูพืชด้วยวิธีการแช่น้ำร้อนเพื่อกำจัดแมลงวันผลไม้
สหราชอาณาจักร	1) สินค้ามาจากแปลง GAP และโรงคัดบรรจุ GMP 2) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของสหภาพยุโรป เช่น หนอน แมลง 3) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของสหภาพยุโรป 4) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศคือ กรมวิชาการเกษตร 5) ผลไม้บางชนิดต้องทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงก่อนการอนุญาตนำเข้า 6) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) ประกอบการส่งออก ยกเว้น ผักและผลไม้ 16 ชนิด ซึ่งรวมถึง สับปะรด มะพร้าว ทุเรียน มะม่วง 7) ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานด้านคุณภาพและสิ่งแวดล้อม 8) สินค้าต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดการติดฉลาก
ญี่ปุ่น	1) ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก 2) สินค้ามาจากแปลง GAP และโรงคัดบรรจุ GMP 3) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของญี่ปุ่น เช่น หนอน แมลง 4) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของญี่ปุ่น

ประเทศ	มาตรการ / ข้อกำหนด
	5) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศ คือ กรมวิชาการเกษตร 6) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัย (HC) 7) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) ประกอบการส่งออก 8) ผลไม้สดจากไทย 3 ชนิด ได้แก่ มะม่วงสด มังคุด ส้มโอพันธุ์ทองดี ต้องผ่านการจัดการความเสี่ยงศัตรูพืชด้วยวิธีการอบไอน้ำ (Vapor Heat Treatment)
เกาหลีใต้	1) ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก 2) สินค้ามาจากแปลง GAP และโรงคัดบรรจุ GMP 3) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของเกาหลีใต้ เช่น หนอน แมลง 4) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของเกาหลีใต้ 5) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศคือ กรมวิชาการเกษตร 6) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัย (HC) 7) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) ประกอบการส่งออก 8) ผลไม้สดจากไทย 2 ชนิด ได้แก่ - มะม่วงต้องผ่านการจัดการความเสี่ยงศัตรูพืชด้วยวิธีการอบไอน้ำ (Vapor Heat Treatment) - มังคุดต้องกำจัดศัตรูพืชด้วยวิธีการรมสารเมทิลโบรไมด์
มาเลเซีย	1) สินค้ามาจากแปลง GAP และโรงคัดบรรจุ GMP 2) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของมาเลเซีย เช่น หนอน แมลง 3) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของมาเลเซีย 4) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศคือ กรมวิชาการเกษตร 5) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัย (HC) 6) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) ประกอบการส่งออก 7) สินค้าต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการคัดเกรด การบรรจุภัณฑ์ และการติดฉลาก ของมาเลเซีย
อินโดนีเซีย	1) สินค้ามาจากแปลง GAP และโรงคัดบรรจุ GMP 2) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของมาเลเซีย เช่น หนอน แมลง

ประเทศ	มาตรการ / ข้อกำหนด
	3) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของอินโดนีเซีย 4) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศคือ กรมวิชาการเกษตร 5) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) ประกอบการส่งออก
ออสเตรเลีย	1) ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก 2) สินค้ามาจากแปลง GAP และโรงคัดบรรจุ GMP 3) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของออสเตรเลีย เช่น หนอน แมลง 4) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของออสเตรเลีย 5) ผลไม้ต้องผ่านการวิเคราะห์ความเสี่ยงทางชีวภาพ Biosecurity Risk Analysis (BRA) ก่อนการอนุญาตนำเข้า 6) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศคือ กรมวิชาการเกษตร 7) สินค้าต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC) ประกอบการส่งออก 8) ผลไม้สดจากไทยต้องผ่านการจัดการความเสี่ยงศัตรูพืช ดังนี้ - มะม่วงต้องกำจัดศัตรูพืชด้วยวิธีการฉายรังสี ต้องมีหนังสือรับรองการฉายรังสี (Certificate of Irradiation) ประกอบการส่งออกด้วย - มังคุดต้องกำจัดศัตรูพืชด้วยวิธีการรมสารเคมีโบรไมด์ - ลำไยต้องกำจัดศัตรูพืชด้วยวิธีการใช้ความเย็น (Cold Treatment) - ทุเรียนสดแกะเปลือกทั้งพู เพื่อสุ่มตรวจศัตรูพืชก่อนส่งออก - ส้มโอสดแกะเปลือก มีเนื้อทั้งกลีบ เพื่อสุ่มตรวจศัตรูพืชก่อนส่งออก - สับปะรดสดแกะเปลือก หั่นเป็นชิ้น เพื่อสุ่มตรวจศัตรูพืชก่อนส่งออก
UAE	1) สินค้าต้องปลอดศัตรูพืชควบคุมของ UAE เช่น หนอน แมลง 2) สินค้าต้องไม่มีสารฆ่าแมลงและสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐานของ UAE 3) สินค้าต้องได้รับการกำจัดศัตรูพืชและบรรจุด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสมภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานอารักขาพืช (NPPO) ของประเทศผู้ส่งออก สำหรับประเทศคือ กรมวิชาการเกษตร 4) สินค้าต้องมีใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (CO) ผลไม้บางชนิดต้องมีใบรับรองสุขอนามัย (HC) หรือใบรับรองสุขอนามัยพืช (PC)

