

โอกาสในการส่งออกมะม่วงไทยไปสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่น่าสนใจในการส่งออกมะม่วง เนื่องจากสหรัฐฯ เป็นประเทศผู้นำเข้ามะม่วงรายใหญ่ คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 35 ของปริมาณการค้ามะม่วงในตลาดโลก ด้วยมูลค่านำเข้าสูงถึง 170 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2548 เพิ่มขึ้นจาก 148 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2547 ประกอบกับมะม่วงเป็นหนึ่งในผลไม้ไทย 6 ชนิดที่สหรัฐฯ เตรียมอนุญาตให้นำเข้าไปจำหน่ายในสหรัฐฯ ได้ภายในปี 2550 อีกทั้งยังเป็นผลไม้ที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences : GSP) จากสหรัฐฯ โดยเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 ปัจจุบันสนับสนุนดังกล่าวคาดว่าจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดมะม่วงไทยในสหรัฐฯ ทั้งนี้ ข้อมูลที่น่าสนใจในการส่งออกมะม่วงไปสหรัฐฯ มีดังนี้

- **การบริโภค** ปัจจุบันแม้ชาวอเมริกันบริโภคมะม่วงค่อนข้างน้อยราว 0.8 กิโลกรัมต่อคนต่อปี แต่มีแนวโน้มบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะมะม่วงผลสุกที่มีรสชาติค่อนข้างหวานจะได้รับความนิยมเป็นพิเศษ ทั้งนี้ ความต้องการบริโภคมะม่วงที่เพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งมาจากกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันเชื้อสายเอเชียและลาตินอเมริกาที่อยู่ในสหรัฐฯ ซึ่งมีความคุ้นเคยกับรสชาติของมะม่วง และนิยมบริโภคมะม่วงมานาน

- **การนำเข้า** สหรัฐฯ นำเข้ามะม่วงจากประเทศเม็กซิโก บราซิล และเฮติ ในช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคมของทุกปี ขณะที่ในช่วงเดือนกันยายน-พฤษภาคม นำเข้าจากประเทศเม็กซิโก บราซิล และเปรู เป็นหลัก อย่างไรก็ตาม มะม่วงที่ได้รับการยอมรับสูงในตลาดสหรัฐฯ คือ มะม่วงของเม็กซิโก และเฮติ ดังนี้

- **เม็กซิโก** ครองส่วนแบ่งตลาดมะม่วงในสหรัฐฯ ถึงร้อยละ 75 โดยอาศัยความได้เปรียบจากภูมิประเทศที่ตั้งอยู่ใกล้กับสหรัฐฯ ทำให้สามารถขนส่งมะม่วงมายังตลาดกลางในรัฐเท็กซัสเพื่อกระจายต่อไปทั่วสหรัฐฯ ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เม็กซิโกเป็นประเทศสมาชิกภายใต้ข้อตกลงการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (North American Free Trade Agreement : NAFTA) เช่นเดียวกับสหรัฐฯ จึงเสียภาษีนำเข้ามะม่วงไปสหรัฐฯ ในอัตราร้อยละ 0 มะม่วงของเม็กซิโกจึงมีราคาจำหน่ายในสหรัฐฯ ต่ำกว่าคู่แข่ง โดยมีราคาจำหน่ายส่งราว 8 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อลัง (1 ลังมีน้ำหนักประมาณ 11 ปอนด์) ทั้งนี้ ลักษณะผลมะม่วงของเม็กซิโกมีขนาดใหญ่ กลมแบน ผิวสวย มีรสหวานอมเปรี้ยว และมีกากค่อนข้างมาก

- **เฮติ** มะม่วงของเฮติมีลักษณะผลยาวเรียวยาว เปลือกเป็นสีเขียวอ่อนคล้ายมะม่วงแถบเอเชีย และมีรสหวานฉ่ำ อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ประเทศเฮติประสบภัยธรรมชาติหรือสภาพอากาศแปรปรวนระหว่างการเพาะปลูกจะทำให้ผิวมะม่วงมีจุดดำ ผู้นำเข้าของสหรัฐฯ จึงมักตรวจสอบมะม่วงนำเข้าจากเฮติเป็นพิเศษ ทั้งนี้ ราคาจำหน่ายส่งมะม่วงของเฮติอยู่ที่ลังละ 12 ดอลลาร์สหรัฐฯ

- **คู่แข่ง** นอกจากเม็กซิโกและเฮติซึ่งไทยต้องให้ความสำคัญในฐานะคู่แข่งแล้ว อินเดียก็เป็นประเทศผู้ส่งออกมะม่วงสำคัญอีกประเทศหนึ่งที่ไทยไม่ควรประมาท เนื่องจากอินเดียเป็นผู้ปลูกมะม่วงรายใหญ่อันดับหนึ่งของโลก ประกอบกับมะม่วงของอินเดียมีรสชาติคล้ายมะม่วงของไทย อีกทั้งต้นทุนค่าขนส่งทางอากาศจากอินเดียไปยังสหรัฐฯ ค่อนข้างต่ำ คือ 1.8 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อกิโลกรัม เทียบกับไทยที่มีต้นทุนค่าขนส่งราว 3.6 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อกิโลกรัม

- **ช่องทางการจำหน่าย** ผู้ส่งออกมะม่วงของไทยควรมุ่งเน้นตลาดระดับบนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะการจำหน่ายในร้าน Specialty Food ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารคุณภาพสูง เช่น Dean and DeLuca, Whole Food Market และ Fresh Direct เพราะจะช่วยให้มะม่วงไทยเป็นที่นิยมในตลาดสหรัฐฯ ได้เร็วขึ้น นอกจากนี้

ผู้ส่งออกควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพราะนอกจากจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้มะม่วงของไทยเป็นสินค้าระดับบนแล้ว ยังทำให้สามารถจำหน่ายได้ราคาสูง ยิ่งไปกว่านั้น การร่วมมือกับร้านอาหารไทยในสหรัฐฯ โดยนำมะม่วงไทยเข้าไปวางจำหน่ายหรือนำไปประกอบอาหาร ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยประชาสัมพันธ์มะม่วงไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาดสหรัฐฯ

จากศักยภาพของมะม่วงไทยที่มีกลิ่นหอม และมีรสชาติหวานโดดเด่น สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสหรัฐฯ ประกอบกับฤดูกาลเพาะปลูกมะม่วงของไทยต่างจากของคู่แข่ง จึงเป็นโอกาสดีของผู้ส่งออกมะม่วงไทยในการเข้าไปทำตลาดในช่วงที่ประเทศคู่แข่งไม่มีมะม่วงเข้าสู่ตลาด อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะว่าผู้ส่งออกควรสร้างความโดดเด่นให้กับมะม่วงของไทย โดยเฉพาะชื่อมะม่วงต้องเป็นที่จดจำง่าย เพื่อสร้างความแตกต่างจากมะม่วงที่นำเข้ามาจากประเทศอื่น รวมถึงควรกำหนดราคาในระดับที่เหมาะสม ตลอดจนการบรรจุหีบห่อด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อถนอมมะม่วงให้ดีที่สุดระหว่างการเดินทาง

ส่วนวิเคราะห์ธุรกิจ ฝ่ายวิชาการ

มกราคม 2550