

ระเบียบผลไม้ภาคตะวันออก : แนวทางยกระดับส่งออกผลไม้ไทย

โดย นางขวัญใจ เตชเสนสกุล

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

จากการประชุมคณะรัฐมนตรีสัญจรที่จังหวัดจันทบุรีเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ที่ผ่านมา ได้มีการเห็นชอบในหลักการโครงการจัดตั้งระเบียบผลไม้ภาคตะวันออก (Eastern Fruit Corridor: EFC) ที่จะตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม Smart Park จังหวัดระยองซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ EEC โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อผลักดันให้ไทยเป็น “มหานครผลไม้โลก” ภายในปี 2564 ผ่านการพัฒนาคุณภาพและช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งสนับสนุนด้านการเงิน และทำประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผลไม้ไทยเป็นที่รู้จักในตลาดโลกมากขึ้น

ทั้งนี้ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาพบว่า ผลไม้โดยเฉพาะผลไม้สดกลายเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกสำคัญของไทยที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด สะท้อนได้จากมูลค่าส่งออกที่เพิ่มขึ้นจาก 240 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2550 มาเป็น 1,674 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2560 หรือคิดเป็นการขยายตัวเฉลี่ยกว่า 21% ต่อปี ซึ่งสูงมากเมื่อเทียบกับการส่งออกรวมของประเทศที่ขยายตัวไม่ถึง 5% ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน อย่างไรก็ตาม แม้การส่งออกผลไม้สดของไทยจะขยายตัวได้สูงต่อเนื่อง แต่หากหันมาดูส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกผลไม้ในตลาดโลกพบว่า ส่วนแบ่งของไทยยังไม่สูงมากนัก และยังเป็นอันดับ 3 ในอาเซียนรองจากอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากโครงสร้างการส่งออกผลไม้ของไทยที่ยังเผชิญกับ “สภาวะ 3 กระจุก” ดังนี้

- **กระจุกสินค้า** การส่งออกผลไม้สดของไทยกระจุกตัวอยู่เพียง 3 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน ลำไย และมังคุด ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนรวมกันเกือบ 90% ของมูลค่าการส่งออกผลไม้สดทั้งหมด อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) พบว่า ไทยยังเป็นผู้ผลิตผลไม้ Top 5 ของโลกอยู่อีกหลายชนิด โดยเฉพาะสับปะรด มะม่วง และมะละกอ ซึ่ง FAO ระบุว่าผลไม้เมืองร้อนที่เป็นที่ต้องการมากที่สุด 3 อันดับแรกของโลกและมีอัตราการขยายตัวสูงต่อเนื่อง ปัจจัยดังกล่าวทำให้หากไทยสามารถประชาสัมพันธ์ และหาช่องทางการตลาดให้กับผลไม้ชนิดอื่นๆ ได้มากขึ้น ก็จะช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาการส่งออกผลไม้ไม่กี่ชนิดได้เป็นอย่างดี

- **กระจุกตลาด** ตลาดส่งออกผลไม้ของไทยกระจุกตัวอยู่เพียง 2 แห่ง คือตลาดจีนและเวียดนาม(ส่วนใหญ่เป็นทางผ่านไปที่ตลาดจีน) คิดเป็นสัดส่วนกว่า 80% ของตลาดส่งออกผลไม้สดทั้งหมดของไทย โดยที่ผ่านมาการส่งออกผลไม้ไปจีนได้อานิสงส์ค่อนข้างมากจากจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาไทยเพิ่มขึ้นกว่า 10 เท่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะปี 2560 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวจีนทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 9.8 ล้านคน ซึ่งมีส่วนช่วยให้ชาวจีนรู้จักผลไม้ไทยมากขึ้น ซึ่งแนวทางดังกล่าวอาจนำมาใช้ในการขยายตลาดส่งออกผลไม้ไทยให้กระจายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไทยมาก อาทิ รัสเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และอาเซียน เป็นต้น

- **กระจุกปริมาณ** การส่งออกผลไม้ของไทยกระจุกหรือพึ่งพาอานิสงส์จากด้านปริมาณเป็นหลัก สังเกต

อัตราการขยายตัวด้านปริมาณและราคา
ส่งออกผลไม้สดปี 2560 เทียบกับปี 2559

ชนิด	ปริมาณ	ราคา
ทุเรียน	21%	7%
ลำไย	75%	9%
มังคุด	44%	24%

ที่มา : จำนวนจากมูลค่าและปริมาณส่งออก
ผลไม้สดของกระทรวงพาณิชย์

ได้จากมูลค่าการส่งออกผลไม้สดสำคัญ 3 อันดับแรกที่ขยายตัวกว่า 56% ในปี 2560 เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นด้านปริมาณมากกว่าราคาค่อนข้างมาก ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการขาดอำนาจต่อรองด้านราคา เนื่องจากที่ผ่านมาเกษตรกรและผู้ส่งออกไทยมักมีการตกลงราคาซื้อขายล่วงหน้ากับผู้ซื้อโดยตรง หรือตกลงซื้อขายแบบยกสวน ขณะเดียวกันเกษตรกรบางส่วนอาจเร่งขายผลผลิตแม้ราคาจะต่ำเนื่องจากกลัวสินค้าเน่าเสีย อีกทั้งการขาดตลาดกลางในการซื้อขายที่จะช่วยลดอำนาจผู้ซื้อและเพิ่มอำนาจผู้ขายผ่านการแข่งขันที่สูงขึ้น ซึ่งการจัดตั้ง EFC โดยเฉพาะการสร้างคลังสินค้าห้องเย็น (Cold Storage) ขนาดใหญ่ และการจัดตั้งตลาดประมูลผลไม้ระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพก็จะช่วยผลักดันราคาผลไม้ไทยให้เพิ่มขึ้นได้ นอกเหนือจากการส่งเสริมการแปรรูปหรือพัฒนาบรรจุภัณฑ์ซึ่งจะช่วยเพิ่มส่วนต่างกำไรให้สูงขึ้น

จะเห็นได้ว่าหากโครงการ EFC สำเร็จเป็นรูปธรรมได้จริง ไม่เพียงเข้ามาเสริมจุดแข็งและปิดจุดอ่อนการส่งออกผลไม้ไทยเท่านั้น แต่ยังช่วยให้การส่งออกสินค้าเกษตรซึ่งปัจจุบันพึ่งพาการส่งออกข้าว และยางพารากว่า 50% เติบโตอย่างยั่งยืนมากขึ้น ผ่านการเพิ่มสัดส่วนการส่งออกผลไม้ที่หลากหลาย ควบคู่ไปกับอำนาจการต่อรองราคาที่สูงขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรมีทางเลือกในการผลิตสินค้าเกษตร และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเป็นลำดับ