ภาคผนวก ง 3- 2 ปัญหาสินค้าผลไม้ส่งออกของไทยไปยังประเทศคู่ค้าเป้าหมายที่สำคัญ

ผลไม้ไทยขึ้นชื่อเรื่องรสชาติดี เป็นเอกลักษณ์ จึงได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติมาก ๆ ในตลาดโลก ทั้งประเทศในเอเชียและยุโรป ทำให้ผลไม้ไทยเป็นหนึ่งในสินค้าทางการเกษตรที่มียอดการส่งออกเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม แม้ปริมาณการส่งออกจะขยายตัวมากขึ้น แต่สินค้าผลไม้ของไทยได้ถูกปฏิเสธการนำเข้าเนื่องจากปัญหาด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชเป็นระยะเช่นกัน ในช่วงปี 2561 - 2565 ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ๆ เช่น จีน สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น มาเลเซีย และออสเตรเลีย มีการปฏิเสธการนำเข้าสินค้าผลไม้ของไทย ซึ่งมีสาเหตุหลักจากการตรวจพบสารตกค้างต่าง ๆ เกินค่าที่กำหนด (เช่น สารเคมีปราบศัตรูพืชที่ไม่อนุญาตหรือเกินปริมาณที่กำหนด สารปรุงแต่งที่ไม่อนุญาตหรือเกินปริมาณที่กำหนด สารโลหะหนัก และการปนเปื้อนสารเคมีและสารอื่นๆ) การตรวจพบเชื้อจุลินทรีย์ แบคทีเรีย หรือสิ่งสกปรกต่าง ๆ (เช่น ซากแมลง อาหารเน่าเสีย และอาหารเป็นพิษ) และการตรวจพบปัญหาจากการควบคุมมาตรฐานสุขอนามัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้มาตรฐาน (เช่น ฉลาก GMOs ไม่ขึ้นทะเบียนอาหารในภาชนะบรรจุปิดสนิทที่มีความเป็นกรดต่ำ (Low acid canned foods - LACF) การละเมิดโปรแกรมการตรวจสอบซัพพลายเออร์ต่างประเทศ (Foreign Supplier Verification Program - FSVP)) ตามลำดับ

ภาคผนวก ง 4 กฎหมาย กฎระเบียบ และบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในการกำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของประเทศไทยและการส่งออก

การกำกับดูแลความปลอดภัยอาหารตลอดห่วงโซ่จากฟาร์มถึงผู้บริโภค มีหน่วยงานต่าง ๆ มากมายที่ควบคุม กำกับดูแล และบังคับใช้กฎหมาย โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีหน้าที่กำกับดูแลสินค้าเกษตรและอาหารส่งออก รวมถึงการผลิตขั้นต้นของสินค้าเกษตรและอาหาร กระทรวงสาธารณสุขมีหน้าที่กำกับดูแลความปลอดภัยของอาหารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคภายในประเทศ กระทรวงพาณิชย์มีหน้าที่กำกับดูแลด้านการส่งออกสินค้า รวมถึงการอำนวยความสะดวกด้านการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนการเจรจาความตกลงการค้าเสรีเพื่อผลักดันการส่งออก และแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้า

ภาคผนวก ง 4 - 1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลไม้

พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 และ พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ภายใต้ ซึ่งเป็นกฎหมายที่ควบคุมในภาพรวม เพื่อให้สินค้าเกษตรและอาหารมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและได้มาตรฐานเพื่อการส่งออกตามมาตรฐานระหว่างประเทศ เป็นการนำมาตรฐาน GAP, GMP/GHP, HACCP มาใช้เป็นมาตรการควบคุมการผลิตของเกษตรกร

- พระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ. 2507 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติกักพืช (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติกักพืช (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551 อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยให้อำนาจกรมวิชาการเกษตรในการออกใบรับรองสุขอนามัยและใบรับรองสุขอนามัยพืชสำหรับสินค้าพืชและสินค้าเกษตรแปรรูปด้านพืชประกอบการส่งออก รวมทั้งให้อำนาจในการกำหนดให้พืชใดเป็นพืชควบคุมเฉพาะที่ต้องมีใบรับรองสุขอนามัยกำกับในการส่งออก ทั้งนี้ ตามประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่อง กำหนดพืชเป็นพืชควบคุมเฉพาะ พ.ศ. 2556 มีผลไม้อยู่ 6 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ มังคุด ส้มโอ มะม่วง

- พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงสาธารณสุข โดยให้อำนาจสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยานำมาตรฐานต่าง ๆ มาควบคุมคุณภาพในการผลิต การบริการและการจัดเก็บอาหาร เช่น มาตรฐาน GMP, GHP, HACCP)

ภาคผนวก ง 4 - 2 บทบาทหน้าที่ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

■ การกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ในฐานะกรรมการและเลขานุการของคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตร มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 ในการพิจารณาและกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์และขั้นตอนการกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรที่สอดคล้องกับแนวทางการ

ดำเนินงานขององค์การที่ทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานระหว่างประเทศที่องค์การการค้าโลกให้การยอมรับไว้ โดยการ
จัดทำมาตรฐาน สามารถทำได้ 3 วิธี คือ 1) ยกร่างใหม่ 2) รับมาตรฐานระหว่างประเทศมาใช้ แบบเหมือนกันทุก
ประการ (identical) และ 3) รับมาตรฐานระหว่างประเทศมาใช้ แบบเรียบเรียงใหม่ (modify) โดยที่ไทยได้นำ
มาตรฐานสากลมาประยุกต์เป็นมาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) ของไทย โดยส่วนใหญ่เป็นการนำ
มาตรฐานสากลมาเรียบเรียงใหม่ (modify) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

○ มาตรฐานทั่วไป - ผู้ประกอบการสามารถเลือกปฏิบัติตามมาตรฐานได้โดย
สมัครใจ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน เช่น มาตรฐานการปฏิบัติทาง
การเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหาร หรือ GAP พืชอาหาร (มกษ. 9001-2564) มาตรฐานสารพิษตกค้าง :
ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (มกษ. 9002-2559) มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ : การผลิต การแปรรูป
การแสดงฉลาก และการจำหน่ายผลิตผลและผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (มกษ. 9000-2564) มาตรฐาน
การตามสอบสินค้าเกษตรและอาหาร : หลักการและแนวทางสำหรับการออกแบบระบบการตามสอบ
และการนำไปปฏิบัติ (มกษ. 9028-2557)

○ มาตรฐานบังคับ - ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้ส่งออกสินค้าเกษตรดังกล่าว**ต้อง**
ดำเนินการให้สินค้าเกษตรนั้นเป็นไปตามมาตรฐาน มิฉะนั้นจะต้องได้รับโทษตามที่พระราชบัญญัติ
มาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 กำหนด โดย มกช. มีหน้าที่กำกับดูแลสินค้าเกษตรและอาหารให้
เป็นไปตามมาตรฐานบังคับ ต้องขอใบอนุญาตและต้องแจ้งการนำเข้า-ส่งออกสินค้าเกษตรที่เป็น
มาตรฐานบังคับก่อนการนำเข้า-ส่งออก ปัจจุบันได้มีการกำหนดมาตรฐานบังคับสำหรับผลไม้ จำนวน
2 ฉบับ ได้แก่

- หลักปฏิบัติสำหรับ**กระบวนการมผลไม้สดด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์** มี
ผลบังคับตั้งแต่วันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2559

- การปฏิบัติที่ดีสำหรับ**การผลิตทุเรียนแช่เยือกแข็ง** มีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 30
กรกฎาคม พ.ศ. 2560

อย่างไรก็ตาม นอกจากมาตรฐานสินค้าเกษตรซึ่งเป็นมาตรฐานของภาครัฐแล้ว ยังมีมาตรฐาน
ThaiGAP - Thai Good Agricultural Practice ที่เป็นมาตรฐานระบบการผลิตสินค้าเกษตรที่มีความปลอดภัย
ของภาคเอกชน เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตผัก - ผลไม้ของไทย ตลอดห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
ที่คำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้ปลูกและความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยมีระบบตรวจสอบย้อนกลับ
(Traceability) เพื่อให้ทราบถึงแหล่งที่มาของผลผลิตที่ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและยกระดับมาตรฐานและคุณภาพ
สินค้าเกษตรของไทยให้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งเป็นการดำเนินงานของสถาบันส่งเสริมคุณภาพเกษตรไทย (ThaiGAP
Institute) ร่วมกับ 3 หน่วยงานพันธมิตร ได้แก่ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สถาบันอาหาร และ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งมาตรฐาน ThaiGAP พัฒนาและดัดแปลงมาจากข้อกำหนดของมาตรฐาน
GLOBALGAP ดังนั้น มาตรฐาน ThaiGAP จึงเป็นมาตรฐานทางเลือกหนึ่งสำหรับห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำถึง

ปลายน้ำ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ต้องการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารที่ปลอดภัย ตามมาตรฐานการผลิตที่เทียบเท่าสากล

■ การรับรองระบบงานของหน่วยตรวจสอบรับรองมาตรฐานด้านสินค้าเกษตรและอาหาร

ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2546 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มอบหมายให้สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ทำหน้าที่เป็นหน่วยรับรองระบบงาน (Accreditation Body - AB) ด้านสินค้าเกษตรและอาหารของไทย นอกจากนี้ พระราชบัญญัติการมาตรฐานแห่งชาติ พ.ศ. 2551 ตามมาตรา 30 กำหนดให้ มกอช. เป็นหน่วยงานรับผิดชอบภายใต้คณะกรรมการการมาตรฐานแห่งชาติ (กมช.) ดำเนินการรับรองระบบงานให้แก่หน่วยรับรอง (Certification Body - CB) และหน่วยตรวจ (Inspection Body - IB) ขอบข่ายความปลอดภัยของสินค้าเกษตรและอาหาร เกษตรอินทรีย์ และการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี เช่น การรับรองผลิตภัณฑ์ (Product Certification) การรับรองระบบบริหารงานคุณภาพ (Quality Management System Certification) เพื่อให้ CB และ IB ไปตรวจสอบและรับรองมาตรฐานให้แก่ ฟาร์ม โรงงาน ผู้ประกอบการ ในขอบข่ายต่าง ๆ เช่น หลักการทั่วไปเกี่ยวกับสุขลักษณะอาหาร (GMP), การวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (HACCP), การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP), ด้านเกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture), ระบบการจัดการความปลอดภัยอาหาร (Food Safety Management System: FSMS), Preventive Control for Human Food (PCHF) และ Preventive Control for Animal Food (PCAF) เป็นต้น

สินค้าเกษตรและอาหารนับเป็นสินค้าหลักที่มีศักยภาพสูงในการส่งออก ดังนั้นการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารจำเป็นต้องมีการควบคุมดูแลและตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าของไทยมีคุณภาพปลอดภัยต่อผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมตลอดห่วงโซ่อาหาร โดยเริ่มตั้งแต่การควบคุมกระบวนการเพาะปลูก การผลิต ผลิตภัณฑ์สุดท้าย จนถึงมือผู้บริโภค ให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากลเพื่อสร้างความมั่นใจและเป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้า ดังนั้นหน่วยรับรอง (CB) หรือหน่วยตรวจ (IB) จึงต้องมีบทบาทสำคัญในการให้การตรวจสอบและรับรองแก่เกษตรกรผู้ผลิต เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ผลิตมีการจัดการและควบคุมดูแลระบบการปฏิบัติงานตลอดจนความปลอดภัยของอาหารเป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมีหน่วยรับรองระบบงาน (AB) ทำหน้าที่ในการให้การรับรองระบบงานแก่หน่วยรับรอง/หน่วยตรวจ ให้เป็นไปตามมาตรฐานและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องตามหลักสากล สามารถดำเนินการรับรองมาตรฐานให้แก่เกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการได้

■ การดำเนินการภายใต้ความตกลง SPS Agreement และการเจรจาเปิดตลาดและแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรและอาหาร

มกอช. เป็นหน่วยงานกลางในการประสานงานกับองค์การมาตรฐานระหว่างประเทศด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตรและอาหาร รวมทั้งการดำเนินการให้สอดคล้องกับบทบัญญัติต่าง ๆ ที่เป็นพันธกรณีภายใต้ความตกลง SPS Agreement และส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรและอาหารในความตกลง TBT Agreement

นอกจากนี้ ภายใต้กรอบความร่วมมือทางการค้าทั้งทวิภาคีและพหุภาคีต่าง ๆ เช่น FTA มกอช. ได้ดำเนินการร่วมกับกรมวิชาการเกษตรที่เป็นองค์กรอารักขาพืชแห่งชาติของไทย (National Plant

Protection Organization – NPPO) ในการเจรจาเพื่อเปิดตลาดสินค้าเกษตรกับประเทศคู่ค้า เช่น การเจรจาเปิดตลาดมะม่วงไปออสเตรเลีย การเจรจาจัดทำพิธีสารเพื่อส่งออกทุเรียนไปจีน เป็นต้น นอกจากนี้ มกอช. ยังได้ประสานงานร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมวิชาการเกษตร และสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ในการเจรจาแก้ไขปัญหาการกักกันสินค้าเกษตรอันเนื่องจากสาเหตุทางเทคนิค สารตกค้าง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าให้กับผู้ประกอบการไทย เช่น การเจรจาเพิ่มมาตรการทางเลือกในการจัดการความเสี่ยงศัตรูพืชสำหรับการส่งออกมังคุดไปญี่ปุ่น การเจรจาเพิ่มเส้นทางขนส่งทางบกเพื่อส่งออกผลไม้ไปประเทศจีน

■ การตามสอบสินค้าเกษตร

ในส่วนของการดำเนินการด้านการตามสอบสินค้าเกษตร (Traceability) มกอช. มีการจัดทำระบบตามสอบสินค้าเกษตรบนระบบคลาวด์ หรือ QR Trace On Cloud สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก รองรับสินค้าในกลุ่มผัก ผลไม้ ข้าว ปศุสัตว์ ไข่ ประมง สินค้าแปรรูป/อาหาร โดยใช้บันทึกข้อมูลสินค้า ประกอบด้วย ข้อมูลแหล่งที่ปลูก การรับวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ มาตรฐานที่ได้รับการรับรอง รวมถึงการส่งสินค้า ทำให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลตามสอบได้ตลอดห่วงโซ่การผลิต ซึ่งมีการนำ QR Code มาใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ในการเชื่อมโยงข้อมูลตามสอบตั้งแต่เกษตรกรผู้ปลูก ผู้รวบรวม โรงคัดบรรจุ ผู้จัดจำหน่าย (จุดกระจายสินค้า/ ห้างสรรพสินค้า) ผู้บริโภค (ร้านอาหาร) ซึ่งหากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมืออย่างจริงจังทั้งหมดนี้ ก็จะช่วยให้ตามสอบสินค้าเกษตรได้อย่างชัดเจนตลอดห่วงโซ่การผลิต และเป็นการสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของสินค้าเกษตรให้กับผู้บริโภค ตลอดจนเกษตรกรผู้ผลิตสามารถพัฒนาขีดความสามารถตามมาตรฐานการผลิตได้อย่างเข้มแข็ง ผู้ประกอบการหรือกลุ่มเกษตรกรสามารถยกระดับสินค้าเกษตรเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการค้ากับประเทศคู่ค้าในกรณีที่สินค้ามีปัญหา สามารถเรียกคืนเฉพาะสินค้าล็อตที่มีปัญหาจริง ๆ เท่านั้น ทำให้ลดต้นทุนไปได้มาก

กรมวิชาการเกษตร

กรมวิชาการเกษตร (กวก.) มีหน้าที่กำกับดูแลสินค้าพืชก่อนการส่งออก โดยมีมาตรการตรวจสอบคุณภาพสินค้าและการออกเอกสารรับรองเมื่อสินค้ามีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนดไว้ รวมถึงกฎระเบียบภายในประเทศ

■ การตรวจและให้การรับรองระบบการผลิตสินค้าเกษตรด้านพืชเพื่อการส่งออก

พระราชบัญญัติกักพืช (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติกักพืช (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551 ให้อำนาจ กวก. ในการควบคุมพืชที่จะส่งออกไปนอกประเทศ ไม่ให้มีศัตรูพืชและควบคุม ไม่ให้มีเชื้อจุลินทรีย์และสิ่งอื่นใดที่เป็นอันตรายต่อประชากรในประเทศที่นำเข้าจากไทย เพื่อให้มั่นใจว่าการส่งออกสินค้าพืชมีคุณภาพและความปลอดภัยเป็นไปตามข้อกำหนด กฎระเบียบของประเทศผู้นำเข้าและกฎระเบียบภายในประเทศที่เกี่ยวข้องของไทย โดย กวก. มีหน้าที่รับผิดชอบในการตรวจสอบและให้การรับรองระบบการผลิตสินค้าเกษตรด้านพืชเพื่อการส่งออก ประกอบด้วย การตรวจรับรองมาตรฐานการผลิตพืช (GAP) และการตรวจรับรองโรงงานผลิตสินค้าพืช (GMP) ซึ่งต่อมาได้มีการถ่ายโอนภารกิจให้ภาคเอกชนตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่

11 พฤษภาคม 2553 ให้มีมาตรการทบทวนบทบาทภารกิจของส่วนราชการ ตามมาตรา 33 แห่งพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ทั้งนี้ กวก. ได้ถ่ายโอนภารกิจงานด้านการตรวจรับรองโรงงานผลิตสินค้าพืช (GMP) เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 แต่ยังคงเว้นโรงงานที่เข้าหลักเกณฑ์การพิจารณาให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบรับรองมาตรฐานจาก กวก. มี 4 กรณี ได้แก่

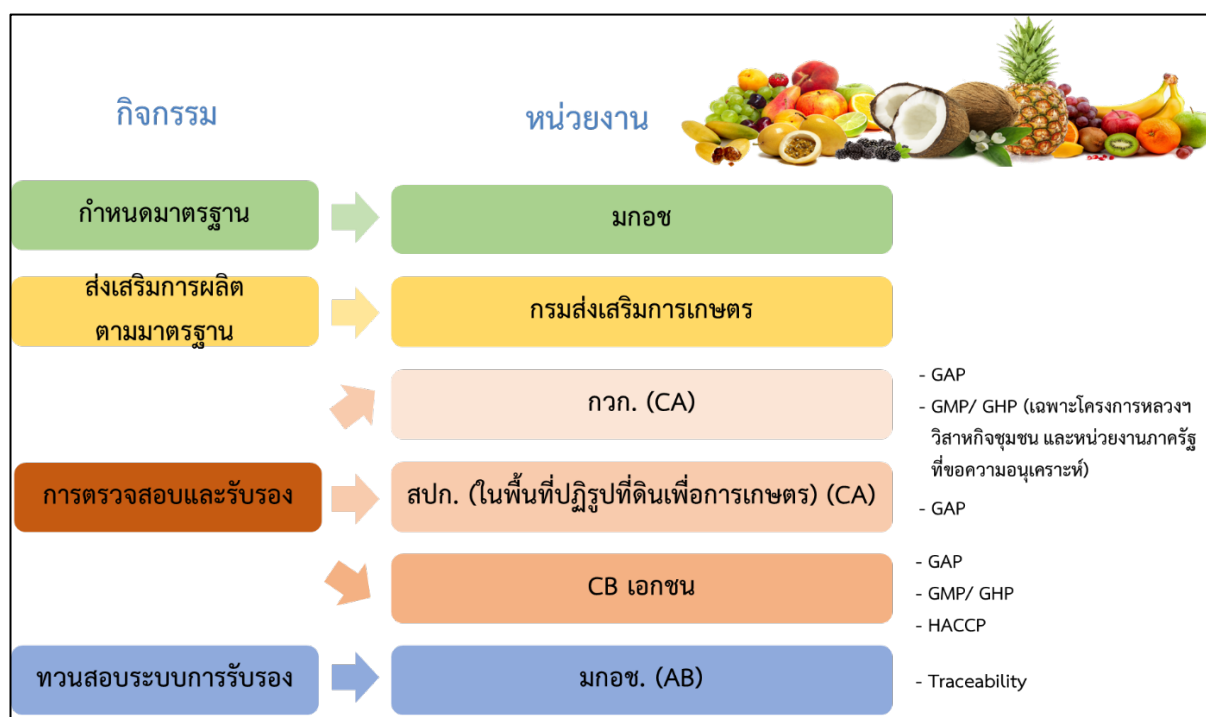
- เป็นโครงการในพระราชดำริ
- เป็นโครงการที่หน่วยงานราชการอื่นมีหนังสือขอความอนุเคราะห์
- เป็นสหกรณ์ / หรือวิสาหกิจชุมชนที่มีการจดทะเบียนถูกต้อง
- เป็นโรงคัดบรรจุที่ใช้คนงานไม่เกิน 50 คน หรือใช้เครื่องจักรที่มีกำลังรวมไม่เกิน 20 แรงม้า และอยู่ในเขตพื้นที่สถานการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนใต้

ปัจจุบัน มีหน่วยรับรองภาคเอกชน (Certification Body – CB) ที่ได้รับการรับรองความสามารถเป็นหน่วยรับรองจาก มกอช. ตามมาตรฐาน ISO/IEC 17021 ในขอบข่ายมาตรฐานสินค้าเกษตร เช่น หลักการทั่วไปเกี่ยวกับสุขลักษณะอาหาร (มกษ.902392550) การปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด (มกษ.9035-2553) หลักปฏิบัติที่ดีสำหรับกระบวนการผลิตผลไม้ด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (มกษ.1004-2557) เป็นต้น และได้รับการขึ้นทะเบียนกับ กวก. แล้ว 14 ราย รายละเอียดแสดงในError! Reference source not found.

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ (สปช.) จำนวน 6 แห่ง และฝ่ายการเกษตรประจำสถานเอกอัครราชทูต/กงสุลใหญ่ จำนวน 5 แห่ง ใน 8 ประเทศ ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา อิตาลี จีน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย และรัสเซีย มีหน้าที่ในการศึกษา วิเคราะห์กฎหมาย กฎระเบียบและข้อกำหนดต่าง ๆ ของประเทศคู่ค้าที่ออกมาใหม่ อาทิ ข้อกำหนดเรื่องใบรับรองสุขอนามัย ค่า MRLs ข้อกำหนดการควบคุมและตรวจสอบ ณ ด่านนำเข้า เป็นต้น ที่อาจส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทย รวมทั้ง เป็นผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการติดต่อและประสานงานในเบื้องต้นกับองค์การ หรือหน่วยงานต่างประเทศ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาคู่มืออุปสรรคทางด้านมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีให้กับผู้ส่งออกไทย นอกจากนี้ ประสานการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานไทยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าเกษตรและอาหารของไทย

ภาคผนวก ง 4 - 3 สรุปภารกิจการควบคุมมาตรฐานและความปลอดภัยของผลไม้ ภายใต้ภารกิจของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์



ภาคผนวก ง 4 - 4 บทบาทหน้าที่ของกระทรวงสาธารณสุข

ในห่วงโซ่การผลิตอาหารเพื่อการบริโภคตั้งแต่ระดับฟาร์ม โรงงานแปรรูป จนถึงมือผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จะมีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปทั้งการผลิตและการนำเข้า การบริการและการจัดเก็บอาหาร ภายใต้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 รวมถึงการส่งเสริม สนับสนุน หรือบังคับให้นำมาตรฐานต่างๆ มาควบคุมคุณภาพในการผลิตอาหาร เช่น หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิต หรือเป็นเครื่องหมายในการรับรองคุณภาพการผลิตของผู้ผลิต (Good Manufacturing Practice - GMP) และหลักเกณฑ์การวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis and Critical Control Point - HACCP) เป็นต้น โดย อย. จะพิจารณาให้การอนุญาตสถานที่ผลิตอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคตามหลักเกณฑ์ GMP

ภาคผนวก ง 4 - 5 บทบาทหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

จากสถานการณ์การแข่งขันการค้าในตลาดโลกและทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นประเทศไทยซึ่งต้องพึ่งพิงการค้าระหว่างประเทศในระบบเศรษฐกิจ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (จร.) เป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดท่าทีและกลยุทธ์ ประสานงานนโยบายการเจรจาการค้าระหว่างประเทศภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้า ตลอดจนการวิเคราะห์นโยบายและมาตรการทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศคู่ค้าและผลกระทบจากการเจรจาต่าง ๆ เพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ของประเทศ การแก้ไขปัญหาข้อพิพาททางเศรษฐกิจการค้า

ระหว่างประเทศ ในส่วนสินค้าผลไม้ที่สำคัญของประเทศกรมเจรจาการค้าต่างประเทศมีบทบาทในการนำเข้าสู่ความตกลงเขตการค้าเสรีต่าง ๆ เพื่อสร้างแต้มต่อให้กับสินค้าผลไม้ของประเทศไทย ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวจะได้มีการประสานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เกษตรกร และผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนเพื่อรับฟังปัญหาความต้องการและประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการค้าผลไม้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อช่วยรักษาสถานะเดิมและขยายการค้าสู่ตลาดใหม่ เพิ่มศักยภาพในการส่งออก ลดอุปสรรคด้านภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีระหว่างกัน

กรมการค้าต่างประเทศ

กรมการค้าต่างประเทศ (คต.) มีบทบาทในการอำนวยความสะดวกทางการค้า การปกป้องและรักษาผลประโยชน์ทางการค้า การส่งเสริมการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าตามกรอบการค้าเสรีต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีความตกลงการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้แล้วจำนวน 14 ฉบับ ทั้งนี้ ผู้ส่งออกไทยที่ได้มีการขอออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้ากับกรมการค้าต่างประเทศประกอบการส่งออกจะสามารถลดหรือได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากรเข้า ณ ประเทศปลายทางที่ได้มีความตกลงความตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างกัน อันจะเป็นการสร้างแต้มต่อทางภาษีและกระตุ้นการสั่งซื้อได้เป็นอย่างดี และกรมมีบทบาทในการส่งเสริมให้ผู้ส่งออกมีความรู้ในกฎระเบียบและมาตรการต่าง ๆ เพื่อดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าตลอดจนรับฟังปัญหาและผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางการค้าทั้งในรูปแบบที่เป็นภาษีอากรและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีเพื่อนำมากำหนดแนวทางในการแก้ไข ลดอุปสรรคสำหรับการส่งออกผลไม้ของไทย โดยมีหน่วยงานหลักของกรมที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงคือ

สำนักบริการการค้าต่างประเทศ มีบทบาทในการดำเนินการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Form C/O) ใบอนุญาตและหนังสือรับรองการส่งออกและนำเข้าสินค้าที่มีการจัดระเบียบการส่งออกและนำเข้า

กองสิทธิประโยชน์ทางการค้า มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการให้ความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์และหลักเกณฑ์ว่าด้วยกฎถิ่นกำเนิดสินค้าภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีต่าง ๆ ที่ประเทศไทยได้ไปทำความตกลงตลอดจนรับฟังปัญหาอุปสรรคจากผู้ส่งออกเพื่อหาแนวทางในการแก้ไข อันจะส่งผลให้ผู้ส่งออกของไทยได้รับสิทธิประโยชน์จากความตกลงอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

กองบริหารการค้าสินค้าทั่วไป มีบทบาทหน้าที่ในการศึกษามาตรการและกฎระเบียบทางการค้าทั้งการค้าปกติและการค้าภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรการและระเบียบบริหารให้สอดคล้องกับนโยบายและสถานการณ์การค้า ตลอดจนประสานความร่วมมือและเป็นหน่วยงานกลางในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการส่งออกและนำเข้าสินค้าที่อยู่ในความรับผิดชอบเพื่อแก้ไขแก้ไขปัญหาอุปสรรครักษาผลประโยชน์และลดความเสียหายทางการค้า

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สค.) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ส่งออกไทยให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าของไทย การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และจัดงานแสดงสินค้าไทยเพื่อส่งเสริมการส่งออก และประสานงานกับสถาบัน บัน องค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีหน่วยงานหลักในประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ

(สศต.) ที่ตั้งอยู่ใน 58 แห่งทั่วโลก ซึ่งมีภารกิจสำคัญในการติดตามภาวะและความเคลื่อนไหวทางการค้า สำหรับความต้องการของสินค้าและช่องทางการค้าในต่างประเทศ เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางธุรกิจระหว่างประเทศไทยและนานาชาติ ตลอดจนประสานในการรับฟังและแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าที่สำคัญของผู้ส่งออกไทย เพื่อรักษาไว้ซึ่งตลาดเดิม และขยายช่องทางทางการตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ

จากมาตรฐาน ข้อกำหนด กฎระเบียบ และบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานดังกล่าวข้างต้นจึงเห็นได้ว่า มาตรการ กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านการนำเข้าผลไม้ของประเทศผู้ซื้อและการควบคุมการผลิตของไทยมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ส่งออกจำเป็นต้องศึกษาให้ทราบอย่างชัดเจนเพื่อจะควบคุมและเตรียมสินค้าให้เป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไขระหว่างประเทศมิให้เกิดความสูญเสียและเสียหายต่อธุรกิจและส่งผลกระทบต่อ การได้รับความเชื่อมั่นของประเทศ ส่วนผู้ผลิตหรือเกษตรกรก็จำเป็นต้องเรียนรู้และปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขอย่างเคร่งครัดเพื่อรักษาสถานภาพทางการค้าอันจะส่งผลดีอย่างยั่งยืนของอาชีพการเกษตร ส่วนสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้เกษตรกรและผู้ประกอบการส่งออกได้รับทราบข้อกำหนดและเงื่อนไขระหว่างประเทศที่ทันสมัยและจุดเน้นในการควบคุมคุณภาพของผลผลิต อันจะส่งผลถึงรายได้ ชื่อเสียง และความเชื่อมั่นในผลผลิตเกษตร(ในที่นี้คือผลไม้)ของประเทศก็คือหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ทั้งกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงพาณิชย์ ที่ต้องทำงานสอดประสานกัน ปรับรูปแบบการทำงานให้มีลักษณะ Pro-active ทั้งระหว่างหน่วยงาน และกับผู้ส่งออกและเกษตรกร

ภาคผนวก ง 4 - 6 สรุปกลไกการเชื่อมโยงการผลิตและการส่งออกผลไม้ไทย

